



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ

Estado do Paraná

LEI Nº 11.790.

Autores: Poder Executivo.

Institui o Plano Municipal de Turismo no Município de Maringá e dá outras providências.

A CÂMARA MUNICIPAL DE MARINGÁ, ESTADO DO PARANÁ, aprovou e eu, PREFEITO MUNICIPAL, no uso das atribuições legais, sanciono a seguinte

LEI:

CAPÍTULO I

DOS PRINCÍPIOS BÁSICOS DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

Art. 1.º O Plano Municipal de Turismo de Maringá - PMTM é instrumento de planejamento orientador do desenvolvimento econômico, político e social sustentado do turismo no Município, visando a melhoria das condições de vida de sua população, com inclusão e respeito ao meio ambiente – implementado pelo Poder Público Municipal, com participação social por meio da atuação do Conselho Municipal de Turismo - CMTUR, tendo por finalidade orientar as ações da Administração Pública e da iniciativa privada, segundo os imperativos da Lei Orgânica Municipal.

Art. 2.º O órgão responsável pela coordenação executiva da implantação do PMTM é o órgão oficial de turismo municipal, unidade administrativa responsável a qual, em conjunto com o Conselho Municipal de Turismo - CMTUR, coordenará todas as atividades inerentes ao desenvolvimento turístico do Município de Maringá.

CAPÍTULO II

DOS OBJETIVOS, CONTEÚDO E ABRANGÊNCIA

Art. 3.º O presente Plano tem por finalidade traçar eixos, objetivos, estratégias e ações para o Turismo e, através deles, possibilitar o avanço nos mais diversos segmentos, tais

como econômico, social, cultural, ambiental e político, e o incremento do bem-estar da comunidade, valorizando e incentivando as práticas do Turismo Sustentável.

Art. 4.º Esta Lei institui o Plano Municipal de Turismo de Maringá para o período de 2024 a 2033, estabelecendo os eixos, objetivos, estratégias e ações, na forma do Anexo Único, parte integrante desta Lei para todos os efeitos.

Art. 5.º A participação da sociedade nas decisões municipais, no aperfeiçoamento democrático de suas instituições e no processo de gestão e planejamento municipal, consolida o exercício da gestão democrática do Município e do incentivo à participação social na formulação e execução de planos, programas e projetos de desenvolvimento turístico, como expressão do exercício pleno da cidadania.

Art. 6.º O Plano Municipal de Turismo de Maringá faz parte de um processo permanente de planejamento municipal, constituindo-se como instrumento básico, global e estratégico da política de desenvolvimento turístico do Município, devendo garantir o pleno exercício das funções sociais da atividade turística, do desenvolvimento socioeconômico compatível com a preservação dos patrimônios cultural e natural e do uso socialmente justo e ecologicamente equilibrado de seus recursos ambientais e do seu território.

Art. 7.º O Plano Municipal de Turismo de Maringá tem como área de abrangência a totalidade do território do Município de Maringá, Estado do Paraná, e trabalha o eixo de turismo regional, abrangendo os municípios da região da AMUSEP - Associação dos Municípios do Setentrão Paranaense.

Art. 8.º Constituem diretrizes do Plano Municipal de Turismo de Maringá:

I - fortalecer a cultura “do bem-estar” no Município, por meio da exposição de sua identidade, desenvolvida pelo *Place Branding*, em todas as atividades e eventos turísticos e no material de divulgação impresso e digital;

II - expandir e qualificar a demanda turística;

III - promover a conscientização da população de Maringá sobre a importância do turismo, buscando seu engajamento para a melhoria da qualidade de vida do cidadão e para proporcionar uma experiência de satisfação ao turista;

IV - inserir Maringá no contexto regional de maneira integrada com as cidades circunvizinhas, participando de rotas turísticas e dos programas que visem à regionalização do turismo;

V - garantir o aproveitamento dos recursos administrativos e financeiros, visando à utilização sustentável dos recursos naturais, culturais e econômicos do Município;

VI - promover a integração das ações do governo municipal em todos os seus níveis e setores com os órgãos e entidades federais e estaduais relativos ao setor do turismo;

VII - promover programas e projetos de educação, qualificação e capacitação em turismo para crianças, empresários, empreendedores e munícipes;

VIII - apoiar os negócios em turismo existentes no Município e desenvolver mecanismos para a captação de novos empreendimentos turísticos;

IX - desenvolver o turismo receptivo com qualidade, zelando pela implantação das

ações contidas no Plano Municipal de Turismo, em especial para aqueles relativos a equipamentos e serviços que ofereçam acolhimento e bem-estar aos visitantes do Município;

X - fomentar a promoção e o desenvolvimento da Produção Associada ao Turismo – PAT.

Parágrafo único. Produção Associada ao Turismo é qualquer produção artesanal, industrial ou agropecuária que detenha atributos naturais ou culturais de uma determinada localidade ou região, capazes de agregar valor aos elementos diferenciais do produto turístico da localidade.

CAPÍTULO III

DOS INSTRUMENTOS PARA IMPLANTAÇÃO DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO, RECURSOS, ALTERAÇÕES E REVISÃO

Art. 9.º Esta Lei compreende instrumentos diversos que nortearão o desenvolvimento turístico municipal através da atuação do Executivo Municipal, do Conselho Municipal de Turismo - CMTUR e das entidades envolvidas com o turismo, visando à implantação das ações estabelecidas nesta Lei, considerando-se todas as atividades econômicas, culturais, estruturais e científicas, relacionadas ao turismo, tendo como objetivo a expansão das atividades do setor e o fortalecimento do Município de Maringá como polo turístico do Estado do Paraná.

Art. 10. Para a viabilização do Plano Municipal de Turismo de Maringá, poderão ser utilizados instrumentos financeiros destinados a sua implantação, além das Leis Orçamentárias Constitucionais, taxas, tarifas e recursos arrecadados com o turismo e verbas advindas do Governo do Estado do Paraná, do Governo Federal e de outras fontes inerentes.

Art. 11. O Município poderá instituir por lei incentivos fiscais para o atendimento dos objetivos e diretrizes do Plano Municipal de Turismo, desde que respeitado o quanto previsto no art. 14 da Lei Complementar n. 101, de 04 de maio de 2000, Lei de Responsabilidade Fiscal.

§ 1.º Somente as ações que se enquadrarem às diretrizes constantes do Plano Municipal de Turismo, Anexo Único, é que poderão pleitear os benefícios de que trata o disposto no *caput* deste artigo.

§ 2.º Para o disposto nesta Lei, adotam-se as definições técnicas e informações adquiridas de forma coletiva, constantes do Plano Municipal de Turismo, Anexo Único.

Art. 12. São instrumentos de aplicação do Plano Municipal de Turismo, sem prejuízo de outros previstos nas legislações municipal, estadual e federal, os assim denominados:

I - Instrumentos Institucionais;

II - Instrumentos Normativos;

III - Instrumentos Financeiros.

Seção I

Dos Instrumentos Institucionais

Art. 13. A implantação do planejamento turístico municipal, integrado e participativo, requer a instituição dos instrumentos previstos na Lei Orgânica do Município e nas políticas setoriais que integram esta Lei, sem prejuízo de outras que venham a ser julgadas necessárias, compreendendo todos os conselhos e organizações municipais em vigor, outras previstas em lei e ainda as que deverão ser implantadas.

Art. 14. O presente Plano deverá ser revisado a cada 2 (dois) anos, sendo que as alterações decorrentes das revisões elaboradas pelo Executivo serão submetidas à apreciação do Conselho Municipal de Turismo - CMTUR, antes de ser encaminhadas à Câmara Municipal, sem prejuízo de outras modalidades de divulgação e consulta com vistas à ampla participação comunitária nas decisões concernentes às matérias de interesse do turismo local.

Parágrafo único. O Conselho Municipal de Turismo - CMTUR, nos termos e nos limites de suas atribuições, poderá propor diretrizes de alterações do Plano em questão.

Seção II

Dos Instrumentos Normativos

Art. 15. São instrumentos básicos para a regulamentação da atividade turística no Município e constituem parte integrante do Plano Municipal de Turismo:

I - a Lei Orgânica Municipal;

II - os instrumentos reguladores da atividade turística.

Parágrafo único. Normas complementares poderão ser instituídas a esta Lei, do Plano Municipal de Turismo, objetivando sua implementação e instrumentação dos programas e projetos.

Seção III

Dos Instrumentos Financeiros

Art. 16. São instrumentos financeiros destinados a viabilizar o disposto no Plano Municipal de Turismo, além das Leis Orçamentárias Constitucionais, as taxas, tarifas e os recursos arrecadados, aqueles criados pela Lei Orgânica ou previstos por esta Lei, a seguir discriminados:

I - recursos provenientes do Fundo Municipal de Turismo - FUMTUR, Lei n. 4.609, de 12 de maio de 1998;

II - taxas e/ou tarifas que venham a ser instituídas por lei;

III - recursos provenientes de subvenções, convênios e produtos de aplicações de créditos, celebrados com os organismos estaduais, nacionais e/ou internacionais e aqueles oriundos do exercício do poder de polícia.

CAPÍTULO IV

DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO MUNICIPAL

Art. 17. O desenvolvimento turístico municipal depende do apoio, da estruturação e da implantação das ações estabelecidas na presente Lei, devendo ser levadas em consideração todas as atividades econômicas, culturais, ambientais, estruturais e científicas relacionadas ao turismo, tendo como objetivo a expansão das atividades do setor e o fortalecimento do Município de Maringá.

Art. 18. São objetos da política de desenvolvimento turístico municipal:

I - fomentar o turismo e a Produção Associada ao Turismo - PAT;

II - trabalhar a comunicação e *marketing* turístico;

III - regulamentar o turismo no Município;

IV - fomentar o incremento da qualidade dos serviços turísticos;

V - incentivar o desenvolvimento do pensamento estratégico;

VI - gerir o turismo de forma sustentável.

Art. 19. A política de desenvolvimento turístico municipal está direcionada pelas ações estabelecidas no Plano Municipal de Turismo, Anexo Único.

Art. 20. A ação do Poder Executivo deve assegurar a celebração de convênios com órgãos de outros níveis de governo e outras entidades públicas e privadas, nacionais e internacionais, para obtenção de recursos e apoio técnico, visando desenvolver programas de preservação dos seus patrimônios material e imaterial, bem como políticas para sua valorização e desenvolvimento.

Art. 21. A Política de Apoio ao Desenvolvimento Turístico, a ser implantada pelo Poder Executivo, deverá ser direcionada para o melhor aproveitamento do potencial turístico do Município e de seus recursos culturais e naturais e se desdobrará em ações que alcancem as demais atividades de comércio, serviços, indústrias, agropecuária e agroindústria compatíveis com o turismo.

Parágrafo único. A atuação do Poder Executivo, em apoio às atividades econômicas, deverá privilegiar iniciativas que contribuam para o aumento das oportunidades de emprego e geração de renda e para o desenvolvimento dos serviços e da produção locais.

