



Plano Municipal de Turismo de Blumenau

Uma Construção Coletiva



PREFEITURA
BLUMENAU



**Presidente da Federação do Comércio
e dos Conselhos Regionais Sesc e Senac**

Bruno Breithaupt

Diretor Regional

Rudney Raulino

Diretoria Financeira

José Carlos Vieira

Diretoria Administrativa

Juarez Cesar Frassetto

Diretoria de Marketing e Comunicação

Valdirene Teixeira

Diretoria de Recursos Humanos

Max Roque Kincezski

Diretoria de Apoio Técnico

Rosemar Machado de Souza

Diretoria de Educação Profissional

Ivan Luiz Ecco

Diretoria de Inovação e Tecnologia

Renata Rubik Maestri

Assessoria Técnica

Luciano Caminha

**PLANO
MUNICIPAL
DE TURISMO
DE BLUMENAU**

Uma Construção Coletiva

Blumenau, 2015

REALIZAÇÃO

Prefeitura Municipal de Blumenau

Av. Castelo Branco, 2 - Praça Victor Konder

Centro - CEP 89010-904 - Blumenau – SC

Telefone: (47) 3381-6000

Prefeito

Napoleão Bernardes Neto

E-mail: prefeito@blumenau.sc.gov.br

Vice-Prefeito

Jovino Cardoso Neto

E-mail: gavice@blumenau.sc.gov.br

Secretaria de Turismo

Rua Alberto Stein, 199 - Bairro da Velha - CEP: 89036-200

E-mail: secturismo@blumenau.sc.gov.br

Sítio eletrônico: <http://www.blumenau.sc.gov.br/secretarias/secretaria-de-turismo>

Secretário de Turismo

Ricardo Stodieck

Plano Municipal de Turismo de Blumenau

www.pmtblumenau.com.br

ÓRGÃO EXECUTOR

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial Senac – SC

Diretoria de Inovação e Tecnologia

Programa Senac Turismo

Coordenação Pedagógica: Luis Fernando Albalustro

Consultoria Técnica: Flavia Didomenico

Faculdade de Tecnologia Senac Blumenau

Diretora: Elita Grosch Maba

Coordenação Administrativa: Maria Aparecida Ciufa

Apoio Pedagógico: Valiene Lehmkuhl Vieira

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO	11
2 INTRODUÇÃO	12
3 PARTICIPANTES.....	13
4 METODOLOGIA.....	20
5 ANÁLISE SITUACIONAL.....	22
5.1 Inventário da Oferta Turística.....	22
5.2 Reconhecimento das características únicas, exclusivas e de vanguarda do destino	22
5.3 Segmentos Turísticos.....	23
6 PROPOSIÇÕES	30
6.1 Missão e Visão	31
6.2 Proposições dos Seminários Temáticos e Fóruns	32
6.3 Monitoria e Avaliação do Plano Municipal de Turismo de Blumenau.....	63
7 CONSIDERAÇÕES	64

LISTA DE TABELAS

- Tabela 1: Comissão de Coordenação dos Estudos para Elaboração do PMT
- Tabela 2: Núcleo Executivo do PMT
- Tabela 3: Grupo de Trabalho do Inventário da Oferta Turística
- Tabela 4: Senac/SC
- Tabela 5: Delegados
- Tabela 6: Demais participantes
- Tabela 7: Análise SWOT – Meio Ambiente
- Tabela 8: Análise SWOT – Infraestrutura Básica e de Apoio ao Turismo
- Tabela 9: Análise SWOT – Promoção, Divulgação e Vendas
- Tabela 10: Análise SWOT – Qualificação para o Turismo
- Tabela 11: Análise SWOT – Produto Turístico
- Tabela12: Missão
- Tabela13: Visão
- Tabela14: Proposições de Qualificação Profissional dos Serviços e da Produção Associada
- Tabela15: Empreendedorismo, Promoção e Captação de Investimentos
- Tabela16: Infraestrutura Turística
- Tabela17: Informação ao Turista, Promoção e Apoio à Comercialização
- Tabela18: Monitoramento

LISTA DE SIGLA

- 10º BPM - 10º Batalhão da Polícia Militar
- 3º CBMSC - 3º Batalhão de Bombeiro Militar
- AAMFM - Associação dos Amigos do Museu Fritz Müller
- ABADA - Associação Blumenauense de Amigos dos Deficientes Auditivos
- ABC Ciclovias - Associação Blumenauense Pró-Ciclovias
- ABLUDEF - Associação Blumenauense de Deficientes Físicos
- ABRASEL - Associação de Bares e Restaurantes de Santa Catarina
- ACAPRENA - Associação Catarinense de Preservação da Natureza
- ACASC - Associação Catarinense das Cervejarias Artesanais
- ACATMAR - Associação Náutica Catarinense para o Brasil
- ACCTB - Associação dos Clubes de Caça e Tiro de Blumenau
- ACEVALI - Associação de Cegos do Vale do Itajaí

ACIB - Associação Comercial Industrial Blumenau
ACONSEGS BLU - Associação dos CONSEGS de Blumenau
AEAMVI - Associação dos Engenheiros e Arquitetos do Médio Vale do Itajaí
AFEARTE - Associação da Feira de Artes e Artesanato
AHKBRASILIEN – SC - Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha
AMMVI – Associação dos Municípios do Médio Vale do Itajaí
AMPE - Associação das Microempresas, Empresas de Pequeno Porte e Empreendedores Individuais de Blumenau
ANTT - Agência Nacional de Transportes Terrestres
APP – Aplicativos
BVCC – Bela Vista Country Club
BVEC&VB - Blumenau e Vale Europeu Convention & Visitors Bureau
CADASTUR – Cadastramento dos Prestadores de Serviços Turísticos
CAT – Centro de Atendimento ao Turista
CDL - Câmara de Dirigentes Lojista de Blumenau
CELESC - Centrais Elétricas de Santa Catarina S.A.
CIDASC - Companhia Integrada de Desenvolvimento Agrícola de Santa Catarina
CIMVI - Consórcio Intermunicipal do Médio Vale do Itajaí
CME - Conselho Municipal de Educação de Blumenau
CMPC - Conselho Municipal de Política Cultural de Blumenau
CMT - Conselho Municipal de Turismo de Blumenau
CNA - Clube Náutico América
CODEIC - Conselho de Desenvolvimento da Itoupava Central
COMDEPA - Conselho Municipal dos Direitos das Pessoas com Deficiência Física
COMDEVI - Conselho Municipal de Desenvolvimento do Distrito de Vila Itoupava
COMPED - Conselho Municipal dos Direitos da Pessoa com Deficiência
COOPERPROVE - Cooperativa Prove de Blumenau
COOPERTAXI - Cooperativa de Prestação de Serviços dos Motoristas Permissionários Autônomos de Táxi de Blumenau
COPE - Conselho Municipal do Patrimônio Cultural Edificado
COPLAN - Conselho Municipal de Planejamento Urbano
CPSC - Capitania dos Portos de Santa Catarina
CVB - Câmara de Vereadores de Blumenau
DEINFRA - Departamento Estadual de Infraestrutura
DC - Defesa Civil
DNIT - Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes

DRP Blumenau - Delegacia Regional da Polícia Civil

EPAGRI - Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina

ESCM - Escola Superior de Cerveja e Malte

FAEMA - Fundação Municipal do Meio Ambiente

FAMTRIP – é uma “forma de promoção que tem como objetivo familiarizar e encantar o distribuidor do produto turístico. Consiste em convidar agentes de viagem para visitar o destino, para que conheçam o local e saibam o que estão oferecendo ao cliente. ”
(Mtur)

FATMA - Fundação do Meio Ambiente de Santa Catarina

FCB - Fundação Cultural de Blumenau

FIESC - Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina

FMD - Fundação Municipal de Desportos

FURB - Universidade Regional de Blumenau

GEPVI - Grupo de Estudos e Pesquisas Museológicas do Vale do Itajaí

GERED - Gerência Regional de Educação de Blumenau

GMT - Guarda Municipal de Trânsito de Blumenau

GT Náutico - Grupo de Trabalho do Turismo Náutico

GTEAL – Grupo de Trabalho de Educação Ambiental

IAB - Instituto de Arquitetos do Brasil/Blumenau

ICMBIO - Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade

IEB – Instituições de Educação Básica

IES - Instituições de Ensino Superior

IGR - Instância de Governança do Vale Europeu

IHB – Instituto Histórico de Blumenau

INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial

IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

MCidades - Ministério das Cidades

MP - Ministério Público

MT - Ministério dos Transportes

MTur - Ministério do Turismo

OAB - Ordem dos Advogados do Brasil – Blumenau

PDIL - Plano Desenvolvimento Integrado do Lazer

PMT - Plano Municipal de Turismo

PNT - Plano Nacional de Turismo

PP - Público e Privado

PRESS TRIP – trata-se de uma visita promovida para jornalistas e/ou fotógrafos (imprensa) para visitar um atrativo ou destino, com o objetivo de que os participantes publiquem reportagens, histórias e imagens sobre a localidade visitada. Este instrumento é utilizado para conseguir publicidade positiva para os roteiros turísticos, tornando-os mais conhecidos para os turistas potenciais. (Mtur)

PROCON - Agência de Proteção e Defesa do Consumidor de Blumenau

PROEB - Fundação Promotora de Exposições de Blumenau (Parque Vila Germânica)

PRÓ-FAMÍLIA - Fundação do Bem Estar da Família Blumenauense

PROGEM - Procuradoria Geral do Município

SAMAE - Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto

SANTUR - Santa Catarina Turismo S/A

SDR - Secretaria de Desenvolvimento Regional - Blumenau

SEBRAE Blumenau - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SECHS - Sindicato dos Empregados no Comércio Hoteleiro e Similares de Blumenau

SECOM - Secretaria de Comunicação Social

SECOVI - Sindicato da Habitação de Blumenau e Região

SECTUR - Secretaria de Turismo de Blumenau

SEDEC - Secretaria de Desenvolvimento Econômico

SEDECI - Secretaria de Defesa do Cidadão

SEFAZ - Secretaria da Fazenda

SEGG - Secretaria Municipal de Gestão Governamental

SEM/SC - Sistema Estadual de Museus de Santa Catarina

SEMED - Secretaria de Educação

SEMUDES - Secretaria de Desenvolvimento Social

SEMUS - Secretaria da Saúde

SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SENAR - Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

SEPLAN - Secretaria de Planejamento Urbano

SESC - Serviço Social do Comércio

SESCOM - Sindicato das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas de Blumenau e Região

SESI - Serviço Social da Indústria

SESUR - Secretaria de Serviços Urbanos

SETERB - Serviço Autônomo Municipal de Trânsito e Transporte de Blumenau

SIHORBS - Sindicato Patronal de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Blumenau e Região

SINDILOJAS - Sindicato do Comércio Varejista de Blumenau

SINDUSCON - Sindicato da Indústria da Construção Civil de Blumenau

SME - Sistema Municipal de Educação de Blumenau

SOL - Secretaria Estadual de Turismo, Cultura e Esporte

Trade Turístico - são organizações privadas e governamentais atuantes no setor de Turismo como os Meios de Hospedagem, Agências de Viagens, Transportadoras Turísticas, Promotores de Eventos, Universidades e a comunidade local.

UNIASSELVI/FAMEBLU - Sociedade Educacional Leonardo da Vinci S/S Ltda.
Faculdade Metropolitana de Blumenau

VS – Vigilância Sanitária

1 APRESENTAÇÃO

O Senac/SC, por meio da Faculdade de Tecnologia Senac Blumenau e a Prefeitura Municipal de Blumenau, por meio da Secretaria de Turismo, firmaram uma parceria para elaboração do “Plano Municipal de Turismo de Blumenau – Uma Construção Coletiva”, com o objetivo de ordenar e integrar esforços para o desenvolvimento da atividade turística no município.

O Senac/SC com o projeto Formação da Equipe Gestora do Turismo para a Construção Coletiva do Plano Municipal de Turismo de Blumenau mediu o aperfeiçoamento da equipe gestora em consonância com o cenário e a realidade atual das novas políticas Federal e Estadual. O Senac/SC conciliou formações e orientações técnicas sem lhes ferir a autonomia em suas decisões políticas, proporcionando o fortalecimento na construção e a operacionalização das ações de planejamento, avaliação e acompanhamento da construção do Plano Municipal de Turismo de Blumenau.

A construção do Plano Municipal de Turismo - PMT objetivou definir e orientar as ações para o turismo local através de programas e ações de curto, médio e longo prazos, articuladas com os planos e as políticas Federal e Estadual, levando em conta as peculiaridades, as vocações, os anseios do tempo presente e futuro da sociedade no Município de Blumenau/SC. O PMT foi estruturado tendo como base territorial o município de Blumenau, mas considerou amplamente em suas discussões de proposições, a cooperação com municípios vizinhos visando à regionalização da atividade turística.