Art. 22. A Política de Apoio ao Desenvolvimento Turístico deverá resgatar os costumes e tradições culturais, respeitando a identidade e apoiando as atividades exercidas pelas comunidades locais, com vistas à preservação cultural e, sobretudo, à incorporação do conhecimento dessa população sobre o uso dos ecossistemas locais e sua inserção social.

Art. 23. Os bens ou conjuntos de bens representativos do processo cultural local são conceituados como elementos dinâmicos da contínua trajetória histórica e cotidiana, devendo ser respeitados os significados a eles atribuídos pelas correspondentes comunidades.

CAPÍTULO V

DOS EIXOS E AÇÕES

Art. 24. O Plano Municipal de Turismo do Município de Maringá deverá ser acompanhado pelo seu órgão oficial de turismo, com a participação do Conselho Municipal de Turismo - CMTUR, do *trade* de turismo e das instituições representativas do setor.

Art. 25. Os eixos de desenvolvimento turístico, indicados no Anexo Único desta Lei, consistem nos seguintes:

- I - eixo I - Políticas Públicas de Turismo;
- II - eixo II - Governança;
- III - eixo III - Infraestrutura;
- IV - eixo IV - Serviços e Equipamentos Turísticos;
- V - eixo V - Atrativos Turísticos;
- VI - eixo VI - Turismo Regional;
- VII - eixo VII - Promoção e *Marketing*;
- VIII - eixo VIII - Destino Turístico Inteligente;
- IX - eixo IX - Educação para o Turismo.

§ 1.º Os critérios de destino turístico inteligente deverão permear todas as ações definidas no Plano e nos planejamentos futuros de acordo com a Visão de Futuro para o Turismo de Maringá.

§ 2.º São critérios dos destinos turísticos inteligentes:

- I - planejamento e gestão;
- II - governança;
- III - inovação;
- IV - tecnologia;
- V - acessibilidade;
- VI - sustentabilidade;
- VII - criatividade;
- VIII - promoção e *marketing*;
- IX - mobilidade e transporte;
- X - segurança.

§ 3.º A Visão de Futuro para o Turismo de Maringá deverá ser estabelecida de forma participativa e democrática, para reconhecer o Município como destino turístico inteligente

e associativista, por meio da sensibilização dos maringaenses, cidades circunvizinhas e visitantes, sobre o valor da cidade, para proporcionar experiências turísticas de alcance regional/estadual de forma sustentável, com sinergia da sociedade civil e organizada.

CAPÍTULO VI

SOBRE PRAZOS E PROCEDIMENTOS

Art. 26. Todas as ações estabelecidas no presente Plano estão relacionadas e deverão ser implementadas de acordo com o grau de prioridade estabelecido no Anexo Único e em conjunto com o Conselho Municipal de Turismo - CMTUR, em consonância com o Fundo Municipal de Turismo - FUMTUR.

Art. 27. O Poder Executivo poderá regulamentar esta Lei para o seu fiel cumprimento.

Art. 28. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Paço Municipal, 20 de maio de 2024.



Documento assinado eletronicamente por **Domingos Trevizan Filho, Chefe de Gabinete**, em 20/05/2024, às 15:08, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na [Medida Provisória nº 2200-2, de 24 de agosto de 2001](#) e [Decreto Municipal nº 871, de 7 de julho de 2020](#).



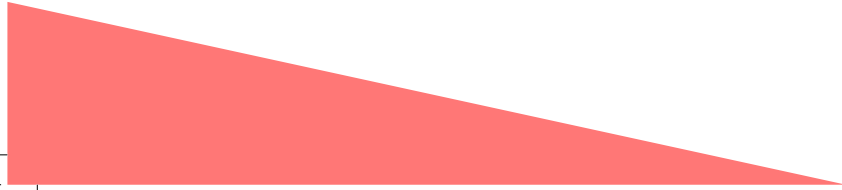
Documento assinado eletronicamente por **Ulisses de Jesus Maia Kotsifas, Prefeito Municipal**, em 22/05/2024, às 14:20, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na [Medida Provisória nº 2200-2, de 24 de agosto de 2001](#) e [Decreto Municipal nº 871, de 7 de julho de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.maringa.pr.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3839326** e o código CRC **ECBB1138**.

Plano Municipal de Turismo





“Maringá é única.”

PLANO MUNICIPAL DE
TURISMO DE MARINGÁ
2023/2033

ENTIDADES ENVOLVIDAS

DEMANDANTE

Prefeitura Municipal de Maringá

Avenida XV de Novembro, 701, Centro
CEP: 87.013 - 230, Maringá - Paraná
Telefone: +55 (44) 3221-1234 / www.maringa.pr.gov.br

Ulisses de Jesus Maia Kotsifas - Prefeito

Secretaria Municipal de Aceleração Econômica e Turismo (Saet)

Edson Ribeiro Scabora - Vice-Prefeito e Secretário Municipal de
Aceleração Econômica e Turismo
Telefone: +55 (44) 3221-1316 / www.maringa.pr.gov.br

REALIZAÇÃO

Sebrae/PR

Escritório Regional Noroeste

Avenida Bento Munhoz da Rocha Netto, 1.116, Zona 7
CEP: 87.030 - 010, Maringá - Paraná
Telefone: +55 (44) 3220-3474 / www.sebraepr.com.br

Ercílio Santinoni - Presidente do Conselho Deliberativo

Vítor Roberto Tioqueta - Diretor-Superintendente

César Reinaldo Rissete - Diretor Técnico

José Gava Neto - Diretor de Administração e Finanças

Wendell Myler da Silva Gussoni - Gerente Regional Noroeste

Perseu Adolfo Bastos Gomes - Gestor de Turismo - Regional Noroeste

EQUIPE TÉCNICA

Perseu Adolfo Bastos Gomes - Gestor de Turismo - Regional Noroeste - Sebrae/PR

Patrícia Mattos de Barros Schiavon - Secretaria Municipal de Aceleração Econômica e Turismo de Maringá (Saet)

Cláudio Moreda Galletti - Associação dos Municípios do Setentrão Paranaense (Amusep)

CONSULTORIA PARA ELABORAÇÃO DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE MARINGÁ

Perseu Adolfo Bastos Gomes - Gestor de Turismo - Regional Noroeste - Sebrae/PR

COLABORADORES LOCAIS

Cláudio Moreda Galletti - Associação dos Municípios do Setentrão Paranaense (Amusep)

Edson Ribeiro Scabora - Vice-Prefeito e Secretário Municipal de Aceleração Econômica e Turismo de Maringá

Fernanda Maia - Superintendente da Secretaria Municipal de Aceleração Econômica e Turismo de Maringá (Saet)

Marcos Cordioli - Secretário Municipal de Aceleração Econômica e Turismo de Maringá (2021-2022)

Michael Hideki Yamao Tamura - Presidente do Conselho Municipal de Turismo de Maringá (CMTur) e do Maringá e Região Convention & Visitors Bureau (MRCVB)

Miguel Fernando Perez Silva - Câmara Técnica de Turismo do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem)

Manoel Jacó Garcia Gimenes - Rede de Turismo Regional (Retur)

Patrícia Mattos de Barros Schiavon - Secretaria Municipal de Aceleração Econômica e Turismo de Maringá (Saet)

Participantes das Oficinas de Diagnóstico e Prognóstico

Os participantes das pré-conferências de Diagnóstico e Prognóstico foram convidados, de acordo com a instituição que integram e o propósito dela na cadeia de Turismo de Maringá e região.

Uma vez que a Segunda Conferência Municipal de Turismo de Maringá teve como propósito a aprovação da versão co-criada, nas pré-conferências foram definidos os papéis capazes de legitimar e aprovar as ações para o Plano Municipal de Turismo de Maringá.



Participantes da Primeira Pré-Conferência Municipal de Turismo

LISTAGEM DA 1ª PRÉ-CONFERÊNCIA MUNICIPAL DE TURISMO

06/12/2022 - HORÁRIO: 18H30 - LOCAL: HOTEL METRÓPOLE MARINGÁ

Manoel Jacó Garcia Gimennes RETUR	Eduardo Traian HOTEL DEVILLE	Julyerre Matheus Tonin UEM
Alessandro Miranda TRADE TURISMO	Fabio A. Santana ECO TRADE / ADETUR	Kellin C. V. Conchon ACIM
Alisson Bertão Machado IFPR	Fernanda Maia EXPERIENCE INFINITY	Laudicéia S. Venâncio VENÂNCIO ASSESSORIA
André Stein ESCOLA CHEFF GOURMET	Fernanda Teixeira IBIS MARINGÁ	Manoel Hermes Pupim Neto NÃO INFORMADO
Andréia Cardoso SESC	Fernando Rezende AEROPORTO DE MARINGÁ	Marcelo Fernandez HOTEL IPIRANGA
Antônio Ghion SEHORBAS	Genir Pavan SINDIHOTEL	Marco Antônio F. Moura ABRASEL
Aparecida Fátima Ferroz SESC	Jair Avelino Jacovós PASTUR	Maria Lígia Guedes SEINFRA/PMM
Danielle Cenerini MRCVB	Jairo Estevão Venâncio VENÂNCIO ASSESSORIA	Miguel Fernando CODEM
Dhenifer C. S. Freire ARTE E MARKETING	Jhonatan Francisco Freire ARTE E MARKETING	Miguel Fuentes Sala SETRAB/PMM
Éder Rodrigo Gimenes UEM	Jonas Godeny Sebrae/PR	Murilo Jordan F. Martins AEROPORTO DE MARINGÁ

Paulo Pupim

UEM

Perseu Adolfo Bastos Comes

Sebrae/PR

Rafael Cecato

ABRASEL

Rafael da Silva

UEM

Sônia Aparecida

UEM

Wanda Pille

RETUR

Wesley Dejuli

SIVAMAR

William Soares Ribeiro

VENÂNCIO ASSESSORIA





Participantes da Segunda Pré-Conferência Municipal de Turismo

LISTAGEM DA 2ª PRÉ-CONFERÊNCIA MUNICIPAL DE TURISMO

28/02/2023 - HORÁRIO: 20H30 - LOCAL: HOTEL
DEVILLE BUSINESS MARINGÁ

Manoel Jacó Garcia Gimennes

RETUR

Fernanda Maia

SAET/PMM

Julyerme Matheus Tonin

UEM

Kellin C. V. Conchon

ACIM

Marcelo Fernandez

HOTEL IPIRANGA

Miguel Fernando

CODEM

Rafael Cecato

ABRASEL

Wanda Pille RETUR	Marcelo Zampoli Partala CERVEJARIA ARAUCÁRIA	Amélia Costa ARTESANATO MARIA DO INGÁ
Edson Scabora SAET/PMM	Maria das Graças Ramos ARTESANATO SANTO ANTONIO	Odieyton dos Santos ODY PARK
Alan Rafael Zamppieri Nascimento RIZ ADVOGADOS	Maria Fernanda Franzoi SETU	Jonila Costa SENAC
Alessandra Corsato Hoffmann PMM	Marie Sakamoto Nishio ARTESANATO SANTO ANTONIO	Elenice Silva AMBULANTE
Beatriz Furlaneto Coelho SENAC	Michael Tamura CONVENTION	Gilmara Ferreira AMBULANTE
Bruna Bergantini Machado PARTIU PARANÁ	Rayane de Carvalho Silva HOTEL TRANSAMÉRICA	Letícia Pelagio RIO HOTEL
Cláudio Moreda Galleti AMUSEP	Renata Oliveira Pavan MACCHIATO CAFÉ	Diego Martins Viana CONVENTION
Diego Pavan PAVAN/BACO	Sidinei Silvério da Silva UEM	Marcos Antonio Moura ABRASEL
Dirceu Gambini CMTur	Simone Ganem Kisner ECON. CRIATIVA BISCUIT E CIA	Magna Silva Gomes BENDITTO CAFÉ RURAL
Elizete Besagio Calegari PASTUR	Thamires Freire Garcia PMM	Carlos Eduardo Fernandes MATRIARCA PUB
Emanuelle de Oliveira Carniatto MUNDO LIVRE VIAGEM E TURISMO	Thiago Mendes BENDITTO CAFÉ RURAL	Matheus F. Z. Vieira CODEM
Hága Galvão SEMUC/PMM	Vinicius Stein UEM	
Jean Felipe de Souza ODY PARK	William Yarid ARTESANATO	
Joseane Ester da Costa Bornelli ARTESANATO MARIA DO INGÁ	Ana Maria Cavaleiro SETUR	
Marcelo Camargo Baptistella CERVEJARIA CATHEDRAL	Glaciane Cristina UEM	

DELEGADOS PRESENTES

PMM/SAET

Segunda Conferência Municipal de Turismo

2ª CONFERÊNCIA MUNICIPAL DE TURISMO 2023

17/04/2023 - HORÁRIO: - LOCAL: PARQUE DO JAPÃO

OBSERVADORES PRESENTES

Alessandra Borges Treis
Talent Bank

Douglas Camilo de Souza
Talent Bank MySkills

Ester Ávila Mateus
UEM

Julyerme Matheus Tonin
UEM

Lidiane Kumpel Roque
Felix, Bueno e Cia Ltda

Tatiane Cristina dos Santos
Estudante de Turismo

Paulo R. Ramos
Não Informado

Sandra Maria Ishiruji
ABARE

Setsuko Nishimoto
ABARE

Yassuo Nishimoto
ACEMA

Daniele Paula
Käfa Chás

Maria de Fátima
Não Informado

Maria Noda
ACEMA

Leonardo Gonçalves Bruno
Não Informado

Jhenypher Amanda Pacheco
Não Informado

Eric Assis Custosa
Não Informado

Igor Chaves Teixeira
Não Informado

Brenda Rompatto
CAC SEMUC

Maria Goretti de Paula
Marioki Sushi

Segunda Conferência Municipal de Turismo

2ª CONFERÊNCIA MUNICIPAL DE TURISMO 2023

18/04/2023 - HORÁRIO: - LOCAL: PARQUE DO
JAPÃO

DELEGADOS PRESENTES

Manoel Jacó Garcia Gimennes
RETUR

Marcelo Fernandez
HOTEL IPIRANGA

Beatriz A. Furlaneto Coelho
SENAC

Cláudio Moreda Galleti
AMUSEP

Hága Galvão Araújo
SEMUC/PMM

Maria das Graças Ramos
ARTESANATO SANTO ANTONIO

Marie Sakamoto Nishio
ARTESANATO SANTO ANTONIO

Michael Tamura
MC&VB

2ª CONFERÊNCIA MUNICIPAL DE TURISMO 2023

19/04/2023 - HORÁRIO: - LOCAL: PARQUE DO JAPÃO

DELEGADOS PRESENTES

Maria das Graças Ramos ARTESANATO SANTO ANTÔNIO	Luiz Claudio Yoshiaki Uema PMM/SAET	Fernanda Maia Rodrigues de Oliveira PMM/SAET
Marie Sakamoto Nishio ARTESANATO SANTO ANTÔNIO	Patricia Mattos de Barros Schiavoni PMM/SAET	Luciane Andreia Barbosa PMM/SAET
Matheus Felipe Zimmermann Vieira CODEM	Rafaela H. O. Ruiz PMM/SAET	Matheus de Oliveira Alves PMM/SAET
Alisson Bertão Machado IFPR	Suzana A. O. Souza PMM/SAET	Leonardo C. R. Perez PMM/SAET
Ariane Niero Astrath PMM/SAET	Wellington França dos Santos PMM/SAET	Vanilson Pereira Alves PMM/SAET
Daniele Bertaglia Vieira Begosso IDR PR	Edivaldo Aparecido Cruz PMM/SAET	
Edimara Tomaz de Oliveira Silva PMM/SAET	Fabio Dias Bergantini PMM/SAET	
Gislaine Souza Rosa IAM	Carlos Eduardo Pereira Alves PMM/SAET	
Joice Franco Amancio PMM/SAET	Laize Pizzaia Daltibale PMM/SAET	
Leticia Gumieiro Dias PMM/SAET	Rodrigo Gonçalves de Lima PMM/SAET	

Segunda Conferência Municipal de Turismo

2ª CONFERÊNCIA MUNICIPAL DE TURISMO 2023

19/04/2023 - HORÁRIO: - LOCAL: PARQUE DO JAPÃO

OBSERVADORES PRESENTES

Dani Cenerini

CVB Maringá

Gleydson dos Santos Souza Trovão

Shopping Catuaí

Julyerme Matheus Tonin

UEM

Lidiane Kumpel Roque

Felix, Bueno e Cia Ltda

Tatiane Cristina dos Santos

Estudante de Turismo

Paulo R. Ramos

Não Informado

Gustavo Estevam Ferreira

Mundo Livre Viagens

Nelci Felix Avelino Cardoso

PASTUR

Andreia Cardoso

SESC

1. Apresentação	21
2. Por que construir o Plano de Desenvolvimento de Turismo para Maringá	22
3. Histórico do Município de Maringá	25
4. Dados Socioeconômicos do Município de Maringá	29
4.1. Aspectos Físicos	29
4.2. Contagem da População	30
4.3. Finanças Públicas	30
4.4. Dados Econômicos	30
4.5. Produto Interno Bruto (PIB)	31
4.6. Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH - M)	31
4.7. Arrecadação do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN) e do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) dos Segmentos do Turismo em Maringá	31
4.8. Estoque de Empregos no Setor do Turismo em Maringá	32
4.9. Evolução no Saldo de Empregos no Setor do Turismo em Maringá	32
4.10. Número de Estabelecimentos no Setor do Turismo em Maringá	32
4.11. Salário Médio no Setor do Turismo em Maringá	33
4.12. Massa Salarial no Setor do Turismo em Maringá	33
4.13. Valor Adicionado Fiscal nas Atividades Características do Turismo em Maringá	33
4.14. Dados do Aeroporto de Maringá	34
4.15. Dados do Terminal Rodoviário de Maringá	34

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE MARINGÁ | 2023/2033

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE MARINGÁ | 2023/2033

Anexo 'UnicAtk' em 19/02/2019 23:46 / pg. 20



—

—

—

—

Anexo Único

O Conselho Municipal de Turismo (CMTur) foi criado em 18 de abril de 1997 e se constituiu, sem dúvida, num marco histórico para se tratar o Turismo como Política Pública de Desenvolvimento.

As duas conferências municipais de Turismo realizadas no Governo Ulisses Maia / Edson Scabora, geraram indicativos para compromissos, estratégias e possíveis encaminhamentos, que implementados darão visibilidade e incentivo na formação da cultura empreendedora da Maringá Turística.

Em especial, a II Conferência Municipal de Turismo, com gestão compartilhada de um ano, teve as costuras com o CMTur e Codem, para o levantamento de todas as iniciativas pelo Turismo nos últimos 25 anos, dando o suporte para os trabalhos nas Pré-Conferências e Conferência Municipal, na construção do Plano de Desenvolvimento do Turismo de Maringá, com horizonte de dez anos.



Potencial no Turismo

A questão é: como fazer
a preparação para a
Maringá Turística?

Na implementação das deliberações caberá ao Órgão Oficial de Turismo do Município (OOT), a missão de coordenar, supervisionar e promover os contínuos ajustes que se fizerem necessários.

O CMTur terá importante papel no engajamento real das organizações que se fizeram representadas no colegiado, por meio dos conselheiros, com o diferencial em ser o ambiente da inteligência dos setores de Turismo, com vigilância no dia a dia, na proposição de medidas corretivas e/ou de impulso, de acordo com as necessidades, interesses e sonhos da cidadania turística.

Ao Codem, caberá a missão de integrar e municiar o Turismo como uma Área Econômica de Maringá, tendo no Banco de Dados do Conselho, o conteúdo para orientar cada mudança de prefeitos e minimizar os riscos de descontinuidades tão comuns no Turismo Brasileiro.

Cada uma destas três organizações tem outras missões além das já elencadas, cabendo às mesmas juntas – OOT, CMTur e Codem –, atuarem na governança do Turismo de Maringá, para o sucesso deste processo de construção e implementação do Plano Decenal do Desenvolvimento do Turismo de Maringá.

Assim, poder-se-á colocar Maringá como Destino Multiturstico, com as marcas de Cidade Verde, Cidade Canção e o título Cidade Árvore, conferido pela Organização das Nações Unidas (ONU).

Nada disso será possível em um único mandato municipal, assim, a grande estratégia é assegurar em Lei, os compromissos por 10 (dez) anos, com alinhamentos periódicos para os melhores resultados possíveis.

Miguel Fernando Perez Silva

Foi no então patrimônio Três Bocas, em 1929, que uma caravana chegou para iniciar a complexa operação. O território teve o nome alterado para Londrina, ou “pequena Londres”. A partir dali, agrimensores, engenheiros, operários e outros profissionais começaram a demarcar o território das futuras cidades. Havia



MARINGÁ

o desejo de desenvolver algo inovador na perspectiva imobiliária, propondo, sempre que possível, lotes acessíveis aos investidores. Esperavam, os gestores, criar um território próspero e com grandes oportunidades.

Para além do discurso ufanista, a proposta se materializou em ampla campanha publicitária que foi distribuída no Brasil e pelo mundo.

Atraídas, pessoas migraram para o norte do Paraná em busca daquilo que ficaria conhecido como “Nova Canaã”, superlativo bíblico que buscava embasar o otimismo gerado. Somando-se à estratégia, o solo da região, detentor de alto grau de nutrientes, seria a base consolidadora para a expansão dos cafezais até então explorados pelo oeste e sudoeste paulista. Dessa forma, fazendas seriam implantadas, convertendo o território composto por mais de 545 mil alqueires paulistas na maior referência de produção do chamado “Ouro Verde”.

As décadas de 1940 e 1950 foram as mais promissoras neste sentido. Foi dentro de um contexto de prosperidade que uma nova cidade surgiu. Buscando estabelecer referência urbanística, a diretoria da

Companhia de Terras Norte do Paraná, já adquirida por gestores paulistas, na época, planejou o próximo polo da colonização. Visando evitar os erros cometidos na expansão desordenada ocorrida em Londrina, face da grande movimentação econômica, Cássio Vidigal e Gastão de Mesquita Filho, engenheiros e diretores da colonizadora, traçaram um rascunho de cidade desejada. Com isso, buscaram um antigo colega de faculdade, o urbanista Jorge de Macedo Vieira, para consolidar o projeto.