O processo de ordenamento de construção do plano passou por uma profunda mobilização da sociedade com ações de sensibilização e capacitação relacionadas com as atividades turísticas. A construção ocorreu de maneira participativa, contando com a contribuição de várias entidades da cadeia produtiva do turismo, do poder público e da comunidade.

Este plano é destinado à gestão pública do turismo e a toda a cadeia produtiva que esteve envolvida na construção de suas proposições e terá responsabilidades na implantação das ações. O produto formatado consiste em uma ferramenta para orientar o desenvolvimento sustentável da atividade turística de Blumenau.

2 INTRODUÇÃO

O município de Blumenau está localizado na região do Vale do Itajaí a aproximadamente 140 quilômetros de Florianópolis, capital de Santa Catarina, e é considerado o destino indutor da Região Turística do Vale Europeu.

Polo econômico e turístico do Vale do Itajaí, Blumenau apresenta fortes traços da cultura germânica que podem ser apreciados na arquitetura Enxaimel, no artesanato, na gastronomia e em outras manifestações culturais que movimentam a cidade e a região do Vale Europeu.

Identificou-se ao longo da construção do PMT, que Blumenau possui uma grande diversidade de recursos naturais e culturais que podem ser apropriados para a atividade turística e como consequência induzindo a geração de emprego, renda, tributos e desenvolvimento social para o município.

Blumenau é internacionalmente conhecida pela Oktoberfest, a maior festa alemã das Américas, que acontece no mês outubro desde 1984. A Oktoberfest é o maior produto gerador de fluxo e renda do turismo de Blumenau e segundo dados da Secretaria de Turismo – SECTUR, representa apenas 5% de aproveitamento de todo o calendário anual do município. Com a construção do PMT pretende-se estruturar e adequar novos produtos e serviços para continuar sendo o destino indutor do Vale Europeu e aproveitar o calendário em todas as épocas do ano.

A construção do PMT vai ao encontro de um anseio do trade turístico, da Secretaria de Turismo, do Parque Vila Germânica – PVG e da comunidade em querer colher algo diferente, que melhore o desenvolvimento econômico e social de Blumenau nos próximos anos.

Reconhecida pela qualidade dos serviços e produtos que oferece, Blumenau possui muitas potencialidades que poderão ser exploradas de forma planejada e sustentável por meio das proposições do PMT.

A construção do Plano Municipal de Turismo de Blumenau teve por OBJETIVO GERAL definir e orientar as ações para o turismo local através de objetivos e metas de curto, médio e longos prazos, articuladas com os planos e a política federal e estadual, que leve em conta, as peculiaridades, as vocações, os anseios do presente e do futuro, da sociedade no Município para os próximos dez anos a partir da sua aprovação pela Câmara de Vereadores de Blumenau. Como OBJETIVOS ESPECÍFICOS buscou-se:

- Capacitar a Equipe de Gestão da Secretaria Municipal de Turismo para coordenar a construção do PMT do Município de Blumenau.
- Deflagrar um processo de debate que envolvesse representantes legítimos de todos os setores relacionados com o Turismo no Município.

- Possibilitar a construção de instrumentos de participação permanente da sociedade civil organizada e das comunidades no processo do desenvolvimento turístico.
- Estabelecer uma comissão temporária, constituída por Decreto Municipal, com objetivos, atribuições, componentes e prazo para a formatação do PMT.
- Instituir, por Decreto Municipal, o Fórum Permanente de Discussão, Acompanhamento e Avaliação do PMT do Município.
- Garantir a participação da sociedade organizada no processo de elaboração do Plano Municipal de Turismo, possibilitando o controle social e a representatividade legítima.
- Submeter a Câmara de Vereadores de Blumenau a sua aprovação.

3 PARTICIPANTES

A construção do PMT foi participativa, coletiva e integrada e envolveu a cadeia produtiva do turismo, os agentes públicos e a comunidade. Além disso, possibilitou a formação de redes sociais e institucionais dos setores público, privado e comunidade, criando sinergia e corresponsabilidade para implantação das proposições.

COMISSÃO DE COORDENAÇÃO DOS ESTUDOS PARA ELABORAÇÃO DO PMT – Decreto nº 10.565 de fevereiro 2015	
Presidente	Ricardo Stodieck
Vice-Presidente	Richard Steinhausen
1ª Secretária	Sandra Cristina Nienow
2º Secretário	José Domingos Gavioli

Tabela 1: Comissão de Coordenação dos Estudos para Elaboração do PMT

NÚCLEO EXECUTIVO DO PMT	
Secretaria de Turismo de Blumenau – SECTUR Parque Vila Germânica - PVG	Elson Campos Ferreira
	Sandra Cristina Nienow
	Andréia Mandel
	Francielle Tillmann
	Fernando Schneider
	Marcelo Alves di Jura
	Suelen Jessica Vieira
	Andréia Cruz
	Rafael Althoff
	Ivone Lemke
	Vânia Gayo
	Rolf Geske
	Georgia Andreia Rublesch
	Gabriela Kieling
	Felipe Rodrigues
	José Lucas dos Santos
Kelvin Clayton dos Santos	
Lincon Fernando Vinotti	
Adriana Salles Ribeiro	

Tabela 2: Núcleo Executivo do PMT

GRUPO DE TRABALHO DO INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA	
Secretaria de Turismo de Blumenau – SECTUR Parque Vila Germânica - PVG Fundação Municipal de Desporto - FMD Fundação Cultural de Blumenau - FCB	Elson Campos Ferreira
	Sandra Cristina Nienow
	Andréia Mandel
	Francielle Tillmann
	Fernando Schneider
	Marcelo Alves di Jura
	Suelen Jessica Vieira
	Andréia Cruz
	Vânia Gayo
	Rolf Geske
	Georgia Andreia Rublesch
	Kelvin Clayton dos Santos
	Lincon Fernando Vinotti
	Carlos A. Schlemper
	Carlos A. Schrubbe

Tabela 3: Grupo de Trabalho do Inventário da Oferta Turística

SENAC/SC	
Consultores	Flavia Didomenico
	Luis Fernando Keller Albalustro
Coordenação local	Maria Aparecida Duarte Ciufa
	Valiane Vieira
Especialistas de Eixos Temáticos	Tiago Savi Mondo
	Luciane Camilotti
	Álvaro Ornelas
	Ricardo Lago
	Cáldon Costa

Tabela 4: Senac

DELEGADOS	
Entidade	Delegados
3º Batalhão de Bombeiro Militar	Major Luciano Mombelli, da Luz
	Tenente Rodrigo Gonçalves Basílio
10º Batalhão da Polícia Militar	Patrícia Maccari
	Rodrigo Geraldo Siedschlag
ABC Ciclovias – Associação Blumenauense Pró-Ciclovias	Daniella Roste
	Ana Paula Beszczyński
ABEOC/SC – Associação Brasileira das Empresas de Eventos	Gelson Walker
	Rodrigo Heron Moreira
ACAPRENA – Associação Catarinense de Preservação da Natureza	Lauro Eduardo Bacca
	Leocarlos Sieves
ACIB – Associação Comercial Industrial Blumenau	Lothar Klemz
	Maria Denise Ribeiro Ern
AFEARTE – Associação da Feira de Artes e Artesanato	Pedro Reis Holz
	Ieda Farias Campestrini
AMPE – Associação das Microempresas, Empresas de Pequeno Porte e Empreendedores Individuais de Blumenau	José Domingos Gavioli
	Carlos Braga Mueller
ASAPREV – Associação dos Aposentados, Pensionistas e Idosos	Hildo Mário de Novaes
	Susete Santos de Novaes
Associação dos CONSEGS de Blumenau	Paulo R. K. Kramatscheck
	Ronaldo Pereira
Associação dos Clubes de Caça e Tiro de Blumenau	Moacyr Flor
	Raquel da Silva Lindner

DELEGADOS	
Blumenau e Vale Europeu C&VB / Instância de Governança do Vale Europeu	Valmir Antônio Zanetti
	Cristina Wiggers Medeiros
Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha	Wagner Chugaste Júnior
	Ellen Cristina Bilaardt
Câmara de Vereadores	Vereador Marco Antônio Gonçalves Mendes Wanrowsky
	Vereador José de Souza (Zeca Bombeiro)
CELESC – Centrais Elétricas de Santa Catarina S.A.	Beatriz Monica Hasckel
	Márcia Regina Paulus Mueller
CDL – Câmara de Dirigentes Lojistas de Blumenau	Ewald Fischer Neto
	Alceu Peixer Filho
COMDEVI – Conselho Municipal de Desenvolvimento do Distrito de Vila Itoupava	Erno Bublitz
	Milton Carlos Bähr
Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural	Alios Mantau
	Iremar José Blum
Conselho Municipal de Política Cultural	Jacqueline Burger
	Leide Regina de Liz
Conselho Tutelar	Ivan Vetter
	Renildo dos Santos
Coopertaxi – Cooperativa de Prestação de Serviços aos Motoristas Autônomos de Táxi de Blumenau	Raulino Agostinho Francisco
	Wilson Barth
COPE – Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Cultural Edificado	Sávio Luiz Abi-Zaid
	Daniel Rodrigues da Silva
COPLAN - Conselho Municipal de Planejamento Urbano	Nívea Maria Klein Keunecke
	Arlon Tonolli
Delegacia Regional da Polícia Civil	Antônio Fernando das Neves Filho
	Eusébio Luiz Fuck
Epagri	Nelita Fabiana Moratelli
	Roberta Ramos
FAEMA – Fundação Municipal do Meio Ambiente	Airton Manoel Maçaneiro
	José Constantino Sommer
FCBlu – Fundação Cultural de Blumenau	Sueli Maria Vanzuita Petry
	Carlos Alexandre Schrubbe
FMD – Fundação Municipal de Desportos	Carlos Augusto Schlemper
	Milton Carvalho
FURB – Universidade Regional de Blumenau	Adriana Dias Pasco
	Ivana Maria Schmitt Pedreira

DELEGADOS	
GT Náutico	Luiz Henrique Schadrack
	Roberto Kofke
Guias de Turismo	Renato Pereira
	Lenir Terezinha Duque
IAB – Instituto de Arquitetos do Brasil/ Blumenau	Karol Diego Carminatti
	Rael Belli
ICMBio – Parque Nacional Serra do Itajaí	Viviane Daufemback
	Mário Sérgio Celski de Oliveira
IHB – Instituto Histórico de Blumenau	Ana Maria Ludwig Moraes
	Sávio Luiz Abi-Zaid
INCADE – Instituto Catarinense de Defesa e Desenvolvimento Empresarial	Rodrigo Leal Silva
	Vanderlei Dallagnolo
Intendência do Garcia	Mauricio Goll
	Jaime de Oliveira
OAB – Ordem dos Advogados do Brasil/ Blumenau	Everton Freygang
	Daniel Reginatto
PROCON de Blumenau	Alexandre Pereira Caminha
	Rodrigo Eduardo Estevão
PROEB - Fundação Promotora de Exposições de Blumenau (Parque Vila Germânica)	Vania Maria Gayo
	Rolf Geske
PROGEM – Procuradoria Geral do Município	Alexandre Luis Marques
	Rodrigo José Silveira
SAMAÉ – Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto	Ricardo Uliano
	Marcelo Torresani
SEBRAE Blumenau – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas	Donizete Böger
	Aloísio Vicente Salomon
SECOM – Secretaria de Comunicação Social	Marili Rosani Martendal Nicolau
	Talita Catie de Medeiros
SECOVI – Sindicato de Habitação de Blumenau e Região	Roberto Sérgio Cunha
	Soraia Vasselai
SECTUR – Secretaria de Turismo de Blumenau	Andréia Mandel
	Elson Campos Ferreira
SEDEC – Secretaria de Desenvolvimento Econômico	Edson Kesting
	Marcos Inácio Ruediger
SEDECI – Secretaria de Defesa do Cidadão	Marcelo Schrubbe
	Adriano da Cunha
SEFAZ – Secretaria da Fazenda	Claudia Eggert
	César Domênico Poltronieri