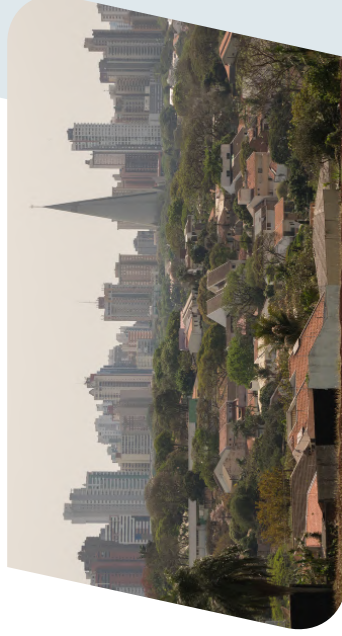
Macedo era um jovem em ascensão na área. Tendo trabalhado com grandes profissionais, que eram referência no conceito de “Cidade Jardim”, consolidou o projeto urbano que converteria Maringá no grande diferencial do País, até então.

Embora a cidade tivesse sido apresentada em novembro de 1942, como um pequeno vilarejo, patrimônio da época conectado administrativamente à Londrina, seria em maio de 1947 que a Companhia de Terras Norte do Paraná lançaria oficialmente o empreendimento. A partir de então, o território planejado nos mais modernos conceitos urbanísticos ficaria conhecido como Maringá

Levando quatorze anos, as obras brutas foram finalizadas em outubro de 1972. Foram-se mais algumas décadas para que toda a obra fosse concluída, tornando-se um ícone para os maringenses.

Tendo sido elevada à categoria de Município, em 1952, portanto, por meio de gestões públicas, somadas à consolidação do meio judiciário com a instalação da Comarca, que se deu em 1954, Maringá passou, então, a dar passos rápidos no crescimento. Na década de 1960, impulsionada por programas de industrialização nacional, a cidade viu o parque fabril ser ampliado de forma exponencial.

Aquela mudança da dinâmica econômica, refletiu-se na consolidação da cidade como polo regional. Adicionalmente, grandes atacadistas instalaram bases pelo meio urbano, garantindo fluxo de mercadorias e geração de muitos postos de trabalho.



Naquele ciclo, o Município, também, apresentou um grande projeto para amenizar a falta de saneamento básico: a Codemar. A Companhia de Desenvolvimento de Maringá, criada em 1962, visou a construção de uma central de tratamento e distribuição de água aos habitantes. Com o passar das décadas, a cidade somaria 99% de área coberta pelo benefício, o qual hoje é administrado pela estatal Sanepar.

Aquele salto em benefícios potencializaria a cidade como prestadora de serviços, não dependente, portanto, da produção cafeeira. Com a criação de cooperativas, como a Cocamar, os produtores rurais já vinham diversificando as culturas, desde o fim da década de 1960. Logo, o impacto sofrido pela Geada Negra de 1975 foi amenizado em relação a outras regiões, como Londrina, por exemplo. Embora tenha sofrido, a economia maringense apresentou rápida recuperação se comparada aos prejuízos contabilizados pelos cofres estatais.

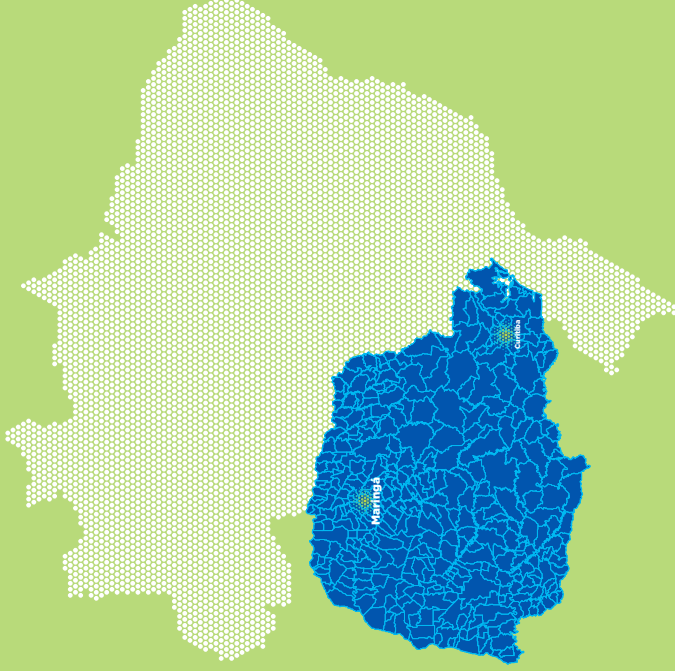
O fim da década de 1970, inevitavelmente, pode ser considerado a base das políticas públicas aplicadas ao Turismo local. Foi nesse período que gestores públicos e a iniciativa privada começaram debates em torno do tema. Buscava-se estratégias para que turistas permanecessem na cidade, porque Maringá faz parte do percurso daqueles que vêm de outros estados em direção a Foz do Iguaçu. Naquele período, aqui também havia sido implantada a estação de transbordo das obras da Usina de Itaipu, fazendo com que fosse alto o número de viajantes a trabalho pela região.

Por essa razão, faz-se fundamental a consolidação de um Plano Municipal de Turismo. Documento inédito, construído com os anseios do trade, que norteará a constituição de estratégias plenas em prol desta causa, que configura a gênese de nossa cidade.

4.7 Aspectos Físicos

Área	486,321 km² (2022)
Lei de Criação	Lei Número 2, de 11/10/1947
Distritos	Iguatemi e Florianópolis
Municípios limítrofes	Mandaguaiçu, Mandaguari, Marialva, Paçandu e Sarandi
Distâncias rodoviárias	Curitiba (426 km) São Paulo (648 km) Florianópolis (730 km) Rio de Janeiro (1.074 km) Brasília (1.158 km)

Fonte: Perfil Municipal - Ipardes e IBGE Cidades, 2023



4.5 Produto Interno Bruto (PIB)

	PIB (R\$ 1.000)	PIB per Capita (R\$ 1,00)
2016	16.092.130	39.925
2017	16.911.587	41.583
2018	18.532.464	44.441
2019	19.311.240	45.581
2020	20.005.630	46.508

Fonte: IBCE, 2023

4.6 Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH - M)

	2000	2010
IDHM - GERAL	0,740	0,808
IDHM - LONGEVIDADE	0,803	0,852
IDHM - EDUCAÇÃO	0,663	0,768
IDHM - RENDA	0,762	0,806

Fonte: IBCE, 2023

4.7 Arrecadação do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN) e do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) dos Segmentos do Turismo em Maringá

	2019	2020	2021	2022
ISSQN (R\$ milhões)	10,80	6,97	8,97	15,18
ICMS (R\$ milhões)	190,09	104,50	148,86	174,83

Fonte: Prefeitura do Município de Maringá e Receita Federal do Paraná, 2023

4.8 Estoque de Empregos no Setor do Turismo em Maringá

	2018	2019	2020	2021
Estoque de Emprego - Alojamento	910	872	686	720
Estoque de Emprego - Alimentação	5.123	5.487	4.348	4.519
Estoque de Emprego - Transporte Terrestre	869	815	581	578
Estoque de Emprego - Transporte Aéreo	79	87	75	79
Estoque de Emprego - Agências de Viagem	250	297	235	191
Estoque de Emprego - Aluguel de Transporte	264	287	244	251
Estoque de Emprego - Cultura e Lazer	216	215	167	160

Fonte: RAIS Vínculos, 2023

4.9 Evolução no Saldo de Empregos no Setor do Turismo em Maringá

	2018	2019	2020	2021
Saldo de emprego - Turismo	275	-1.622	359	808

Fonte: CAGED, 2023

4.10 Número de Estabelecimentos no Setor do Turismo em Maringá

	2018	2019	2020	2021
Número de Estabelecimentos	2.187	2.127	2.152	2.049

Fonte: RAIS Estabelecimentos, 2023

4.11 Salário Médio no Setor do Turismo em Maringá

Salário Médio	2020	2021
Salário Médio - Alojamento (R\$)	1.763	2.021
Salário Médio - Alimentação (R\$)	1.594	1.899
Salário Médio - Transporte Terrestre (R\$)	1.537	2.155
Salário Médio - Transporte Aéreo (R\$)	1.917	2.219
Salário Médio - Agências de Viagem (R\$)	875	2.446
Salário Médio - Aluguel de Transporte (R\$)	2.571	3.133
Salário Médio - Cultura e Lazer (R\$)	858	1.481

Fonte: RAIS Vínculos, 2023

4.12 Massa Salarial no Setor do Turismo em Maringá

	2018	2019	2020	2021
Massa Salarial (R\$ milhões)	13,90	14,54	9,47	13,07

Fonte: RAIS Vínculos, 2023

4.13 Valor Adicionado Fiscal nas Atividades Características do Turismo em Maringá

	2018	2019	2020	2021
Valor Adicionado Fiscal (R\$ milhões)	171,75	190,82	126,01	179,76

Fonte: Sefia e Ipadres, 2023

4.14 Dados do Aeroporto de Maringá

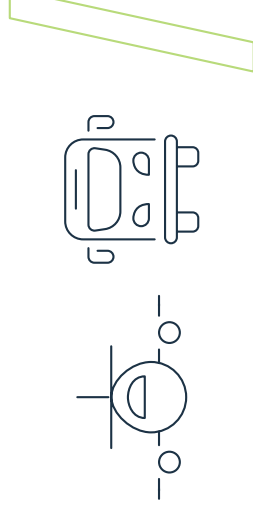
	2018	2019	2020	2021	2022
Número de Passageiros (embarque e desembarque)	641.083	741.839	295.062	419.288	563.195
Total de Voos	3.638	4.056	1.594	2.368	3.269

Fonte: Aeroporto de Maringá, 2023

4.15 Dados do Terminal Rodoviário de Maringá

	2018	2019	2020	2021	2022
Número de Passageiros (embarque)	650.751	637.272	309.805	371.967	553.018

Fonte: Terminal Rodoviário, 2023



O TURISMO EM MARINGÁ

Os olhares do Brasil.

Na esteira da imponência da Catedral Metropolitana Basílica Menor Nossa Senhora da Glória, com os 124 metros de altura, somaram-se a construção do Templo Budista, da Mesquita Muçulmana e outros locais de disseminação da fé.

5.1.A Competitividade do Destino Turístico Maringá

Os eixos do Plano Municipal de Turismo de Maringá foram baseados nos princípios aplicados na elaboração do Programa Destino Turístico Inteligente (DTI), do Ministério do Turismo, conforme descritos a seguir:

Eixos de DTI do Ministério do Turismo

O modelo metodológico está baseado em pilares que detalham, cada um, as áreas de avaliação e atuação e os requisitos a serem cumpridos. O conceito e a classificação em cinco eixos foram criados pela Sociedade Estatal de Gestão da Inovação e das Tecnologias Turísticas (Segitur, na sigla em espanhol), ligada ao Ministério da Indústria, Comércio e Turismo da Espanha.

 **Governança:** O governo local deve ser capaz de gerar confiança, gerir os bens públicos com legitimidade e governar com a participação efetiva dos atores estratégicos.

 **Inovação:** Adoção de novos serviços, processos, métodos de comercialização ou de organização com a finalidade de melhorar os benefícios e a competitividade.

 **Tecnologia:** De caráter transversal, permite a capacitação e análise da informação em tempo real, contribui com a sustentabilidade e melhora a acessibilidade.

 **Acessibilidade:** O destino deve trabalhar como um todo integrado, que assegure a qualquer visitante a liberdade de viajar sem problemas ao destino, de escolher a atividade de lazer de interesse dele e aproveitá-la com plena autonomia.

 **Sustentabilidade:** Proteção da atividade econômica do Turismo, respeito ambiental, preservação e valorização do aspecto sociocultural e garantia na qualidade de vida das gerações atuais e futuras.

É importante destacar, no entanto, que cada país reúne as especificidades dele e, quando a metodologia é aplicada por diferentes instituições, os pilares acima podem não representar a totalidade. Por essa razão, apresentamos os novos eixos a serem trabalhados, no Brasil, junto aos eixos da metodologia espanhola.

Segurança: Identificação e promoção de medidas de controle e mitigação de riscos, além de disponibilização de informações aos turistas acerca das medidas de segurança, preventivas e de autocuidado para uma visita segura.

Promoção e Marketing: Estratégia focada na melhoria do relacionamento entre o destino e o turista, por meio da oferta de experiências de valor e de ações que proporcionem o fortalecimento da imagem do destino e a promoção com o público.

Mobilidade e Transporte: Trabalho focado na melhoria da mobilidade e conectividade aérea e de estradas do e para o destino, identificando a disponibilidade de infraestrutura e de meios de transporte existentes.

Criatividade: O destino deve assumir um compromisso com a incorporação da criatividade no desenvolvimento de políticas públicas, visando o fortalecimento dos ecossistemas criativos e o desenvolvimento da cultura e do turismo por meio da economia criativa.

* O texto acima é da cartilha *Processos de Transformação de Destinos em Destinos Turísticos Inteligentes* (DTI). O futuro do turismo preparado hoje. Ministério do Turismo. 02/06/2021 12h26 acesse: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/destinos-turisticos-inteligentes>

MARINGÁ / FAZ BEM.

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE MARINGÁ | 2023/2033



6.1 Formação do Comitê

Foi formado um Comitê para elaborar a metodologia e mobilizar as partes interessadas no desenvolvimento do Plano Municipal de Turismo. O colegiado foi formado por representantes da Secretaria Municipal de Aceleração Econômica e Turismo de Maringá (Saet), Maringá e Região Convention & Visitors Bureau (MRCVB), Conselho Municipal de Turismo (CMTur), Câmara Técnica de Turismo do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem) e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae/PR).

6.2 Levantamento de Documentos Anteriores

O Comitê decidiu realizar uma análise de documentos anteriormente construídos para Maringá, em vez de iniciar uma construção do zero com o trade turístico do Município. Diante desta decisão, a Câmara Técnica de Turismo do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem) foi responsável pela compilação e sistematização dos 18 documentos a seguir:

Documentos e Estudos do Setor do Turismo em Maringá

Origem	Ano	Entidade	Descritivo	Entrega
Manifesto por Maringá Turística	2012	CMTur	Proposta para debates e compromisso para as eleições de 2012	Apresentação de 10 ações voltadas ao Maringá Turística
CMTur - Gestão 2013 a 2015 - "Conselho Forte!"	2015	CMTur	Prestação de contas - relatos de ações	Relato de 23 ações realizadas na gestão do CMTur, de 2013 a 2015
O papel do Trade Turístico para fortalecer Maringá como polo de eventos	2012	Sebrae/PR e MRCVB	Relatório com o objetivo de apoiar o planejamento e execução das atividades para o segmento de negócios e eventos	Identificação de eixos e linhas estratégicas para consolidação do planejamento estratégico do Mercado de Eventos de Maringá e identificação de alguns desafios a serem superados
Maringá + Criativa	2015	Instituto Cultural Ingá	Pesquisa junto à população de Maringá, para identificar as oportunidades existentes no Município e os diferenciais apresentados em cada bairro (313 formulários respondidos)	A pesquisa identificou a percepção que os maringenses têm sobre os principais atrativos turísticos da cidade. Além disso, levantou-se os motivos que os levam a frequentar os parques e eventos tradicionais. Destaca-se a gastronomia como um atrativo da cidade. Quanto aos atrativos nos bairros, poucos têm conhecimento a respeito e citam a falta de eventos e espaços públicos

Origem	Ano	Entidade	Descritivo	Entrega
Diagnóstico Turístico de Maringá	2019	Prefeitura de Maringá/ Sebrae/PR /CMTur	Análise de 3.686 comentários online sobre os atrativos turísticos (Catedral, Parque do Japão, Mercado Municipal, Estádio Willie Davids, Bosque das Grevíleas, Teatro Calil Haddad e Parque Alfredo Nyffler), 6.739 comentários do setor de hospedagem e 17.101 comentários do setor de gastronomia	A avaliação dos atrativos turísticos, hospedagem e gastronomia no geral foi positiva. Destacou-se como ponto forte a estrutura, variedade gastronômica, bom atendimento e localização. Como pontos de melhorias, tem-se estrutura de banheiros, iluminação, problemas nas reservas e carência de vagas para estacionamento
			Participação de cliente oculto com consumo em quatro atrativos. Além disso foi realizado um diagnóstico mercadológico e ações para posicionamento na era digital	
Relatório Final - Diagnóstico Turístico de Maringá	2019	Prefeitura de Maringá/ Sebrae/PR /CMTur	Diagnóstico para dar suporte à governança de turismo de Maringá para apoiar na tomada de decisão estratégicas e no desenvolvimento do Plano Municipal de Turismo e Plano de Marketing Turístico	A avaliação mais detalhada dos atrativos turísticos, hospedagem e gastronomia de Maringá
Análise SWOT	2019	MRCVB	Identificação das forças e fraquezas, oportunidades e ameaças do setor de turismo de Maringá	Levantamento de 30 forças, 25 fraquezas, 56 oportunidades e 21 ameaças

Origem	Ano	Entidade	Descritivo	Entrega
Propostas Estratégicas de Plano de Governo para Maringá 2021-2024	2020	Sociedade Civil Organizada	Documento com demandas estratégicas para o setor de turismo direcionado aos candidatos a prefeito de Maringá (2021-2024)	Foram sugeridas 20 propostas para o turismo no âmbito da Gestão (2), Políticas Estratégicas (17) e para Retomada Econômica (1)
				Possibilidades de desenvolver experiências/ passeios, por meio de: parques urbanos, roteiros pedagógicos, cervejarias, rotas de bikes, atividades de esportes radicais, trilhas no meio rural, atividades da vida noturna, gastronomia, agropecuária, cidade planejada, história da cidade e práticas de gestão
Maringá Destino Turístico	2019	Prefeitura de Maringá	Apresentação de questionamentos quanto às oportunidades turísticas que podem ser desenvolvidas em Maringá	
Protocolo Maringá Turística - Destino Inteligente	2020	MRCVB e Retur	Protocolo com compromissos e propostas para o desenvolvimento econômico do Turismo aos candidatos à Prefeitura de Maringá	Apresentados quatro compromissos de gestão e 28 ações complementares para a Gestão Municipal do Turismo o 2021-2024
Destino Turístico Inteligente (DTI)	2020	Sociedade Civil Organizada	Desenvolvimento de um Plano de Inovação para o Turismo de Maringá a partir de quatro setores estratégicos (TI, agronegócio, Saúde e Educação)	Apresentação de 11 dimensões para a competitividade do Turismo

Origem	Ano	Entidade	Descritivo	Entrega
1º Tri - Plano de Turismo de Maringá	2021	Sociedade Civil Organizada	Compilação de ações a serem efetuadas para o Plano de Turismo de Maringá	Definição de 21 ações em 11 dimensões apresentando os ganhos, as atividades a serem desenvolvidas, como seriam feitas, quem faria e quando
	2021	Sociedade Civil Organizada	Desenvolvimento de novas visões de ressignificação com lideranças do turismo em Maringá	Entrega de três propostas de solução, que correspondem à nova visão desenvolvida no projeto
Mapa Estratégico Turismo	2022	Prefeitura de Maringá	Descrição de metas, objetivos e ações, com prazos de entregas para o setor de turismo de Maringá	Definição de 10 metas para 2022



Legenda:
 CMTur - Conselho Municipal de Turismo
 MRCVB - Maringá e Região Convention & Visitors Bureau
 Retur - Rede de Turismo Regional
 CNC - Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo

ismo do Paraná e

PLANO MUNICIPAL DE **TURISMO** D



Origem	Ano	Entidade	Descritivo	Entrega
Vai Turismo - Paraná	2022	CNC/Fecomércio	Estudo das melhores práticas dos destinos turísticos internacionais, pesquisa de percepção das unidades federativas e diagnóstico da situação do turismo no Estado do Paraná, buscando melhorias com base nos cinco pilares da metodologia dos Destinos Turísticos Inteligentes (governança, tecnologia, inovação, sustentabilidade e acessibilidade)	Identificação de necessidades, oportunidades e pontos críticos no Estado do Paraná. Proposta e ações adequadas para a realização em um prazo de quatro anos, mas com visão de longo prazo
Vai Turismo - Brasil	2022	CNC/Fecomércio	Estudo das melhores práticas dos destinos turísticos internacionais, pesquisa de percepção das unidades federativas e diagnóstico da situação do turismo no Estado do Paraná, buscando melhorias com base nos cinco pilares da metodologia dos Destinos Turísticos Inteligentes (governança, tecnologia, inovação, sustentabilidade e acessibilidade)	Sistematização de propostas regionais para o período de 2023 a 2026, evidenciando oportunidades para o desenvolvimento turístico com visão de longo prazo

6.3 Criação do Regimento Interno da Conferência Municipal de Turismo de Maringá

O Comitê resgatou e adequou o Regimento Interno da Primeira Conferência Municipal de Turismo de Maringá, realizada em 2018, que foi somado pelo secretário de Turismo da gestão vigente, com modelos de regimentos de outros municípios.

*Documento Original no ANEXOS- SECCONTUNTURBECINT



6.4 Definição dos Eixos do Plano Municipal de Turismo de Maringá

O Regimento definiu os nove eixos, a partir dos indicadores de competitividade do Turismo, segundo o Ministério do Turismo, conforme as adaptações à realidade do Município de Maringá:

I - Políticas Públicas de Turismo

É um conjunto de intenções, diretrizes, normas e estratégias estabelecidas no âmbito do poder público, com o propósito de alcançar e dar continuidade ao desenvolvimento da atividade turística em um determinado território.

II - Governança do Turismo

Constitui-se em espaços de articulação dos atores sociais e de proposição, análise e monitoramento de políticas, planos e projetos para o desenvolvimento sustentável da atividade turística. Nesse momento, a ideia de governança aparece como instrumento para ampliar a participação da sociedade nos processos decisórios e na gestão das atividades em âmbito local e regional.