DELEGADOS	
SEGG – Secretaria Municipal de Gestão Governamental	Thomas Haag
	André Vechi
SEMED – Secretaria de Educação	Bernadete Venera
	Roseli Reichert Passold
SEMUDES – Secretaria de Desenvolvimento Social	Romeu Horst Fritzke
	Aline Lurdes Lanser
SEMUS – Secretaria da Saúde	Eduardo Edie Weise
	Marcos Carvalho
SENAC – Escola Superior de Gastronomia	Elita Grosch Maba
	Fábio Ricci
SEPLAN – Secretaria de Planejamento Urbano	Gilmar Lang
	Patrícia Ester Schwanke
SESC – Serviço Social do Comércio	Nelson Roberto Novelli
	Alan Dias Ferreira
SESI – Serviço Social da Indústria	Wilson Amaro Tomio Filho
	Felipe Artur Moraes
SESUR – Secretaria de Serviços Urbanos	Francine Moretti
	Douglas Comandolli
SETERB – Serviço Autônomo Municipal de Trânsito e Transporte de Blumenau	Sérgio Antônio Martinez Junior
	Lucio Rafael Beckhauser
SIHORBS – Sindicato Patronal de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Blumenau e Região	Richard Steinhausen
	Inácio Negherbon
Sindicato dos Empregados no Comércio Hoteleiro e Similares de Blumenau	Otávio José Schnaider
	Luiz Reichert
SINDILOJAS – Sindicato do Comércio Varejista de Blumenau	Develon da Rocha
	Emilio Rossmark Schramm
SINDUSCON – Sindicato da Indústria da Construção Civil	Ricardo Vasselai
	Sérgio Bellicanta
UNIASSELVI/FAMEBLU	Bruno Horwatitsch Cunha
	Carlos Lange

Tabela 5: Delegados

DEMAIS PARTICIPANTES	
CATEGORIA	NOME

Guias de Turismo e Condutores Culturais	Lenir Duque
	Maria Rafaela Z.
	Maria Teresa Dias
	Marcelo A. T. Pacheco
	Carla Elisa Kriewall
	Roberta Degásperi Kloppel
	Jaci Konink
	Rudibert Baade
	Rejane Pomatti
Cervejarias	Luiz Henrique Ferreira
	Emerson Bernardes
Turismólogos	Erika de Paula Alves
	Fernanda Klein
Imprensa	Andressa Scabani
Universidade	Marina Müller Silveira
	Joana Maria Bachmann
	Marian Natalie M.
Hotelaria	Liandro S. Lehmann
	Juliana Souza
	Udo Hermann Rieger
	Jane M. Zappe Rieger
	Brigite Bier Sant'Anna
	Vanessa de Andrade
Comunidade	Hans Schadrack
	Fernanda Sasse
	Leandro Dudwig
	Helton Heitor Bini
	Izabel Soppa

Tabela 6: Demais participantes

4 METODOLOGIA

O PMT trata dos programas e ações necessárias para o fomento e crescimento da atividade turística de forma sustentável, no âmbito municipal, expressando uma política para todos os níveis. É um Plano de Estado e não somente um Plano de Governo. Sua elaboração está preconizada na última atualização do Plano Nacional de Turismo (PNT) de maio de 2013, que declara: “O Plano foi construído de acordo com as orientações do Governo Federal e alinhado ao Plano Plurianual 2012/2015. Ele define as contribuições do setor para o desenvolvimento econômico, social e a erradicação da pobreza. Tem como insumo básico o Documento Referencial - Turismo no Brasil 2011/2014 e destaca, no âmbito da gestão, as diretrizes que devem nortear o desenvolvimento do turismo brasileiro, que são: a participação e o diálogo com a sociedade; a geração de oportunidades de emprego e empreendedorismo; o incentivo à inovação e ao conhecimento, e a regionalização como abordagem territorial e institucional para o planejamento”.

O PMT, além de ter seu referencial no PNT, no âmbito estadual, está alinhando com o PDIL - Plano de Desenvolvimento Integrado do Lazer, com O Plano de Desenvolvimento Regional de Santa Catarina e o Plano Catarina.

Ao decidir pela elaboração de seu Plano Municipal, a Secretaria de Turismo de Blumenau comprometeu-se, no decorrer de sua construção, garantir o amplo processo democrático de participação, envolvendo os diferentes atores que, de forma direta ou indireta, influenciam na qualidade do turismo do Município.

A elaboração do Plano passou por duas etapas significativas, sendo a Etapa I – Análise Situacional e a Etapa II – Proposições.

Etapa I - Análise Situacional - foi representada por um diagnóstico elaborado a partir de levantamentos para obter ou resgatar informações sobre o município, bem como sobre o mercado turístico da região. Foi possível verificar a posição estratégica do destino turístico Blumenau, por meio das informações e da análise situacional das seguintes ações realizadas: o Inventário da Oferta Turística; o reconhecimento das características, únicas, exclusivas e de vanguarda do destino; a identificação dos Segmentos protagonistas e coadjuvantes do destino; e a ferramenta de análise SWOT que identifica e analisa os pontos fortes e fracos, e as oportunidades e ameaças do destino.

Etapa II - Proposições - esta etapa consiste na construção das proposições do PMT e foram realizadas de forma colaborativa e participativa, em ambiente democrático e construtivo, onde os participantes manifestaram a própria visão ao abordar questões críticas relacionadas ao turismo no Município. As atividades de proposições foram: a Missão e Visão do destino Turístico; os Seis Seminários Temáticos, sendo eles: Planejamento e Posicionamento de Mercado; Qualificação Profissional, dos Serviços e da Produção Associada; Empreendedorismo, Promoção e Captação de Investimentos;

Infraestrutura Turística; Informação ao Turista, Promoção e Apoio à Comercialização; Monitoramento; e os Fóruns que tiveram por objetivo apresentar, discutir, consolidar e aprovar em plenária os programas, projetos e ações elaboradas em cada um dos Seminários Temáticos.

5 ANÁLISE SITUACIONAL

5.1 Inventário da Oferta Turística

O Inventário da Oferta Turística é um processo de identificação, levantamento e registro dos Atrativos Turísticos, dos Serviços e Equipamentos Turísticos e da Infraestrutura de Apoio ao Turismo. Para a construção do inventário foram realizadas pesquisas de gabinete, consultadas as fontes secundárias, visitas in loco a cada estabelecimento, órgãos e entidades e nos principais equipamentos e atrativos turísticos.

A equipe do Inventário da Oferta Turística foi selecionada pelo executivo da Secretaria de Turismo de Blumenau e contou com profissionais efetivos do quadro de recursos humanos.

O Inventário da Oferta Turística de Blumenau será disponibilizado na íntegra em outro documento a ser encaminhado à Secretaria Municipal de Turismo.

5.2 Reconhecimento das características únicas, exclusivas e de vanguarda do destino

O posicionamento de um destino ou município turístico deve ser definido com base nas suas características, aspirações e motivações do turista que busca experiências únicas e benefícios em forma de serviços, emoções e relações.

Blumenau é um destino que possui diversas potencialidades que ainda não são reconhecidas pela própria comunidade e que poderiam ser aproveitadas como fator de desenvolvimento da atividade turística. Desta forma, foi realizada uma atividade juntos aos participantes do PMT, de reconhecimento das características: únicas, exclusivas e de vanguarda do destino. A referência para este reconhecimento e análise foi de abrangência nacional.

a) O QUE BLUMENAU TEM DE ÚNICO - só existe no destino, só existe um, que não tem outro igual:

- Fritz Müller (museu e personalidade)
- Distrito Turístico Vila Germânica
- Parque Nacional da Serra do Itajaí
- Museu dos Clubes de Caça e Tiro
- Cemitério de Gatos

b) O QUE BLUMENAU TEM DE EXCLUSIVO - incompatível com outro produto, especial, privativo, restrito. Direito de não ter concorrentes numa indústria ou outro destino:

- Capital Brasileira da Cerveja (tramitando)
- Roteiro Histórico-Cultural do Centro
- Cristal artesanal
- Marca Blumenau
- Diversidade de museus
- Licor de Cerveja
- Parque Natural Municipal São Francisco de Assis
- Complexo Esportivo SESI

c) O QUE BLUMENAU TEM DE VANGUARDA - algo novo, ou que vai à frente de algo ou outro destino:

- Distrito Turístico Vila Germânica
- Escola Superior de Cerveja e Malte
- Oktoberfest e seus desdobramentos (cervejas artesanais, Vila Germânica, festas e outubro em SC, Escola Superior de Cerveja e Malte)
- Quantidade de associações e cooperativa

5.3 Segmentos Turísticos

Identificar os segmentos turísticos de um destino é essencial para a tomada de decisão estratégica no que se refere à estruturação da oferta turística de Blumenau. Esta identificação serve como subsídio para as proposições do PMT.

Os segmentos turísticos priorizados pelos atores regionais da Região Turística do Vale Europeu no Fórum de Regionalização, promovido pela Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte, ocorrido em 2008, que serviram de subsídio para construção do Plano Estratégico de Desenvolvimento Regional 2010/2020 são: Turismo de Pesca; Turismo de Saúde; Turismo Industrial; Turismo Religioso; Turismo Rural (Agroturismo); Turismo de Eventos e Negócios; Cicloturismo; Ecoturismo; Turismo Cultural; Turismo de Aventura; Turismo de Esportes; Turismo de Lazer e Entretenimento.

Tomando como referência esses segmentos e os demais existentes na cartilha do Ministério do Turismo - MTur, foram identificados para a construção das proposições do PMT os segmentos protagonistas e coadjuvantes do destino Blumenau. Segmentos protagonistas são as maiores demandas e/ou as que têm oferta de produtos e serviços. Já os segmentos coadjuvantes ainda estão tímidos, pouco estruturados ou reconhecidos como potencial para a atividade turística.

A partir desta identificação dos segmentos turísticos, as propostas de ações do plano poderão priorizar os segmentos a serem trabalhados, valorizar os protagonistas e focar para que os coadjuvantes ao longo da implantação do PMT passem a segmentos protagonistas também.

Segmentos Protagonistas

- Eventos e negócios;

- Cultural (gastronomia, cerveja, festa, museus);
- Técnico-científicos (cerveja, Fritz Müller, cursos);
- Gastronomia e Cerveja;
- Turismo Industrial;
- Turismo de Lazer e Entretenimento.

Segmentos Coadjuvantes

- Turismo de Esporte;
- Turismo de Saúde;
- Ecoturismo;
- Turismo de Aventura;
- Cicloturismo;
- Turismo Rural (Agroturismo).

5.4 Análise SWOT

O método de análise situacional utilizado no processo participativo foi o SWOT - Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) Threats (Ameaças), que serviu para considerar os pontos fortes e fracos, e as oportunidades e ameaças do destino. Por meio da análise de cenários foi possível incentivar gestores públicos, privados e empreendedores a analisarem suas instituições, empresas e o destino sobre diversas perspectivas de forma simples, objetiva e propositiva.

A ferramenta foi utilizada abordando os seguintes temas:

- Meio ambiente;
- Infraestrutura básica e de apoio ao turista;
- Promoção, divulgação e venda do destino;
- Qualificação para o turismo e produto turístico.

MEIO AMBIENTE		
	CONTRIBUI PARA A ESTRATÉGIA DO DESTINO	DIFICULTA A ESTRATÉGIA DO DESTINO
ASPECTOS INTERNOS	<p>S: Quais são os pontos fortes do seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baixa poluição geral do município • Limpeza geral do município • Variedade de recursos naturais • Ajardinamento privado • Parque Ramiro Ruediger • Parque São Francisco de Assis • Parque Nacional da Serra do Itajaí • Conscientização das escolas • Área da Usina do Salto • Abundancia de nascentes • Relevo (vales) • Trilhas de visitação nos parques • Mirantes nos morros (Mirante do Morro do Aipim) • Museu Fritz Müller • Eco Museu Dr. Agobar Fagundes • Passeios ciclísticos e caminhadas • Área do Biergarten • Área da Prainha • Vapor Blumenau • Parque Horto-Botânico Edith Gaertner 	<p>W: Quais são os pontos fracos do seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Limpeza pública deficiente bem como o ajardinamento e arborização pública • Falta esgoto tratado • A reciclagem deficiente • Poluição do Rio Itajaí-Açu • Ocupação desordenada • Danos e ocupação das áreas ciliares • Restrição de acesso ao Parque Nacional da Serra do Itajaí e Spitzkopf • Precariedade do Museu Fritz Müller • Pouco apoio governamental às ações sociais no âmbito do meio ambiente (caso Machu Picchu) • Estado de deterioração da Prainha e Vapor Blumenau

MEIO AMBIENTE		
ASPECTOS EXTERNOS	<p>O: Quais são as oportunidades para o seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existência de várias universidades como pólo de inovação e desenvolvimento • Museu Fritz Müller como área de educação ambiental e referência em estudos de Charles Darwin • A humanização das margens dos rios como área de contemplação pela população e turistas • Aproximar o Rio Itajaí-Açu e a cidade/cidadãos 	<p>T: Quais são as ameaças para o seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poluição do Rio Itajaí-Açu • Enchentes • Instabilidade geológica • Municípios vizinhos mais estruturados para receber segmentos de turismo ecológico e de aventura (Ascurra, Corupá, Ibirama) • Restrição de acesso aos Parques Naturais e mirantes • Baixa efetividade do plano de resíduos sólidos