A seguir a relação entre os eixos do regimento interno da conferência do Plano Municipal de Turismo de Maringá com os eixos do Ministério do Turismo:

Pilares Modelo DTI	Eixos Regimento Interno da Conferência
Governança	I - Políticas públicas de turismo
	II - Governança do Turismo
Sustentabilidade	IX - Educação para o turismo
Segurança	III - Infraestrutura geral
Mobilidade e Transporte	
Acessibilidade	IV - Serviços e equipamentos turísticos
Criatividade	V - Atrativos Turísticos
	VI - Turismo Regional
Promoção e Marketing	VII - Promoção e Marketing de Maringá como destino turístico
Inovação	VIII - Maringá como Destino Turístico Inteligente
Tecnologia	

I - Políticas públicas de turismo

Ativar o Fundo Municipal de Turismo

☐ Indiferente

☐ Pouco Prioritário

☐ Prioritário

☐ Muito Prioritário

☐ Extremamente Prioritário

/ 53

6.6 Definição de Prazo e Categorização de Ações e Projetos na Segunda Pré-Conferência - realizada em 28/02/2023

As ações e projetos foram qualificadas como execução em curto prazo - 6 a 12 meses; médio prazo - 12 a 36 meses; e longo prazo - 36 a 120 meses.

Os participantes da Segunda Pré-Conferência Municipal de Turismo de Maringá foram divididos em grupos e receberam individualmente um documento com a lista das 98 ações e projetos com o resultado da priorização realizada na Primeira Pré-Conferência Municipal de Turismo de Maringá. As 98 ações e projetos seguiram separadas pelos nove eixos constantes no Regimento da Conferência Municipal de Turismo de Maringá. A seguir exemplo de página do documento utilizado por todos para qualificação de prazo:

I - Políticas públicas de turismo

Ativar o Fundo Municipal de Turismo

- | | |
|--|--------------------------------------|
| ☐ Estrutura municipal para apoio ao turismo | ☐ Curto Prazo |
| ☐ Grau de cooperação com o Governo Estadual | ☐ Médio Prazo |
| ☐ Grau de cooperação com o Governo Federal | ☐ Longo Prazo |
| ☐ Planejamento para a cidade e para a atividade turística | |
| ☐ Grau de cooperação público-privada | |
| ☐ Nenhuma acima | |

EIXO	Qtd. Ações de Curto Prazo	Qtd. Ações de Médio Prazo	Qtd. Ações de Longo Prazo	Qtd. Total de Ações do Eixo
I - Políticas públicas de turismo	9	6	1	16
II - Governança do Turismo	2	3	4	9
III - Infraestrutura geral	4	6	-	10
IV - Serviços e equipamentos turísticos	3	2	2	7
V - Atrativos Turísticos	3	3	1	7
VI - Turismo Regional	1	2	-	3
VII - Promoção e Marketing de Maringá como destino turístico	3	3	1	7
VIII - Maringá como Destino Turístico Inteligente	3	2	-	5
IX - Educação para o turismo	5	-	-	5
Total				69

O Comitê se reuniu para refinar a escrita e possíveis inconsistências nas ações e projetos, nesta ocasião **7 das 16 ações do Eixo I - Políticas públicas de turismo foram suprimidas em outras ações**, deixando um total final de 62 ações separadas por eixos, categorias e prazo.

EIXO	Qtd. Ações de Curto Prazo	Qtd. Ações de Médio Prazo	Qtd. Ações de Longo Prazo	Qtd. Total de Ações do Eixo
I - Políticas públicas de turismo	5	4	-	9
II - Governança do Turismo	2	3	4	9
III - Infraestrutura geral	4	6	-	10
IV - Serviços e equipamentos turísticos	3	2	2	7
V - Atrativos Turísticos	3	3	1	7
VI - Turismo Regional	1	2	-	3
VII - Promoção e Marketing de Maringá como destino turístico	3	3	1	7
VIII - Maringá como Destino Turístico Inteligente	3	2	-	5
IX - Educação para o turismo	5	-	-	5
Total	29	25	8	62

6.7 Reunião do Comitê para Definição dos Responsáveis, Executores e Financiadores

A partir da consolidação das 62 ações, o Comitê sugeriu qual instituição seria a mais aderente à função de responsável, executor e financiador.

Responsável: Gestor direto da ação, responsável por garantir que os resultados da ação sejam alcançados. Esse papel deve estar diretamente ligado ao propósito da instituição na cadeia do turismo.

Executor: Operacionaliza a ação ou projeto. Esse papel pode ser ocupado pela instituição envolvida na construção do plano ou uma empresa contratada para execução da ação.

Financiador: Disponibiliza recursos financeiros, humanos e técnicos diretamente para a ação, como por exemplo: contratar o executor, realizar ações dentro do seu orçamento e/ou estrutura.

As instituições elencadas foram:

ABRASEL - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes

CTTC - Câmara Técnica de Turismo do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem)

Por fim, os resultados das duas pré-conferências e proposições do Comitê resultaram em uma versão preliminar do Plano Municipal de Turismo de Maringá para ser votado em “concordo ou discordo”, publicamente, na Segunda Conferência Municipal de Turismo de Maringá, conforme tabelas a seguir (as entidades foram definidas, entretanto, estão em um documento para gestão pelo CMTur):

I - Políticas Públicas de Turismo

AÇÕES	RESPONSÁVEL	EXECUTOR	FINANCIADOR	CONCORDO	DISCORDO
Ativar o Fundo Municipal de Turismo	PMM	SAET	SAET		
Criar a Secretaria Municipal de Turismo, Eventos e Economia Criativa	PMM	PMM	PMM		
Estimular a adoção de práticas sustentáveis no setor	CMTur	SAET	SAET		
Promover a integração das áreas de Turismo, Transportes e Segurança, com visão de uma Maringá Turística, com programas para o Terminal Turístico, Sinalização Turística e Atendimento Turístico	CMTur	A definir	-		
Firmar Termo de Cooperação entre Prefeitura e instituições para fomento ao turismo	CMTur	CMTur	-		
Elaborar plano de captação, promoção e geração de eventos para fortalecimento do setor	MRCVB	MRCVB	MRCVB		
Apoiar a promoção de eventos turísticos em Maringá	Todos	Todos	-		
Legitimar o Fundo Municipal de Turismo para a destinação de recursos para atração de eventos e promoção do turismo em Maringá	CMTur	Todos	-		
Criar programas que invistam no acesso e no uso de tecnologia no setor do turismo	PMM	A definir	-		

III – Infraestrutura Geral

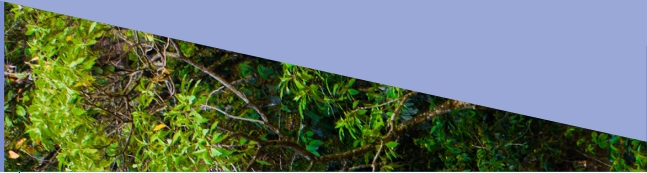
AÇÕES	RESPONSÁVEL	EXECUTOR	FINANCIADOR	CONCORDO	DISCORDO
Implementar os Totens turísticos	SAET	SAET	SAET		
Criar ponto de informações turísticas em um local de fácil acesso ao turista	SAET	SAET	SAET		
Desenvolver projeto de sinalização turística	SAET	SAET	SAET		V
Melhorar a infraestrutura dos atrativos turísticos públicos (acessos, bebedouros, sinalização, banheiros, espaços com sombra, entre outros)	SAET	PMM	PMM		
Mobilizar para modernização do Serviço de transporte ao turista - City Tour	SAET	PMM	PMM		
Readequação dos pontos turísticos, com parada de ônibus e acessibilidade	SAET	PMM	PMM		
Criar ciclorrotas que possibilitem experiências com bicicletas em espaço rural	SAET	IDR	PMM		
Captar investimento para ampliação de espaços de eventos da cidade	MRCVB	MRCVB	MRCVB		
Elaborar um diagnóstico mercadológico direcionado ao aeroporto	Câmara Técnica do Codem	Câmara Técnica do Codem	Câmara Técnica do Codem		
Melhorar sinalização e estrutura dos estacionamentos nos atrativos	SAET	PMM	PMM		

IV - Serviços e equipamentos turísticos

AÇÕES	RESPONSÁVEL	EXECUTOR	FINANCIADOR	CONCORDO	DISCORDO
Melhorar os serviços nos atrativos privados (limpeza, informações, espaços instagramáveis, opções do que fazer, entre outros)	CMTur	Todos	Todos		
Investir na formação de novos produtos, serviços e roteiros turísticos, para ampliar e modernizar a oferta turística	CMTur	Todos	Todos		
Desenvolver um plano para captação de investidores no setor de hospedagem	MRCVB	MRCVB	MRCVB		
Realizar diagnóstico da reputação online do setor gastronômico	Abrasel	Abrasel	Abrasel		
Realizar diagnóstico da reputação online dos meios de hospedagem	MRCVB	MRCVB	MRCVB		
Confeccionar o Guia Gastronômico de Maringá	Abrasel	Abrasel	Abrasel		
Formalizar apoio à conclusão do Centro de Eventos da UEM	CMTur	CMTur	CMTur		

A vertical photograph showing a dense, tangled mass of green leaves and bare, brown branches. The foliage is vibrant green, while the branches are thin and intricate, creating a complex web of lines. The overall impression is one of a thick, overgrown natural area.

A photograph of a rocky shoreline. In the foreground, several large, smooth, light-colored rocks are partially submerged in shallow water. The water is calm, reflecting the surrounding greenery and the sky. To the left, there is a dense patch of green vegetation, including small plants and grasses. The background shows more rocks and a hint of a forested area. The overall scene is peaceful and natural.