Tabela 7: Análise SWOT – Meio Ambiente

INFRAESTRUTURA BÁSICA E DE APOIO AO TURISMO		
ASPECTOS INTERNOS	<p>CONTRIBUI PARA A ESTRATÉGIA DO DESTINO</p> <p>S: Quais são os pontos fortes do seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distrito Turístico da Vila Germânica • Aspectos gerais da limpeza urbana • Existência de Patrimônio Histórico Edificado • Internet gratuita em áreas públicas • Quantidade de museus • A Usina Salto (represamento) • Segurança pública • Limpeza urbana 	<p>DIFICULTA A ESTRATÉGIA DO DESTINO</p> <p>W: Quais são os pontos fracos do seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • • Centrais de Atendimento ao Turista – CAT pela sua localização e poucas unidades • • Falta de sinalização turística adequada • • Hotelaria: pouca quantidade de unidades habitacionais e estrutura antiga e inadequada. • • Deficiência de mobilidade urbana • • Ausência de centros de convenções • • Estrutura do Terminal Rodoviário • • Falta de acessibilidade nas ruas e equipamentos turísticos

INFRAESTRUTURA BÁSICA E DE APOIO AO TURISMO		
ASPECTOS EXTERNOS	<p>O: Quais são as oportunidades para o seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Duplicação da BR 470 • Reativação da Ferrovia para trens turísticos • Ampliação da rede hoteleira (investidores externos) • Existência do GT Náutico para planejamento e projetos para o segmento náutico 	<p>T: Quais são as ameaças para o seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estado atual precário da BR 470 • A falta de investimentos e recurso Federal para o município • Retração econômica • Centro de Convenções de Balneário Camboriú

Tabela 8: Análise SWOT – Infraestrutura Básica e de Apoio ao Turismo

PROMOÇÃO, DIVULGAÇÃO E VENDAS		
ASPECTOS INTERNOS	<p>CONTRIBUI PARA A ESTRATÉGIA DO DESTINO</p> <p>S: Quais são os pontos fortes do seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distrito Turístico da Vila Germânica • Aspectos gerais da limpeza urbana • Existência de Patrimônio Histórico Edificado • Internet gratuita em áreas públicas • Quantidade de museus • A Usina Salto (represamento) • Segurança pública • Limpeza urbana 	<p>DIFICULTA A ESTRATÉGIA DO DESTINO</p> <p>W: Quais são os pontos fracos do seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Centrais de Atendimento ao Turista – CAT pela sua localização e poucas unidades • Falta de sinalização turística adequada • Hotelaria: pouca quantidade de unidades habitacionais e estrutura antiga e inadequada. • Deficiência de mobilidade urbana • Ausência de centros de convenções • Estrutura do Terminal Rodoviário • Falta de acessibilidade nas ruas e equipamentos turísticos

PROMOÇÃO, DIVULGAÇÃO E VENDAS		
ASPECTOS EXTERNOS	<p>O: Quais são as oportunidades para o seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mídia espontânea com reportagens nacionais em programas como: Globo Repórter e Fantástico • Divulgação dos Produtos Blumenau como propagandas das cervejas artesanais locais • Eventos nas cidades vizinhas • Novas tecnologias como apps, sites, etc. • Utilização de Redes Sociais como Facebook 	<p>T: Quais são as ameaças para o seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Divulgação das catástrofes climáticas causados pelas chuvas • Crise econômica • Ascensão de outros destinos de cultura alemã e cervejeiros

Tabela 9: Análise SWOT – Promoção, Divulgação e Vendas

QUALIFICAÇÃO PARA O TURISMO		
	CONTRIBUI PARA A ESTRATÉGIA DO DESTINO	DIFICULTA A ESTRATÉGIA DO DESTINO
ASPECTOS INTERNOS	<p>S: Quais são os pontos fortes do seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualidade dos processos (cultura profissional voltada para a disciplina) • Número de instituições de ensino com oferta de formação em várias áreas de estudo • Cultura do pioneirismo 	<p>W: Quais são os pontos fracos do seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pouca formação em outros idiomas • Atendimento em geral sem cultura de hospitalidade • A não valorização por parte dos gestores da certificação e capacitação dos colaboradores • Falta de conscientização por parte da população sobre o que é a atividade turística e seus benefícios econômicos e sociais • O não aproveitamento da mão-de-obra formada em turismo no município • Falta de parceria e cooperação entre academia e mercado para a formação e captação de mão-de-obra

QUALIFICAÇÃO PARA O TURISMO		
ASPECTOS EXTERNOS	<p>O: Quais são as oportunidades para o seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investimentos em ações de qualificação profissional para o turismo • Desenvolver a cultura de atendimento, acolhimento e hospitalidade • Investir na educação básica • Elaborar campanhas de conscientização sobre os benefícios da atividade turística para a comunidade em geral • Valorização da atividade turística como fator de desenvolvimento 	<p>T: Quais são as ameaças para o seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de investimentos na educação básica • Falta de conscientização dos gestores do turismo

Tabela 10: Análise SWOT – Qualificação para o turismo

PRODUTO TURÍSTICO		
ASPECTOS INTERNOS	<p>CONTRIBUI PARA A ESTRATÉGIA DO DESTINO</p> <p>S: Quais são os pontos fortes do seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aspecto geral da limpeza urbana • A gastronomia típica • A diversidade de festas e eventos • A identidade histórica e cultural • Produtos locais como o cristal, artesanato, têxtil, cervejas, etc. • Marca Blumenau • Segurança pública • Distrito Turístico da Vila Germânica • Quantidade de museus • Existência de Patrimônio Histórico Edificado 	<p>DIFICULTA A ESTRATÉGIA DO DESTINO</p> <p>W: Quais são os pontos fracos do seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de roteiros estruturados • Pouca arborização • Horário limitado de atendimento dos equipamentos de alimentos e bebidas • Falta de qualificação profissional nos equipamentos e serviços turísticos • Falta de divulgação do município e demais atrativos além da Oktoberfest • Deficiência em mobilidade urbana • Produtos não estruturados nos diversos segmentos turísticos identificados do destino

PRODUTO TURÍSTICO		
ASPECTOS EXTERNOS	<p>O: Quais são as oportunidades para o seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Explorar a “Marca Blumenau” como atrativo turístico e econômico • Crescimento do turismo Nacional e Internacional • Estruturar produtos para receber o Segmento da Terceira Idade • Estruturar produtos para receber segmento de ecoturismo e turismo de aventura • A quantidade de propriedades rurais • Estruturar produtos para receber o segmento do turismo rural • Reconhecimento do Estado de Santa Catarina como destino turístico • Incentivo da Embratur para turismo interno 	<p>T: Quais são as ameaças para o seu destino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de integração e de ações de cooperação com a região • Precariedade da malha viária e acessos ao município • Desastres naturais • Crise econômica

Tabela 11: Análise SWOT – Produto Turístico

6 PROPOSIÇÕES

O processo de ordenamento de construção do PMT passou por uma profunda mobilização da sociedade com ações de sensibilização e capacitação relacionadas com as atividades turísticas.

A proposta metodológica do PMT foi de uma construção coletiva, participativa e integrada, que mobilizou e envolveu a cadeia produtiva do turismo, agentes públicos e comunidade para participar e colaborar com esta construção, proporcionando orientação e segurança aos atores. Além disso, possibilitou a formação de redes sociais e institucionais dos setores público, privado e comunidade, criando sinergia e corresponsabilidade para a implantação das proposições.

O cronograma para a realização dos Seminários Temáticos estabelecido pela Comissão de estudos do PMT e pelos consultores do Senac foi cumprido e aconteceu entre os meses de junho e novembro de 2015. Os locais de realização das atividades foram itinerantes de forma a prestigiar as entidades que se envolveram no processo. A média de participante em cada atividade foi de 70 pessoas, entre estas, representantes de

órgãos públicos, de entidades ligadas a cadeia produtiva do turismo e comunidade.

Abaixo segue cronograma das atividades coletivas e participativas com datas e locais de realização:

Lançamento do Plano Municipal de Turismo

Dia: 12 de junho

Local: Auditório do SENAC

1º Seminário – Planejamento e Posicionamento de Mercado

Dia: 24 de junho

Local: Auditório da AMPE (Associação das Microempresas, Empresas de Pequeno Porte e Empreendedores Individuais de Blumenau)

2º Seminário – Qualificação Profissional, dos Serviços e da Produção Associada

Dia: 08 de julho

Local: FURB: Auditório do Bloco T – Sala T 110

1º Fórum

Dia: 22 de julho

Local: Auditório do SESI

3º Seminário – Empreendedorismo, Promoção e Captação de Investimentos

Dia: 12 de agosto

Local: Auditório da SDR Blumenau

4º Seminário – Infraestrutura Turística

Dia: 26 de agosto

Local: Auditório da AMMVI

2º Fórum

Dia: 09 de setembro

Local: Auditório da Escola Técnica do Sistema Único de Saúde de Blumenau

5º Seminário – Informação ao Turista, Promoção e Apoio à Comercialização

Dia: 16 de setembro

Local: Hotel SESC

6º Seminário – Monitoramento

Dia: 04 de novembro

Local: UNIASSELVI – Auditório do Campus I/A-04

3º Fórum

Dia: 18 de novembro

Local: Câmara de Vereadores

6.1 Missão e Visão

A formulação da Missão e Visão constitui-se em uma etapa crítica e fundamental do planejamento estratégico, pois a sua proposição determinou os rumos do planejamento do Plano Municipal de Turismo de Blumenau, uma vez que as proposições de cada Seminário Temático estiveram constantemente alinhadas a sua descrição.

MISSÃO
<p>PROMOVER O DESTINO BLUMENAU COM AÇÕES DE FORTALECIMENTO E COOPERAÇÃO, COM ESTRUTURAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE FORMA SUSTENTÁVEL, PARA ATRAIR O TURISTA, DESENVOLVER A ECONOMIA E VALORIZAR A COMUNIDADE.</p>

Tabela12: Missão

VISÃO
<p>SER RECONHECIDO INTERNACIONALMENTE COMO UM DESTINO DE EXCELÊNCIA COM PRODUTOS DIVERSIFICADOS E EXPERIÊNCIA CULTURAL DE BASE GERMÂNICA.</p>

Tabela13: Visão

6.2 Proposições dos Seminários Temáticos e Fóruns

Os Seminários Temáticos foram atividades realizadas com o objetivo de promover as discussões em grupo, de forma coletiva e participativa, onde foi possível não apenas entender a dinâmica do turismo de Blumenau e região, mas também serviu como subsídios para a construção das proposições que contribuíram para o desenvolvimento sustentável da atividade.

Foram realizados seis Seminários Temáticos, de oito horas cada, conduzidos por consultores especialistas em cada tema.

Os temas estratégicos foram:

- 1- Planejamento e Posicionamento de Mercado
- 2- Qualificação profissional, dos Serviços e da Produção Associada
- 3- Empreendedorismo, Promoção e Captação de Investimento
- 4- Infraestrutura Turística
- 5- Informação ao Turista, Promoção e Apoio à Comercialização
- 6- Monitoramento

Durante o processo metodológico para a construção das proposições do PMT, foram utilizados formulários de proposições em cada um dos seminários. As proposições elaboradas para o PMT estão sintetizadas neste documento em tabelas para melhor estruturação e compreensão das mesmas. Cada tabela está subdividida nos seguintes itens:

Programa - um grupo de subprogramas, ações e tarefas relacionadas aos temas dos seminários que estão alinhadas com as políticas públicas Federal e Estadual. Os programas foram gerenciados de forma estratégica, coordenada, visando à obtenção de benefício conjunto do PMT.

Subprogramas - os subprogramas são os desmembramentos ou divisão de um programa no mesmo contexto.

Objetivos - expõem os resultados que se pretende atingir, o público, os benefícios das ações e tarefas e deixa clara a ação que se quer realizar.

Ações - descreve as etapas necessárias para atingir os objetivos.

Tarefas - é o detalhamento das tarefas a serem realizadas para que se atinjam os objetivos e as ações propostas.

Prioridades - as prioridades das ações podem ser definidas como Alta - de 0 a 2 anos; Média - de 2 a 6 anos; Baixa - de 6 a 10 anos.

Prazo - determina o tempo para a realização da ação a partir da aprovação do PMT pela Câmara de Vereadores. Ex: 2 anos a partir da aprovação.

Entidades - relaciona as entidades, instituições ou órgão que serão os responsáveis pela implantação ou implementação das ações.

Recursos - nesta etapa do plano os recursos de aporte financeiro são apenas indicativos de possíveis fontes de recursos, não tem por intenção definir custos.

Indicadores - os indicadores são os resultados que se pretende atingir para cada ação proposta no plano que será medida e avaliada periodicamente.

2º Seminário: Qualificação Profissional, dos Serviços e da Produção Associada

Data: 08/07/2015

Especialista: Tiago Savi Mondo

Validação no Fórum em: 22/07/2015

2º SEMINÁRIO - PROGRAMA - QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL, DOS SERVIÇOS E DA PRODUÇÃO ASSOCIADA

SUBPROGRAMA - ACESSO E SEGURANÇA

OBJETIVO	AÇÃO	TAREFA	PRIORIDADE	PRAZO	ENTIDADES	RECURSOS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> Melhorar o serviço do transporte público coletivo 	<ul style="list-style-type: none"> Articular com as empresas de transporte ações de melhoria da estrutura e de informação dos equipamentos de transporte público 	<ul style="list-style-type: none"> Articular para melhor disponibilização de informações, horários e itinerários do transporte coletivo nos idiomas inglês, alemão e espanhol Melhorar atendimento ao cliente Monitorar a renovação e manutenção da frota Monitorar a frotas adaptadas para acessibilidade Articular para aumentar o número de itinerários e horários Articular com órgão competente a construção de novos terminais e estações de pré-embarque 	Alta	2 anos	SETERB PMB SECTUR	<ul style="list-style-type: none"> PP 	<ul style="list-style-type: none"> Informativos nos idiomas inglês, alemão e espanhol Nº da Frota adaptada Aumento no número de itinerários e horários Construção de novos terminais e estações de pré-embarque
<ul style="list-style-type: none"> Disponibilizar locais de estacionamento para ônibus de turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Implementar locais de estacionamento para ônibus turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Fazer um estudo de locais de bolsões de estacionamento adequados Definir regulamentação de uso desses espaços 	Alta	1 ano	CMT PMB SECTUR SETERB VIGILÂNCIA SANITÁRIA SEPLAN Guias de Turismo		

<ul style="list-style-type: none"> Facilitar o acesso aos hotéis e atrativos turísticos proporcionando mais segurança ao turista 	<ul style="list-style-type: none"> Adequar os locais de embarque e desembarque em hotéis e atrativos turísticos seguindo critérios de acessibilidade 	<ul style="list-style-type: none"> Estudo de viabilidade de implantação 	Alta	1 ano	COOPERTÁXI DEINFRA PMB SEPLAN SETERB SIHORBS	<ul style="list-style-type: none"> PP 	<ul style="list-style-type: none"> Reunião com entidades Elaboração do estudo de viabilidade Adequação dos locais de desembarque
<ul style="list-style-type: none"> Facilitar o acesso rodoviário do município 	<ul style="list-style-type: none"> Melhorar as vias de acesso 	<ul style="list-style-type: none"> Articular junto aos órgãos competentes para a conclusão da duplicação da BR 470 Articular junto aos órgãos competentes para implementação da SC 108 Articular junto aos órgãos competentes para a manutenção e sinalização da Rodovia Jorge Lacerda e Contorno de Gaspar 	Baixa	3 anos	Assoc. de Classe, Bancada Catarinense (Estadual, Federal) CMT, CODEIC, CVB, FAEMA, FATMA, Gov. Estadual e Federal, intendência da Vila Itoupava, PMB, SEPLAN, SETERB	<ul style="list-style-type: none"> Federal e Estadual 	<ul style="list-style-type: none"> Nº de Reuniões de Articulações Nº de Entidades envolvidas

SUBPROGRAMA - ELEMENTO HUMANO

OBJETIVO	AÇÃO	TAREFA	PRIORIDADE	PRAZO	ENTIDADES	RECURSOS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> Promover a mudança de cultura para a integração do setor com foco no atendimento ao cliente 	<ul style="list-style-type: none"> Treinamento e Formação de Gestores do Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Criar núcleos de discussão de integração Realizar missões técnicas Definir um modelo de gestão compartilhado para o destino Promover cursos de aperfeiçoamento (marketing turístico, inovações tecnológicas, planejamento estratégico, relacionamento interpessoal) Palestras de sensibilização para a valorização dos profissionais do turismo 	Alta	Contínuo	ACIB AMPE CDL CMT BVEC&VB IES SECTUR SENAC SETERB SIHORBS	<ul style="list-style-type: none"> Público Privado 	<ul style="list-style-type: none"> Nº de reuniões de discussão Nº de participantes nas reuniões Nº de gestores qualificados

<ul style="list-style-type: none"> • Tornar os museus mais atrativos, como um espaço de produção científica, cultural e pedagógica 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar programa de qualificação de atendimento em museus 	<ul style="list-style-type: none"> • Oferecer qualificação e aperfeiçoamento específico para atendentes, monitores e gestores dos museus públicos e privados • Formalizar solicitação a PMB para criação de diretoria de museus pela Fundação Cultural de Blumenau • Contratação de profissionais por concurso público (museólogos, historiadores, biólogos, antropólogos, turismólogos, atendentes/monitores) • Realizar parceria com instituições privadas • Realizar estudo de viabilidade de precificação dos Museus • Realizar estudo de viabilidade de museus públicos a serem geridos por organização social com gestão compartilhada • Estudo e ampliação dos horários de atendimento dos museus 	<p>Alta</p>	<p>2 anos</p>	<p>ACIB CDL CMT CMPC BVEC&VB FAEMA FCB GEPVI Guias de turismo e condutores IES SAMAE SECTUR SENAC SIHORBS SINDILOJAS SEM/SC ACCTB</p>	<p>Sectur PMB FMC Iniciativa privada Governo Federal e Estadual</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Criação da diretoria • Nº de cursos de qualificação e aperfeiçoamento • Nº de profissionais qualificados • Realização de concurso público • Realização de parcerias público-privado • Pesquisa de satisfação do turista • Fluxo quantitativo
---	--	---	-------------	---------------	---	---	--

<ul style="list-style-type: none"> Melhorar o atendimento ao turista e a comunidade de Blumenau 	<ul style="list-style-type: none"> Qualificar profissionais na área de atendimento ao turista 	<ul style="list-style-type: none"> Determinar quais os segmentos e formas de vinculação de certificado com emissão de alvará Promover cursos de qualidade no atendimento Estudar a forma de vincular o curso de qualidade no atendimento ao turista à liberação do alvará de serviço Sensibilizar gestores e colaboradores sobre a necessidade do conhecimento de outro idioma Ofertar cursos de idiomas inglês, espanhol e alemão Público (receptionistas de hotéis e eventos, atendentes de alimentos e bebidas, taxistas, frentistas, GMT, PM, Polícia Civil, Ambulantes, artesãos, comerciários, monitores da Área Azul, atendentes CAT's, atendentes área de saúde, motoristas e cobradores de ônibus, condutores culturais, guias de turismo) 	<p>Alta</p>	<p>Contínuo</p>	<p>CDL CMT COOPERTÁXI BVEC&VB ESCOLAS DE IDIOMAS IES PMB SEBRAE SEFAZ SECTUR SENAC SESI SETERB SIHORBS SINDILOJAS</p>	<p>Público e Privado</p>	<ul style="list-style-type: none"> Palestra de sensibilização Nº de cursos realizados Definição dos cursos Nº de pessoas e entidades participantes qualificadas Estudo de vinculação do curso de qualidade no atendimento ao turista à liberação do alvará de serviço
--	--	---	-------------	-----------------	---	--------------------------	--

<ul style="list-style-type: none"> Promover a criação de selos de certificação para consolidação da qualidade de produtos e serviços turísticos em Blumenau 	<ul style="list-style-type: none"> Criar selos de certificações por segmentos 	<ul style="list-style-type: none"> Formar grupo de discussão para determinar segmentos (acessibilidade) Sensibilizar o trade sobre a importância de selos de qualificação Elaborar programa de certificação por segmentos Buscar parcerias com sindicatos de classe, universidade e outras entidades Implantar o selo 	Alta	2 anos	BVEC&VB CDL CMT EPAGRI FIESC IES SEBRAE SEDEC SENAC SENAR SETUR SIHORBS SINDILOJAS VS	PP	<ul style="list-style-type: none"> Criação do grupo de discussão Elaboração do programa de certificação por segmento Quantidade de pessoas certificadas Quantidades de organizações certificadas Pesquisas de mercado
<ul style="list-style-type: none"> Fomentar o turismo nas escolas 	<ul style="list-style-type: none"> Criar programa de educação para o turismo na rede de ensino que promova a sensibilização para a atividade turística 	<ul style="list-style-type: none"> Criar grupos de discussões Elaborar projetos em parceria com as redes de ensino 	Alta	Contínuo	CME GERED HISTORIADORES SME IES SECTUR SEMAE SEMED SENAC SESCOB	PP	<ul style="list-style-type: none"> Nº de reuniões Elaboração do programa Implantação do programa

SUBPROGRAMA - EXPERIÊNCIA							
OBJETIVO	AÇÃO	TAREFA	PRIORIDADE	PRAZO	ENTIDADES	RECURSOS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> Tornar o Rio Itajaí-Açu um atrativo de lazer e cultura que promova a contemplação, atividades náuticas e de educação ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> Criar uma comissão de discussão para definir o destino do Vapor Blumenau Elaborar um roteiro de turismo náutico e contemplação do Rio Itajaí-Açu Viabilizar atividades esportivas e náuticas em várias modalidades (remo, canoagem, jet-ski, entre outros) Desenvolver projetos de educação ambiental em parceria público-privada 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar reuniões de discussão das ações Elaborar mapeamento das potencialidades de atrativos no Rio Itajaí-Açu Elaborar projeto para a Construção de uma Marina no Bairro Ponta Aguda - na Rua Silvano Candido da Silva Sênior. Elaborar estudo de viabilidade para a navegação do Rio Itajaí-Açu até o litoral com a construção de píeres, mirantes e trilhas (verificar veículos híbridos, retirada de pedra) 	Médio	4 anos	ACATMAR BVCC CVB Capitania dos Portos CELESC Clube Náutico América FAEMA FATMA FCB GT Náutico GTEAL MP Órgãos Ambientais PMB Prefeitura de Gaspar e Ilhota SECTUR SEMED SENAC	PP	<ul style="list-style-type: none"> Elaboração dos estudos e projetos Elaboração dos roteiros Formação da comissão de discussão ATA de reuniões Realização de esportes náuticos

<ul style="list-style-type: none"> Transportar os turistas, visitantes e comunidade aos atrativos turísticos da cidade 	<ul style="list-style-type: none"> Criação da linha de turismo – citytour 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar estudo de viabilidade econômica Definir roteiros e periodicidade de passeios 	<p>Alta</p>		<p>CDL BVEC&VB FAEMA FCB GUIAS DE TURISMO E CONDUTORES SAMAE SEPLAN SESC SETERB SETUR SINDILOJAS</p>	<p>Federal, Estadual Municipal Parceria público-privado</p>	<ul style="list-style-type: none"> Estudo de viabilidade Nº de roteiros Número de passageiros utilizando a linha de turismo
<ul style="list-style-type: none"> Valorizar a técnica construtiva Enxaimel 	<ul style="list-style-type: none"> Criar um roteiro de turismo de experiência com foco nas edificações com técnica Enxaimel 	<ul style="list-style-type: none"> Formatar o produto Sensibilizar os proprietários de edificações de técnica construtiva Enxaimel para aderirem ao roteiro Firmar parcerias com as agências de turismo, guia de turismo/ condutor cultural, motoristas de transporte turístico, arquitetos/ historiadores Dispor estrutura para montagem na técnica construtiva Enxaimel que promova ao turista experiências sensoriais de montagem utilizando a técnica. Abordar os aspectos históricos da técnica Enxaimel 	<p>Alta</p>	<p>2 anos</p>	<p>ACCTB Associação dos Arquitetos CMT COPE BVEC&VB FCB IES SECPLAN IHB Intendência da Vila Itoupava IPHAN SECTUR</p>	<p>PP</p>	<ul style="list-style-type: none"> Formatação do produto Sensibilização dos proprietários Parceiras público-privada Definição de espaço e estrutura para montagem na técnica construtiva Enxaimel

<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar aos turistas, visitantes e comunidade a experiências das atividades de Clubes de Caça e Tiro • Valorizar e promover a manutenção dos Clubes de Caça e Tiro • Promover renda para os Clubes de Caça e Tiro 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer a programação do Projeto Schützentag (Dia do Tiro) nos Clubes de Caça e Tiro 	<ul style="list-style-type: none"> • Divulgar a programação ao público geral • Firmar parcerias com as agências de turismo e receptivo • Firmar parceria com poder público 	<p>Alta</p>	<p>Contínuo</p>	<p>ACCTB Agências de turismo Receptivo SECTUR BVEC&VB PMB SIHORBS</p>	<p>ACCTB e poder público</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de clubes cadastrados participando do roteiro • Número de participantes do programa • Reuniões de parceiros • Agências que comercializam o produto • N° de veiculação
--	---	---	-------------	-----------------	---	------------------------------	--