VI - Atrativos Turísticos

AÇÕES	RESPONSÁVEL	EXECUTOR	FINANCIADOR	CONCORDO	DISCORDO
Mapear os principais eventos de Maringá e potencializar, por meio de soluções de tecnologia e treinamento	MRCVB	MRCVB	MRCVB		
Consolidar o Parque do Japão como diferencial do produto turístico - cultural, em destinos nacionais e internacionais	SAET	SAET	SAET		
Investir nos parques municipais, como equipamentos estratégicos, visando fortalecer o gosto e prática do turismo e lazer	SAET	PMM	PMM		
Estruturar experiências relacionadas ao agro	SETRAB	SETRAB	SETRAB		
Montar um local fixo multiuso para comercialização de produtos artesanais	IGR - Encantos dos Ipês	IGR - Encantos dos Ipês	IGR - Encantos dos Ipês		
Desenvolver souvenirs de qualidade, que representem o Município	SAET	SAET	SAET		
Estruturar experiências de trilhas de jipe, buggies, motos, entre outros, em ambiente rural	SAET	SETRAB	PMM		

IX - Educação e capacitação para o turismo

AÇÕES	RESPONSÁVEL	EXECUTOR	FINANCIADOR	CONCORDO	DISCORDO
Levantar a percepção dos maringenses quanto à infraestrutura existente na cidade (bares, restaurantes, parques, atrativos turísticos, locais de destaque)	MRCVB	Sebrae/PR	Sebrae/PR		
Criar um programa de sensibilização da população quanto aos atrativos turísticos de Maringá	SAET	SAET	SAET		
Desenvolver programas de educação e qualificação para o turismo, envolvendo toda a população	SAET	PMM	PMM		
Formalizar o apoio à criação do Curso Superior de Turismo da UEM	CMTur	CMTur	CMTur		
Qualificar empresários do setor em temas de gestão	MRCVB	Sebrae/PR	Sebrae/PR		

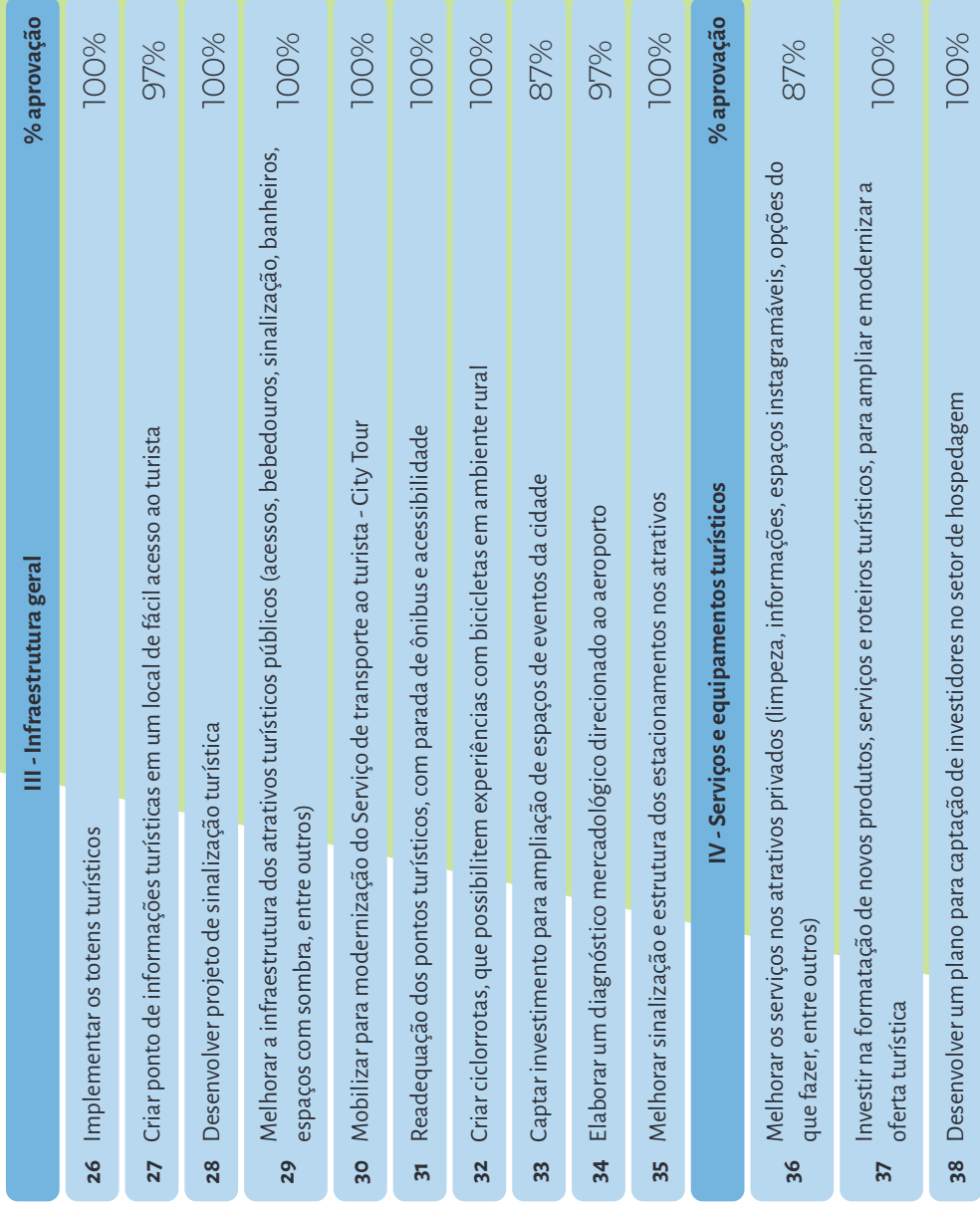
/MARINGÁ.



Das 69 ações, 53 obtiveram índices de aprovação acima de 80%. As demais receberam ajustes e moções para reescrita, revisão de importância e papel das instituições descrito a seguir:

TODAS AS AÇÕES		TOTAIS
I - Políticas públicas de turismo		% aprovação
1	Ativar o Fundo Municipal de Turismo	100%
2	Criar a Secretaria Municipal de Turismo, Eventos e Economia Criativa	100%
3	Estimular a adoção de práticas sustentáveis no setor	81%
4	Promover a integração das áreas de Turismo, Transportes e Segurança, com visão de uma Maringá Turística, com programas para o Terminal Turístico, Sinalização Turística e Atendimento Turístico	91%
5	Firmar Termo de Cooperação entre a Prefeitura e instituições para fomento ao turismo	83%
6	Elaborar plano de captação, promoção e geração de eventos para fortalecimento do setor	87%
7	Apoiar a promoção de eventos turísticos em Maringá	100%
8	Legitimar o Fundo Municipal de Turismo para a destinação de recursos na atração de eventos e promoção do turismo em Maringá	91%
9	Criar programas que invistam no acesso e no uso de tecnologia no setor do turismo	91%
10	Criar programas de incentivos fiscais para o turismo	79%
11	Propor Projeto de Lei para tratar de eventos com dimensão turística	79%
12	Incentivar e facilitar acesso às linhas de crédito e revisão tributária	79%

13	Pautar gestão do turismo em leis, políticas e planos de desenvolvimento, alinhados aos anseios da população, trade turístico e gestão pública	79%
14	Promover e fiscalizar a gestão de equipamentos turísticos sob direção governamental	79%
15	Fomentar atração de investimento no turismo	79%
16	Criar e implementar, por Lei, a Rota do Café	79%
II - Governança do Turismo		% aprovação
17	Fortalecer a gestão das entidades do setor turismo	100%
18	Fortalecer e aperfeiçoar o monitoramento da atividade turística	65%
19	Realizar estudo de viabilidade para os parques do município, criando atrativos para os mesmos	100%
20	Estabelecer parcerias e melhorar a articulação entre o poder público, trade turístico, academia e população	91%
21	Estimular produção de conhecimento, a sistematização e o compartilhamento de informações do turismo, por meio de observatórios e/ou câmaras temáticas	100%
22	Fomentar a criação da governança técnica para atração de novos eventos	100%
23	Mapear e divulgar atrativos conforme sazonalidade	97%
24	Promover a IGR / Adetur Encantos dos Ipês como instituição parceira e primordial para o desenvolvimento do turismo regional	100%
25	Tornar o Observatório de Turismo e Eventos - Instituto de Inovação e Inteligência do Turismo -, o centro das informações do trade turístico e negócios da região	70%



39	Realizar diagnóstico da reputação online do setor gastronômico	100%
40	Realizar diagnóstico da reputação online dos meios de hospedagem	97%
41	Confeccionar o Guia Gastronômico de Maringá	87%
42	Formalizar o apoio à conclusão do Centro de Eventos da UEM	83%
V - Turismo Regional		% aprovação
50	Definir estratégia de atuação de Maringá assumindo a vocação macrorregional e o papel de polo regional	79%
51	Dar continuidade ao projeto Turismo Rural em Rota para a criação de uma Rota Rural Regional (parceria SAET, IDR, SETRAB, Sebrae/PR)	87%
52	Estimular Maringá como Destino Indutor do Turismo Regional	100%
VI - Atrativos Turísticos		% aprovação
43	Mapear os principais eventos de Maringá e potencializá-los, por meio de soluções de tecnologia e treinamento	79%
44	Consolidar o Parque do Japão como diferencial do produto turístico - cultural, em destinos nacionais e internacionais	100%
45	Investir nos parques municipais, como equipamentos estratégicos, visando fortalecer o gosto e prática do turismo e lazer	100%
46	Estruturar experiências relacionadas ao agro	70%
47	Montar um local fixo multiuso para comercialização de produtos artesanais	65%

48	Desenvolver souvenirs de qualidade, que representem o Município	91%
49	Estruturar experiências de trilhas de jipe, buggies, motos, entre outros em ambiente rural	75%
VII - Promoção e Marketing de Maringá como destino turístico		
53	Fortalecer o Maringá Encantada	100%
54	Estruturar o Maringá Gastronômica	87%
55	Posicionar Maringá como destino para eventos e negócios	100%
56	Elaborar o Plano de Marketing Turístico de Maringá	97%
57	Incrementar as parcerias para a captação de eventos	100%
58	Promover parcerias com os shoppings de Maringá para a promoção do turismo de compra	100%
59	Criar projeto de desenvolvimento do turismo religioso em Maringá	75%
VIII - Maringá como Destino Turístico Inteligente		
60	Desenvolver estudo para adequação de acessibilidade para pessoas com deficiência nos atrativos da cidade	97%
61	Adotar a metodologia de Destino Turístico Inteligente	100%
62	Investir em plataforma digital, que conecte dados do setor de turismo	100%
63	Criar um banco de dados permanente de oferta turística local	97%
64	Implementar o Observatório de Eventos	79%

% aprovação

100%

100%

100%

97%

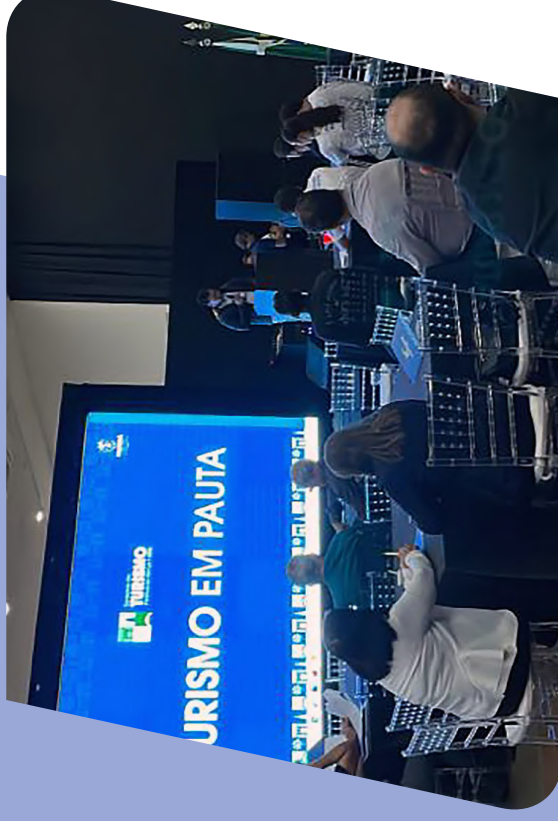
100%



6.8 Realização da Segunda Conferência Municipal de Turismo de Maringá

Foi realizada a Segunda Conferência Municipal de Turismo de Maringá, nos dias 17, 18 e 19 de abril de 2023, no Parque do Japão das 19 às 22 horas. Na primeira noite, todos os participantes, entre eles delegados e observadores, ponderaram e opinaram sobre as até então, 69 ações.