<ul style="list-style-type: none"> • Promover a educação ambiental • Utilizar a atividade turística como uma ferramenta de conservação ambiental • Desenvolver e valorizar a economia local • Proporcionar ao turista uma vivência e conhecimento da biodiversidade da Mata Atlântica 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar o plano de desenvolvimento turístico sustentável da Nova Rússia 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar projetos de educação ambiental em parceria com IES, GTEAL • Criar o roteiro de ecoturismo na Nova Rússia • Utilizar a personalidade “Fritz Müller” com mascote na divulgação do turismo de natureza (materiais promocionais) 	<p>Média</p>	<p>4 anos</p>	<p>ACAPRENA Agências de turismo Ass. Moradores Ass. Nova Rússia Preservada Associação de Moradores da Rua Santa Maria Nova Rússia CMT FAEMA GMT GTEAL IES Intendência distrital do Garcia Polícia Ambiental ICMBIO SAMAE SECTUR SEMED SENAC SEPLAN DC</p>	<p>PP</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboração e implantação do projeto de educação ambiental • Elaboração e implantação do plano de desenvolvimento turístico sustentável da Nova Rússia • Criação do Roteiro Turístico da Nova Rússia
---	--	---	--------------	---------------	---	-----------	---

Tabela 14: Proposições de Qualificação Profissional dos Serviços e da Produção Associada

3º Seminário: Empreendedorismo, Promoção e Captação de Investimentos

Data: 12/08/2015

Especialista: Luciane Camilotti

Validação no Fórum em: 09/09/2015

PROGRAMA - EMPREENDEDORISMO

SUBPROGRAMA - DESENVOLVIMENTO LOCAL E REGIONAL

OBJETIVO	AÇÃO	TAREFA	PRIORIDADE	PRAZO	ENTIDADES	RECURSOS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> Legalizar a comercialização do produto Kochkäse 	<ul style="list-style-type: none"> Acompanhar o processo de registro do Kochkäse como patrimônio imaterial e cultural junto ao IPHAN Iniciar o projeto de Indicação Geográfica IG do Kochkäse no Vale Europeu no INPI Legalizar o processo de produção do Kochkäse 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniões de articulação com as entidades envolvidas para indicar o gestor do registro Identificar os produtores associados do produto Legalizar e padronizar o processo de fabricação Criar mecanismos de comercialização do Kochkäse 	Média	2 anos	ACCTB CIDASC CIMVI Comerciantes das Feiras Livres COOPERPROVE BVEC&VB CVB EPAGRI FCB FURB INPI IPHAN MAPA PMB SEBRAE SEDEC SENAC Sindicatos VS	PP	<ul style="list-style-type: none"> Atas de reuniões Legalização do produto Kochkäse Registro no IPHAN e INPI Comercialização do Kochkäse

<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar a permanência do turista na região • Alavancar a economia da atividade turística 	<ul style="list-style-type: none"> • Formatar roteiros de experiência do Vale Europeu 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar um levantamento nos municípios da região do Vale Europeu sobre os possíveis produtos que poderão compor os roteiros • Realizar reunião de articulação com os municípios e entidades envolvidas • Desenvolver propostas criativas com base nas orientações da Economia da Experiência • Envolver os municípios na formatação dos roteiros • Promover visita interna de guias e condutores 	Alta	2 ano	Agências de turismo AMMVI BVEC&VB IGR PMB SEBRAE Secretarias de Turismo dos municípios envolvidos SENAC SINDILOJAS SIRHOBS	PP	<ul style="list-style-type: none"> • Atas de reuniões • N° roteiros ofertados
<ul style="list-style-type: none"> • Promover a gestão integrada do turismo no Vale Europeu 	<ul style="list-style-type: none"> • Ativar a Instância de Governança Regional • Fortalecer a IGR 	<ul style="list-style-type: none"> • Criar um fórum de discussão para definir gestão e atividades da IGR • Elaborar critérios de adesão e permanência na IGR • Encaminhar convite solicitando a participação e carta de adesão das entidades que compõe o grupo de trabalho da Instância. • Definir cronograma de atividades. • Realizar missão técnica junto a uma das instâncias que estão atuantes. 	Alta	1 ano	Agências de Viagens BVEC&VB Entidades de classe PMB SECTUR Sindicatos SOL	PP	<ul style="list-style-type: none"> • Ata de reuniões • N° de entidades envolvidas • Calendário anual de atividades

<ul style="list-style-type: none"> • Incentivar o trabalho e a renda por meio do resgate e promoção cultural dos produtos gastronômicos tradicionais e artesanais • Fortalecer os produtos gastronômicos locais com foco na Economia da Experiência (cuca, linguiça, geléias, embutidos, licor de cerveja, cerveja, licores, Kochkäse, queijos, cachaça, dentre outros) 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar o levantamento dos produtores da gastronomia tradicional e ou artesanal (cuca, linguiça, geleias, embutidos, licor de cerveja, cerveja, licores, Kochkäse, queijos, cachaça, dentre outros) • Promover a qualificação para a comercialização 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar levantamento dos produtores artesanais e industriais locais e regionais • Capacitar os produtores com o foco na produção artesanal com resgate da gastronomia regional • Desenvolver propostas criativas com base nas orientações da Economia da Experiência • Formatar roteiros para comercialização 	<p>Média</p>	<p>3 anos</p>	<p>ABRASEL AMMVI Associações BVEC&VB Guias e Condutores IGR PMB Produtores artesanais SEBRAE SECTUR SENAC SENAR SIHORBS VS EPAGRI SEDEC ACCTB</p>	<p>PP</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Atualização constante dos inventários • Quantidade de qualificados • Roteiro formatado
---	--	---	--------------	---------------	---	-----------	--

SUBPROGRAMA - ECONOMIA LOCAL							
OBJETIVO	AÇÃO	TAREFA	PRIORIDADE	PRAZO	ENTIDADES	RECURSOS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> Regularizar as atividades relacionadas ao turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Minimizar a informalidade das atividades turísticas do município Profissionalizar a indústria do turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar as atividades relacionadas ao turismo no município. Elaborar campanha de sensibilização sobre importância de registro no CADASTUR e sobre a regularização das atividades relacionadas ao turismo Regularizar a prestação de serviços das atividades turísticas (ambulantes, garçons, taxistas, guias, condutores casas de aluguel, etc. 	Média	3 anos	CDL Diretoria de fiscalização e Posturas PMB SEBRAE SEPLAN SEFAZ SECTUR SENAC SIHORBS SINDILOJAS VS	PP	<ul style="list-style-type: none"> Número de empresas regularizadas Número de empresas e prestadores de serviços registradas no CADASTUR Número de palestras de sensibilização Índice de variação na arrecadação do ISS

<ul style="list-style-type: none"> Organizar e promover a atividade turística Dar visibilidade ao setor Disponibilizar informações relevantes aos gestores do turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Criar gestão por indicadores 	<ul style="list-style-type: none"> Articular reuniões com entidades, poder público e iniciativa privada para definir indicadores relevantes à atividade turística Avaliar ferramentas disponíveis no mercado Realizar benchmarking em destino referência Definir ferramentas de controle Definir períodos para avaliação Organizar processo de preenchimento e atualização dos indicadores Definir indicadores, ex. indicadores (satisfação do turista, fluxo turístico, desempenho hoteleiro, satisfação do turista em atrativos turísticos, pesquisa em eventos, capacidade de carga no destino e atrativos turísticos, desempenho da economia turística) 	<p>Alta</p>	<p>1 ano</p>	<p>Agentes de turismo Iniciativa privada Poder Público Municipal e Estadual PMB SEFAZ</p>	<p>PP</p>	<ul style="list-style-type: none"> Número de indicadores Número de entidades, poder público e iniciativa privada envolvidos Processo de indicadores atualizado
<ul style="list-style-type: none"> Fomentar a economia das empresas de transporte Aumentar número de produtos e serviços oferecidos aos turistas Qualificar os serviços 	<ul style="list-style-type: none"> Promover a criação de Arranjo Produtivo Local com os serviços de transporte turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar possíveis parceiros Reunião de articulação e sensibilização para a criação de APL com as entidades relacionadas Regulamentar o sistema de receptivo/transporte turístico permanente Capacitar, organizar a atividade Divulgar e comercializar e serviços 	<p>Média</p>	<p>2 anos</p>	<p>Agências de turismo ANTT CMT DETER Empresas de Transporte turístico SETERB SIHORBS TAXISTAS Vans de serviços Taxi aéreo GT náutico</p>	<p>PP</p>	<ul style="list-style-type: none"> Criação de APL de transporte turístico Regulamentação da atividade Número de atendimento

<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar a permanência do turista na cidade • Alavancar a economia da atividade turística 	<ul style="list-style-type: none"> • Criar roteiros locais e regionais segmentados 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar reuniões de articulação com entidades envolvidas • Relacionar atrativos turísticos e produção associada • Definir processo de construção dos roteiros • Definir entidade que vai elaborar de forma coletiva os roteiros segmentados 	<p>Alta</p>	<p>2 anos</p>	<p>Agências de viagem, receptivo e operadoras de turismo Associação de Artesãos Associações CMT BVEC&VB IES FCB FURB GUIAS DE TURISMO PMB SEBRAE SECTUR SENAC SIHORBS</p>	<p>PP</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ata da reunião • Roteiros formatados
<ul style="list-style-type: none"> • Atrair novos investimentos • Incentivar os negócios existentes para melhorias e aperfeiçoamentos 	<ul style="list-style-type: none"> • Criar incentivos fiscais para a cadeia produtiva do turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar as leis existentes • Analisar e adequar leis se necessário • Desburocratizar as formalidades legais referentes a atividade do turismo 	<p>Alta</p>		<p>CVB SIHORBS AMPE SINDILOJA ACASC SETUR SEDEC PROGEM SECOVI ACIB CDL</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Levantamento das leis existente • Adequação das leis • Novas leis criadas • Números de novos investimentos atraídos

<ul style="list-style-type: none"> • Requalificar o espaço urbano mediante a revalorização e implantação de equipamentos para moradores e visitantes 	<ul style="list-style-type: none"> • Implantação das propostas do Distrito Turístico da Vila Germânica 	<ul style="list-style-type: none"> • Alargamento dos passeios públicos • Implantação de pista (ciclovía e circuito de caminhada), • Incentivar a diversidade de usos, com foco no comércio gastronômico; • Estacionamentos nas ruas laterais, fundos das edificações históricas e núcleos próprios de estacionamento • Implantação da Via Turística: • Reestruturar a via, criando um calçadão multifuncional; • Promover desfiles e comemorações; • Utilizar a Via Turística como continuidade do Parque Ramiro Rudiger; • Disponibilizar os equipamentos de gestão pública para diferentes tipos de utilização 	<p>Média</p>	<p>3 anos</p>	<p>SEPLAN SECTUR TRADE Comunidade</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de reuniões • Nº de palestras de sensibilização • Execução das propostas
---	---	---	--------------	---------------	---	---

SUBPROGRAMA - INOVAÇÃO							
OBJETIVO	AÇÃO	TAREFA	PRIORIDADE	PRAZO	ENTIDADES	RECURSOS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> Promover o turismo de experiência por meio da produção de iguarias locais Incentivar a produção associada da gastronomia 	<ul style="list-style-type: none"> Workshop da Gastronomia tradicional de Blumenau 	<ul style="list-style-type: none"> Reunião de articulação com as entidades envolvidas Identificar a produção associada da gastronomia Estudar formas de apropriar a experiência nos eventos 	Alta	2 anos	Charcutarias Empresas privadas Panificadoras Produção associada PVG SEBRAE SENAC SIHORBS CERVEJARIAS ESCM	PP	<ul style="list-style-type: none"> Ata da reunião Workshops realizados Avaliação
SUBPROGRAMA - MERCADO							
OBJETIVO	AÇÃO	TAREFA	PRIORIDADE	PRAZO	ENTIDADES	RECURSOS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> Tornar a Marca Blumenau reconhecida como referência em qualidade 	<ul style="list-style-type: none"> Regulamentar a Marca Blumenau 	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar concepção da Marca Blumenau Relacionar produtos existentes Elaborar regulamento Estabelecer critérios para uso da Marca Blumenau 	Alta	2 anos	ACIB CVB CMT BVEC&VB FIESC PMB SEDEC	PP	<ul style="list-style-type: none"> Concepção da Marca definida Regulamentação criada
<ul style="list-style-type: none"> Criar ticket único para fortalecer os atrativos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar estudo sobre a instituição do ticket único para fortalecer os atrativos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> Mapear atrativos turísticos Estabelecer roteiros Determinar pontos de vendas 	Alta	1 ano	FCB Trade SECTUR	PP	<ul style="list-style-type: none"> Quantidade de visitantes Atrativos turísticos integrados

<ul style="list-style-type: none"> • Formatar roteiros turísticos com opções relacionadas aos segmentos e disponibilidades de produtos/serviços 	<ul style="list-style-type: none"> • Criar roteiros segmentados 	<ul style="list-style-type: none"> • Mapear os roteiros • Mobilizar a cadeia produtiva do turismo • Elaborar/organizar os roteiros • Promover e divulgar os roteiros em mídia especializada aos diferentes públicos 	Alta	1 ano	Iniciativa privada PMB SECTUR SENAC	PP	<ul style="list-style-type: none"> • Quantidade de roteiros criados • Quantidade de visitas
--	--	---	------	-------	--	----	---

Tabela15: Empreendedorismos, promoção e captação de investimentos

<p>4º Seminário: Infraestrutura Turística Data: 26/08/2015 Especialista: Álvaro Ornelas Validação no Fórum em: 09/09/2015</p>							
PROGRAMA - INFRAESTRUTURA TUÍSTICA							
SUBPROGRAMA - BNU + Smart							
OBJETIVO	AÇÃO	TAREFA	PRIORIDADE	PRAZO	ENTIDADES	RECURSOS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> • Criar ticket único para fortalecer os atrativos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar estudo sobre a instituição do ticket único para fortalecer os atrativos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Mapear atrativos turísticos • Estabelecer roteiros • Determinar pontos de vendas 	Alta	1 ano	FCB Trade SECTUR	PP	<ul style="list-style-type: none"> • Quantidade de visitantes • Atrativos turísticos integrados
<ul style="list-style-type: none"> • Formatar roteiros turísticos com opções relacionadas aos segmentos e disponibilidades de produtos/serviços 	<ul style="list-style-type: none"> • Criar roteiros segmentados 	<ul style="list-style-type: none"> • Mapear os roteiros • Mobilizar a cadeia produtiva do turismo • Elaborar/organizar os roteiros • Promover e divulgar os roteiros em mídia especializada aos diferentes públicos 	Alta	1 ano	Iniciativa privada PMB SECTUR SENAC	PP	<ul style="list-style-type: none"> • Quantidade de roteiros criados • Quantidade de visitas

<ul style="list-style-type: none"> Tornar os museus municipais mais atrativos e dinâmicos com o uso de recursos de interatividade e/ou tecnologia 	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar um programa de requalificação dos museus de Blumenau 	<ul style="list-style-type: none"> Articular com iniciativa pública/privada a elaboração do programa. Buscar recursos Federais e estaduais Capacitar profissionais que atuam da área 	Alta	0 a 2 anos	Adm. Dos museus privados Associação dos Amigos dos Museus SENAC FCB SEM/SC SECTUR SAMAE FAEMA	Público-Privado IBRAM Leis de incentivo à cultura	<ul style="list-style-type: none"> Ata de reuniões Elaboração do projeto Implantação do Programa. Pesquisa de avaliação junto ao público final.
<ul style="list-style-type: none"> Criar espaços de contemplação e vivência turística em Blumenau. 	<ul style="list-style-type: none"> Criar uma rota de mirantes em Blumenau. 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar os locais para instalar mirantes. Realizar Estudos e projetos de execução. Identificar parceiros privados para oferecer uso dos equipamentos/ serviços aos visitantes Revitalizar mirantes existentes 	Baixa	5 anos ou +	ACAPRENA ACIB CDL CMT FAEMA SAMAE SECTUR SEPLAN SINDILOJAS IAB	PP	<ul style="list-style-type: none"> Elaboração de projetos executivos Mirantes qualificados à visitação
<ul style="list-style-type: none"> Proporcionar a comunidade e aos turistas um número maior de espaços de lazer 	<ul style="list-style-type: none"> Apoiar a criação de novos espaços públicos de lazer em Blumenau a exemplo do projeto Centro Vivo 	<ul style="list-style-type: none"> Participar das reuniões de planejamento do Centro Vivo e outras propostas de desenvolvimento de lazer Propor ações de lazer que seguem critérios das cidades criativas 	Média	5 a 10 anos	ACIB CDL CMT Conselhos Entidades IPHAN PMB SINDILOJAS SINDUSCON SOL SECOVI SEPLAN IAB	pp	<ul style="list-style-type: none"> Ata de reunião

<ul style="list-style-type: none"> Promover alternativas de transporte para o turista para além do automóvel. 	<ul style="list-style-type: none"> Melhorar a mobilidade turística no Centro Histórico e corredor de serviço de Blumenau. 	<ul style="list-style-type: none"> Revisar mapeamento existente para bicicletas no centro. Elaborar projeto para locação de bicicletas turísticas no centro. Rever e adaptar a legislação para reduzir a velocidade de veículos no centro. Elaborar projeto de acessibilidade no centro e corredores de serviço Identificar locais para estacionamentos integrados com espaços de convivência Realizar reuniões de articulação e alinhamento sobre a proposta. Definir cronograma de ações. 	Média	4 anos	ABADA ABC CICLOVIAS ABLUDEF ACEVALE ACIB CDL CMT COMDEPA BVEC&VB CVB SEPLAN SETERB SECTUR SINDILOJAS	pp	<ul style="list-style-type: none"> das reuniões Mapeamento revisado Projetos elaborados
--	--	--	-------	--------	--	----	--

SUBPROGRAMA - BNU + Criatividade

OBJETIVO	AÇÃO	TAREFA	PRIORIDADE	PRAZO	ENTIDADES	RECURSOS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> Manter preservada na memória, fatos referentes as enchentes que assolam Blumenau e demonstram o espírito de solidariedade, superação e a capacidade de reconstrução. 	<ul style="list-style-type: none"> Criar memorial das enchentes 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar reuniões de alinhamento com poder público e sociedade civil. Elaborar projeto conceitual Montar o arquivo documental das enchentes e catástrofes, com informações, fotos, documentos, depoimentos, objetos para o memorial. Estudo de local para implantação 	Média	4 anos	Ass. Dos Bairros Bombeiros Defesa civil FBC FURB (IPA) IE Igrejas JEEP CLUBE, SEMUDES SECTUR	Público Privado	<ul style="list-style-type: none"> Ata reunião Organização do arquivo histórico das enchentes e catástrofes Elaboração projeto conceitual Realização do memorial

<ul style="list-style-type: none"> Ampliar o fluxo turístico de Blumenau para a Região do Vale Europeu 	<ul style="list-style-type: none"> Criar um bilhete único de transporte turístico que integre Blumenau com a região do Vale Europeu 	<ul style="list-style-type: none"> Promover reuniões de articulação com os municípios e empresas de transporte da região do Vale Europeu. Elaborar estratégia para implantação do bilhete único de transporte turístico. Comercializar o bilhete único de transporte turístico na Região do Vale Europeu. 	Média	4 anos	CMT Empresas de transporte da região do Vale Europeu IGR SECTUR SETERB	PP	<ul style="list-style-type: none"> Criação do bilhete único de transporte turístico Pontos de comercialização
SUBPROGRAMA - BNU + Criatividade							
OBJETIVO	AÇÃO	TAREFA	PRIORIDADE	PRAZO	ENTIDADES	RECURSOS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> Diversificar o modal de acesso à Blumenau e Região do Vale Europeu. 	<ul style="list-style-type: none"> Implantar rota de navegação entre Itajaí-Blumenau. 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar processo de manifestação de interesse privado (de acordo com Lei 8666) para o uso de rota intermunicipal entre os municípios de Itajaí, Ilhota, Gaspar e Blumenau. 	Média	4 anos	Comitê da Bacia do Rio Itajaí-Açú GT Náutico SC Marinha do Brasil Órgãos ambientais Órgãos públicos dos Município banhados pelo Rio PMB	PP	<ul style="list-style-type: none"> Realização do termo de referência Realização do processo de licitação de acordo com a Lei 8666.
<ul style="list-style-type: none"> Melhorar a infraestrutura e humanizar os acessos rodoviários à Blumenau 	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar estudos de rodovias humanizadas, incluindo ciclofaixas, calçadas e faixa de travessia suspensa. 	<ul style="list-style-type: none"> Promover reuniões de articulação para estudo de melhoria da rodovia junto aos órgãos competentes nas esferas federais, estaduais e municipais. Elaborar diagnóstico de viabilidade de projetos de acesso nas principais entradas (norte, sul, leste e oeste) de Blumenau. Verificar a existência de projetos 	Alta	2 anos	CVB DEINFRA DNIT Ministério da Integração MCIDADES MT PMB SEPLAN SOL	PP	<ul style="list-style-type: none"> Ata de reuniões realizadas Projetos elaborados

<ul style="list-style-type: none"> Melhorar a orientação do turista para chegar ao destino Blumenau 	<ul style="list-style-type: none"> Melhorar a sinalização turística de acesso ao município de Blumenau. 	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar um diagnóstico dos fluxos turísticos rodoviário à cidade de Blumenau. Criar um cronograma de execução de projetos de sinalização turística conforme as demandas de mercado. Elaborar projetos de sinalização turística para ser implantado de acordo com o cronograma desenvolvido. 	<p>Media</p>	<p>3 anos ou +</p>	<p>AMMVI CMT DEINFRA DNIT Governo do Estado IGR MCIDADES MTur Prefeituras municipais SDR SECTUR SOL</p>	<p>Público</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ata das reuniões com os órgãos federais e estaduais Projetos de sinalização turística elaborados.
SUBPROGRAMA - COMUNICAÇÃO							
OBJETIVO	AÇÃO	TAREFA	PRIORIDADE	PRAZO	ENTIDADES	RECURSOS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> Promover todas as atividades culturais existentes em Blumenau e na Região Turística do Vale Europeu. 	<ul style="list-style-type: none"> Ampliar e Fortalecer o uso do aplicativo Blumenau Mais Cultura, interativo sobre a programação cultural de Blumenau e Região do Vale Europeu. 	<ul style="list-style-type: none"> Promover reuniões de alinhamento com os setoriais da cultura da região do Vale Europeu Identificar parceiros privados e públicos para ampliar e fortalecer o uso do aplicativo interativo. Promover entre os atores da cultura da região do Vale Europeu o APP de promoção e apoio a comercialização ou reserva dos atrativos culturais. 	<p>Alta</p>	<p>1 ano</p>	<p>Setoriais da cultura da região do Vale Europeu CMT BVEC&VB FCB Operadoras de celular SECTUR</p>	<p>PP</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ata de reuniões Reestruturação do APP

<ul style="list-style-type: none"> Tornar Blumenau uma cidade mais acessível. 	<ul style="list-style-type: none"> Adaptar aplicativos ou sites existentes com tecnologia de acessibilidade 	<ul style="list-style-type: none"> Relacionar os aplicativos que divulgam e comercializam o turismo de Blumenau. Promover reunião de articulação com os responsáveis pelos aplicativos para incluir tecnologias de acessibilidade. 	Alta	1 ano	ACIB CDL CVB FCB SECTUR SIHORBS Entidades privadas	PP	<ul style="list-style-type: none"> Número de aplicativos ou sites mais acessíveis.
<ul style="list-style-type: none"> Melhorar a conectividade de internet em Blumenau. 	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar junto aos órgãos competentes a ampliação dos acessos de rede e de sinal de internet em toda Blumenau (visando os pontos extremos como Nova Rússia e Vila Itoupava). 	<ul style="list-style-type: none"> Promover e articular reuniões com a secretaria de gestão, ANATEL e operadores de internet de Santa Catarina. Estender o serviço de sinal de internet do Blumenau conecta aos equipamentos turísticos 	Alta	1 ano	Operadoras de celular Operadores de sinais via satélite Operadores de telefonia fixa PMB SEGG	PP	<ul style="list-style-type: none"> Ata das reuniões Mais bairros com conectividade disponível Número de atrativos turísticos conectados
<ul style="list-style-type: none"> Tornar Blumenau uma cidade mais acessível 	<ul style="list-style-type: none"> Capacitar entidades públicas e privadas em linguagem brasileira de sinais (LIBRAS) 	<ul style="list-style-type: none"> Promover reuniões de alinhamento com as entidades parceiras. Identificar órgão, entidades e atrativos turísticos prioritários para a capacitação. Realizar capacitação. 	Média	4 anos	ABADA ABLUDEF COMDEPA COMPED Entidades privadas PMB SENAC	PP	<ul style="list-style-type: none"> Ata de reuniões Número de pessoas qualificadas em língua brasileira de sinais.

Tabela16: Infraestrutura turística

5º Seminário: Informação ao Turista, Promoção e Apoio à Comercialização

Data: 16/09/2015

Especialista: Ricardo Lago

Validação no Fórum em: 18/11/2015

PROGRAMA - INFORMAÇÃO AO TURISTA, PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO

SUBPROGRAMA - PROMOÇÃO

OBJETIVO	AÇÃO	TAREFA	PRIORIDADE	PRAZO	ENTIDADES	RECURSOS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> Proporcionar a comunidade conhecer os atrativos e serviços turísticos de Blumenau 	<ul style="list-style-type: none"> Promover ações de endomarketing 	<ul style="list-style-type: none"> Criar estratégias de endomarketing Determinar os públicos aos quais serão direcionadas as ações (escolas, idosos, prestadores de serviços do turismo, comunidade em geral) Desenvolver projetos para atender os públicos citados Possibilitar a visita da comunidade aos atrativos turísticos Realizar city tour com a comunidade 	Alta	2 anos permanente	CDL Escolas particulares GERED GUIAS DE TURISMO IEB IES PMB PROFAMILIA SEBRAE SECOM SECTUR SEMED SEMUDES SENAC SETERB SIHORBS	PP	<ul style="list-style-type: none"> Estratégias definidas • Número de participantes nos passeios (city tour)

<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar ao agente de viagem a experiência dos roteiros disponíveis e produtos turísticos • Promover os roteiros nas mídias relacionadas aos produtos 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar FAMTRIP e PRESSTRIP para promoção dos roteiros e produtos 	<ul style="list-style-type: none"> • Definir programa e cronograma anual de visitas • Mobilizar o trade para parcerias de realização de FAMTRIP e PRESSTRIP • Firmar parcerias com os equipamentos turísticos e municípios envolvidos 	Alta	2 anos permanente	<p>Agências receptivos SECTUR BVEC&VB Cia aéreas CMT Condutores Culturais Guias IGR SANTUR SECOM SIHORBS</p>	PP	<ul style="list-style-type: none"> • Cronograma definido • Atas de reuniões, parcerias firmadas • FAMTRIP e PRESSTRIP realizados • Matérias veiculadas • Números de FAMTRIP e PRESSTRIP • Número de participantes
<ul style="list-style-type: none"> • Ter ações ordenadas para a promoção e divulgação do destino 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar o plano de marketing turístico 	<ul style="list-style-type: none"> • Contratar empresa especializada para elaboração do plano 			SECTUR Trade	PP	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa contratada • Plano de marketing elaborado • Implantação do plano
SUBPROGRAMA - INFORMAÇÃO AO TURISTA							
OBJETIVO	AÇÃO	TAREFA	PRIORIDADE	PRAZO	ENTIDADES	RECURSOS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> • Unificar as informações de oferta, produtos e serviços turísticos e manter atualizado o banco de dados 	<ul style="list-style-type: none"> • Administrar o portal do turismo de Blumenau 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar campanhas de conscientização para estimular e incentivar a os administradores de equipamentos e serviços turísticos a disponibilizarem informações de seus produtos e serviços • Validar as informações que serão disponibilizadas no portal 	Alta		<p>ACIB Agências de turismo CDL BVEC&VB SECTUR SINDICATOS</p>	Público	<ul style="list-style-type: none"> • Campanhas de conscientização • Informações atualizadas • Número de acessos • Publicações

<ul style="list-style-type: none"> Melhorar e ampliar a informação ao turista para estimular o consumo dos produtos e serviços turísticos do destino 	<ul style="list-style-type: none"> Tornar os CAT's mais atrativos 	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar material audiovisual sobre os produtos turísticos Adequar o material existente promocional do município para dar suporte aos atendentes dos CAT's Elaborar materiais promocionais em línguas 	Alta		SECTUR	Público	<ul style="list-style-type: none"> Nº visitantes Pesquisa de avaliação
<ul style="list-style-type: none"> Facilitar o acesso o às informações do destino turístico Blumenau de forma integrada 	<ul style="list-style-type: none"> Criar um aplicativo dos atrativos turísticos de Blumenau 	<ul style="list-style-type: none"> Contratar empresas de TI para desenvolver o app Definir critérios de participação no aplicativo Atualizar o sistema do app 	Alta		Trade SECTUR	PP	<ul style="list-style-type: none"> Nº de downloads Avaliação do app Licitações Quantidade de acessos ao app
SUBPROGRAMA - COMERCIALIZAÇÃO							
OBJETIVO	AÇÃO	TAREFA	PRIORIDADE	PRAZO	ENTIDADES	RECURSOS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> Tornar os bens materiais e imateriais em produtos turísticos comercializáveis 	<ul style="list-style-type: none"> Participação em rodadas de negócios e afins 	<ul style="list-style-type: none"> Mapear a da cadeia produtiva do turismo e definir quais bens materiais e imateriais poderão ser comercializáveis Promover reuniões com o CMT e cadeia produtiva para a definição de ações Definir cronograma de atividades de participação em negócios Realizar estudos de pontos para comercialização de bens materiais e imateriais em Blumenau 	Alta	Permanente	CMT PMB Trade	PP	<ul style="list-style-type: none"> Mapeamento dos Bens Materiais e imateriais comercializáveis Ata de Reuniões Relatório de participação em negócios Cronograma de ações de comercialização

Tabela16: Informação ao Turista, Promoção Apoio à Comercialização

6º Seminário: Monitoramento

Data: 04/11/2015

Especialista: Cálidon Costa

Validação no Fórum em: 18/11/2015

PROGRAMA - MONITORAMENTO

SUBPROGRAMA - OBSERVATÓRIO DE TURISMO REGIONAL

OBJETIVO	AÇÃO	TAREFA	PRIORIDADE	PRAZO	ENTIDADES	RECURSOS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> Monitorar, organizar e compilar os dados de forma centralizada, de modo que possibilitem gerar informações para subsidiar os negócios turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> Criar o observatório regional de turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar e coordenar pesquisas em turismo Formatar pesquisas Analisar dados Alimentar o banco de dados do observatório 	Alta	Permanente	CMT BVEC&VB Fóruns Coletivos IEB IES IGR Municípios Turísticos do Vale Europeu PMB SEBRAE SECTUR SETERB SIHORBS	Convênios Subvenções	<ul style="list-style-type: none"> Reunião das entidades Elaboração de pesquisas Análise de dados Definição dos indicadores Levantamento de dados Relatórios Formação de equipe de trabalho do Observatório

SUBPROGRAMA - BARÔMETRO (INTELIGÊNCIA COMPETITIVA)							
OBJETIVO	AÇÃO	TAREFA	PRIORIDADE	PRAZO	ENTIDADES	RECURSOS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> Monitorar dados dos segmentos elencados como protagonistas e coadjuvantes do PMT, para levantar informações que contribuam para as tomadas de decisões de forma assertiva 	<ul style="list-style-type: none"> Levantar e monitorar dados dos segmentos protagonistas definidos no PMT e posteriormente os segmentos coadjuvantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Definir parcerias para a realização das pesquisas/estudos; Definir metodologia de pesquisa e de monitoramento; Aplicação das pesquisas ou realização dos estudos; Elaboração de relatórios de resultados das pesquisas e estudos. 	Alta	Permanente	CMT BVEC&VB IES IGR Municípios Turísticos do Vale Europeu PMB SEBRAE SECTUR SETERB SIHORBS	Instituições públicas e privadas através de convênios.	<ul style="list-style-type: none"> Pesquisas/estudos; Parcerias firmadas; Informações para tomadas de decisões
<ul style="list-style-type: none"> Coletar dados que permitam identificar o perfil dos turistas que visitam Blumenau e alimentar o banco de dados 	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar e aplicar pesquisa de demanda turística 	<ul style="list-style-type: none"> Alimentar o banco de dados; Identificar os locais de abordagens para realização das pesquisas; Definir metodologia com base nas orientações a serem analisadas; Definir periodicidade de coleta de dados Alimentar o banco de dados permanentemente. 	Alta	1 ano	BVEC&VB IES SECTUR SIHORBS	Instituições públicas e privadas através de convênios	<ul style="list-style-type: none"> Metodologia definida Aplicação periódica da pesquisa. Relatório de pesquisa
<ul style="list-style-type: none"> Cadastrar grupos organizados que visitam Blumenau para identificar a periodicidade, o número de turistas e perfil através deste segmento. 	<ul style="list-style-type: none"> Cadastrar grupos de turistas organizados em excursão 	<ul style="list-style-type: none"> Cadastrar os responsáveis pelos grupos; Alimentar os bancos de dados do Barômetro. 	Média	1 ano	Guias de turismo e condutores culturais PVG SECTUR SIHORBS	PP	<ul style="list-style-type: none"> Cadastros realizados Relatório dos cadastros
SUBPROGRAMA - BARÔMETRO (INTELIGÊNCIA COMPETITIVA)							

OBJETIVO	AÇÃO	TAREFA	PRIORIDADE	PRAZO	ENTIDADES	RECURSOS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> Monitorar a qualificação dos trabalhadores dos equipamentos e serviços turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolver e aplicar questionário específico de medição de qualidade dos trabalhadores das atividades do turismo de Blumenau 	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar questionário para ser aplicado Sensibilizar os gestores dos equipamentos turísticos sobre a importância da aplicação do questionário; Definir como uma ação do Inventário da Oferta Turística 	Alta	Permanente	SECTUR Trade	Públicos	<ul style="list-style-type: none"> Número de questionários aplicados e respondidos
<ul style="list-style-type: none"> Levantar e monitorar a quantidade de profissionais formados na área de turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Quantificar os profissionais formados nas áreas ligadas ao turismo de modo técnico ou científico. 	<ul style="list-style-type: none"> Criar termo de compromisso entre o SECTUR e as instituições de ensino para que se responsabilizem para encaminhar as informações sobre os egressos dos cursos semestralmente Identificar por meio do Inventário da Oferta Turística os profissionais que possuem formação profissional na área do turismo 	Alta	Permanente	IES SECTUR	PP	<ul style="list-style-type: none"> Termos de compromissos assinados; Informações recebidas.

Tabela17: Monitoramento

6.3 Monitoria e Avaliação do Plano Municipal de Turismo de Blumenau

Depois de realizadas todas as etapas de proposições do plano, definiu-se em plenária uma ação para a monitoria do PMT. Esta ação consiste na formação de Câmaras Temáticas com encontros periódicos que tem por propósito acompanhar de forma permanente e contínua todo o processo de implantação e implementação das ações proposta pelo período de dez anos de vigência do plano, que contará a partir da sua aprovação pela Câmara de Vereadores de Blumenau.

Para que ocorra a monitoria e avaliação do plano foram estabelecidos um ou mais indicadores para cada ação conforme apresentam as tabelas de proposições.

As Câmaras Temáticas para o Monitoramento do PMT estarão sob a gestão do Conselho Municipal de Turismo – CMT.

As Câmaras Temáticas foram divididas em:

- 1) Monitoramento de Indicadores (Observatório)
- 2) Promoção e Divulgação
- 3) Qualificação da Infraestrutura e Serviços
- 4) Estruturação de Produtos

A periodicidade dos encontros e relatórios de monitoramento do PMT acontecerá a cada três meses a partir da aprovação do PMT. Todos os participantes do PMT, mesmo que não sejam membros do CMT, poderão participar dos encontros de monitoramento.

7 CONSIDERAÇÕES

Evidencia-se que Blumenau já apresenta uma vocação turística e que é explorada com a oferta de produtos e serviços de qualidade, no que se refere a Oktoberfest e a valorização da cultura germânica. Mas, além disso, possui outros Recursos Naturais e Culturais que poderão alavancar o turismo no destino Blumenau e na Região do Vale Europeu em todas as épocas do ano, na medida em que forem implantadas as ações propostas nesse plano.

A construção da proposta coletiva e colaborativa, mesmo que de forma exaustiva por alguns momentos, atendeu às expectativas tanto do poder público, que é órgão promotor desta ação, como do Senac/SC que foi o órgão executor, bem como de toda a cadeia produtiva do turismo.

Adverte-se que caberá ao Órgão de Gestão Público do Turismo de Blumenau em conjunto com o trade, com a cadeia produtiva do turismo e com a comunidade a articulação e acompanhamento do processo junto a Câmara de Vereadores para a aprovação do PMT, que como é de ciência de todos os envolvidos, foi um marco como ação de fortalecimento das relações institucionais, de mercado e social de Blumenau.

Conclui-se a etapa de construção do PMT para entrar em outra etapa fundamental que é a aprovação pela Câmara de Vereadores. A aprovação será a garantia da consolidação do turismo gerador de emprego e renda, que promoverá o desenvolvimento social e cumpre com seu propósito máximo de servir a comunidade.