O critério para continuidade das ações e projetos foi um índice de concordância dos respondentes acima de 80%, conforme o modelo apresentado no item 5.7. Cada delegado e observador pode propor moções para justificativas sobre as discordâncias deles a serem debatidas por todos.



As ações com maior discordância e moções foram apresentadas para todos os participantes da Segunda Conferência Municipal de Turismo de Maringá e as inserções, retiradas e reescritas foram feitas e aprovadas por todos por votação conforme tabela a seguir:

Anexo Único

27	Criar ponto de informações turísticas em um local de fácil acesso ao turista	97%
28	Desenvolver projeto de sinalização turística	100%
29	Melhorar a infraestrutura dos atrativos turísticos públicos (acessos, bebedouros, sinalização, banheiros, espaços com sombra, etc.)	100%
30	Mobilizar para modernização do Serviço de transporte ao turista - City Tour	100%
31	Readequação dos pontos turísticos com parada de ônibus e acessibilidade	100%
32	Criar ciclorrotas que possibilitem experiências com bicicletas em espaço rural	100%
33	Captar investimento para ampliação de espaços de eventos da cidade	87%
34	Elaborar um diagnóstico mercadológico direcionado ao aeroporto	97%
35	Melhorar sinalização e estrutura dos estacionamentos nos atrativos	100%
IV - Serviços e equipamentos turísticos		% aprovação
36	Melhorar os serviços nos atrativos privados (limpeza, informações, espaços instagramáveis, opções do que fazer, etc.)	87%
37	Investir na formatação de novos produtos, serviços e roteiros turísticos com o intuito de ampliar e modernizar a oferta turística	100%
38	Desenvolver um plano para captação de investidores no setor de hospedagem	100%
39	Realizar diagnóstico da reputação online do setor gastronômico	100%
40	Realizar diagnóstico da reputação online dos meios de hospedagem	97%

VII - Promoção e Marketing de Maringá como destino turístico

53 Fortalecer Maringá Encantada

54 Estruturar o Maringá Gastronômica

55 Posicionar Maringá como destino para eventos e negócios

56 Elaborar o Plano de Marketing Turístico de Maringá

57 Incrementar as parcerias para a captação de eventos

58 Promover parcerias com os shoppings de Maringá para a promoção do Turismo de Compra

59 Criar projeto de desenvolvimento do Turismo Religioso em Maringá

VIII - Maringá como Destino Turístico Inteligente

60 Desenvolver estudo para adequação de acessibilidade para pessoas com deficiência nos atrativos da cidade

61 Adotar a metodologia de destino turístico inteligente

62 Investir em plataforma digital que conecte dados do setor de turismo

63 Criar um banco de dados permanente de oferta turística local

64 Implementar o Observatório de Eventos

IX - Educação para o turismo		% aprovação
65	Levantar a percepção dos maringenses quanto à infraestrutura existente na cidade (bares, restaurantes, parques, atrativos turísticos, locais de destaque)	100%
66	Criar um programa de sensibilização da população quanto aos atrativos turísticos de Maringá	100%
67	Desenvolver programas de educação e qualificação para o turismo, envolvendo toda a população	100%
68	Formalizar o apoio à criação do Curso Superior de Turismo da UEM	91%
69	Qualificar empresários do setor em temas de gestão	100%

/BEM ESTAR.

MOÇÕES

Nº	Form	Tipo	Proponente	Segmento	Eixos	Providência	Texto
1º	1	Outros: redação	Rodrigo Lima	Órgão Público - SAET	VI e VII	Modificar texto	De: VI Desenvolver souvenirs de qualidade que representem o Município Para: VI Organizar/fomentar o setor de souvenirs de qualidade, que representem o município. De: VI – Estruturar experiências de trilhas de jipe, buggies, motos, etc em espaço rural Para: VI Estimular experiências de trilhas de jipe, buggies, motos, etc., em espaço rural. VII Elaborar o Plano de Marketing do turismo de Maringá (responsável: SAET, Executor: SAET, Financiador: SAET
2º	2	Apelo	Ody Park, ABRASEL AMUSEP	Hospedagem Alimentação Organização Civil	VIII	Substituir CVB por CODEM pela riqueza de dados	Ação: Criação do Banco de dados permanente da oferta turística local
3º	2	Apelo	Ody Park, ABRASEL AMUSEP	Hospedagem Alimentação Organização Civil	I	Concordamos com a atuação do Fundo com ressalvas	O Fundo municipal vai trazer algum imposto ou taxa que onere ainda mais o setor?

Nº	Form	Tipo	Proponente	Segmento	Eixos	Providência	Texto
14º	18	Apelo	Sociedade Civil e setor público		II e VI	Modificar responsável, executor ou financiador	Eixo II Ação 2 – Fortalecer e aperfeiçoar o monitoramento da atividade turística - Trocar responsável por CMTur Ação 9 – Tornar o Observatório de Turismo e Eventos - Instituto de Inovação e Inteligência do Turismo o centro das informações do trade Turístico e Negócios da Região - Trocar responsável por CMTur Eixo VI Ação 4 – Estruturar experiências relacionadas ao agro Montar um local fixo multiuso para comercialização de produtos artesanais Proposta: acrescentar IDR como responsável Ação 5 – Montar um local fixo multiuso para comercialização de produtos artesanais Proposta: acrescentar IDR como responsável Ação 5 - Acrescentar SAET como executor (colocaremos como sugestão no plano) Ação 5 - Acrescentar PMM como financiador (colocaremos como sugestão no plano)

Nº	Form	Tipo	Proponente	Segmento	Eixos	Provisória	Texto
17º	26	Outros: Apóio	Alisson Bertão Machado, Jonas Godeny, Kellin Conchon, Beatriz Coelho, Ivone Ferrari	Educação e hotelaria	I	Incluir a ação	Criação de um complexo de automobilismo. Construção por meio de parcerias público-privadas, um autódromo que sirva para eventos relacionados ao automobilismo e eventos em geral, pegando como modelo o que ocorreu em Barigui – Museu do Automobilismo, et. Viemos por meio deste, requerer à PMM um estudo de viabilidade para a construção de um autódromo /kartódromo – complexo automobilístico municipal. Com isso, incluir esse atrativo de turismo esportivo e de eventos e lazer no Plano Municipal de Turismo.
18º	27	Outros: reade- quação finan- ciador	CMTur e CT do CODEM		II e III	Nas ações em que o CMTur e a câmara técnica do CODEM aparecem como financiador, sugerimos trocar para outras instituições, pois essas entidades não possuem orçamento.	
19º	35	Apelo	Marie Sakamoto	Artesanato	VI	Inclusão de ação	Retomar e fortalecer o turismo de compras dos shoppings de atacado de Maringá como grande gerador de empregos e de economia local

MISSÃO

seguinte definição da Missão:



Turismo."

/8 VISÃO

Fruto do trabalho de colaboração da governança realizado em 2021, chegou-se, por meio do consenso, à seguinte definição da Visão:

“Ser reconhecido como destino turístico inteligente e associativista, por meio da sensibilização dos maringaenses, cidades circunvizinhas e visitantes sobre o valor da cidade, para proporcionar experiências turísticas de alcance regional/estadual de forma sustentável, com sinergia da sociedade civil e organizada.”

/93

Agir em cooperação com destinos que compartilham interesses, esforços, recursos e benefícios econômicos, sociais e culturais para aumento da representatividade da região em defesa de um desenvolvimento regional.

Ter clara e alinhada a participação da sociedade civil, município e mercado sob uma única visão de futuro, para a construção e fortalecimento de uma identidade turística legítima da região.

Crescer reduzindo impactos negativos de ordem econômica, social e ambiental.

Uso coerente e compartilhado de informações para tomadas de decisão eficientes e coerentes para manutenção do desenvolvimento regional do turismo.

/10 OBJETIVOS, ESTRATÉGIAS E AÇÕES

A partir da aplicação do Modelo DTI do Ministério do Turismo*, realizado em 2022, na cidade de Maringá (anexo) e da visão construída, foram extraídos os seguintes indicadores para alcance da visão de forma mensurável.

* Em caso de extinção deste modelo de indicador federal, nos próximos dois anos, a metodologia será atualizada por uma instituição parceira a ser definida pelo CMTur, visando a manutenção dos padrões de mensuração das métricas definidas.

Objetivo 1 - Ser reconhecido como destino turístico inteligente -

Alcançar a nota total no diagnóstico do Ministério de Turismo acima de 60%.

Objetivo 2 - Associativista, por meio da conscientização dos maringaenses, cidades circunvizinhas e visitantes sobre o valor da cidade - Manter acima de 90% no Pilar Governança.

Objetivo 3 - Proporcionar experiências turísticas - Acima de 80% no Pilar Experiência.

Objetivo 4 - De forma sustentável, com sinergia da sociedade civil e organizada. - Acima de 90% no Pilar Sustentabilidade (ambiental acima de 75%, social acima de 75%, econômica acima de 50% e acessibilidade acima de 50%).

O valor de cada indicador foi estabelecido de acordo com a comparação do resultado de cidades similares a Maringá, como descrito no quadro a seguir extraído da plataforma Modelo DTI Brasil:

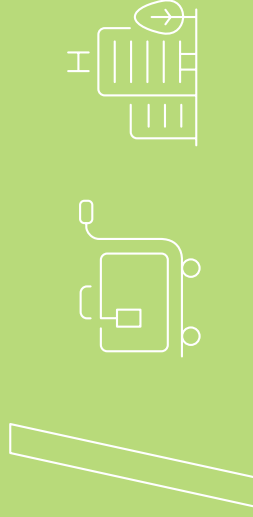
Diagnóstico Maturidade - Modelo DTI Brasil			
DIMENSÃO	SÃO JOSÉ DOS PINHAIS (%)	GUARAPUAVA (%)	PONTA GROSSA (%)
Tecnologia	25	50	25
Governança	81,8	63,6	90,9
Experiência do Turista	83,3	66,7	100
Sustentabilidade Ambiental	72,7	84,9	75,8
Sustentabilidade Social	46,7	46,7	46,7
Sustentabilidade Econômica	53,3	43,3	33,3
Sustentabilidade - Acessibilidade	36,8	36,8	47,4
Pontuação Geral	55	55	55

DIMENSÃO	SÃO JOSÉ DOS PINHAIS (%)	GUARAPUAVA (%)	PONTA GROSSA (%)	LONDRINA (%)	MÉDIA	MARINGÁ (%)
Tecnologia	25	50	25	12,5	28,13	12,5
Governança	81,8	63,6	90,9	63,6	74,98	90,9
Experiência do Turista	83,3	66,7	100	100	87,50	100
Sustentabilidade Ambiental	72,7	84,9	75,8	75,8	77,30	72,7
Sustentabilidade Social	46,7	46,7	46,7	80	55,03	73,3
Sustentabilidade Econômica	53,3	43,3	33,3	70	49,98	33,3
Sustentabilidade - Acessibilidade	36,8	36,8	47,4	55,3	44,08	34,2
Pontuação Geral	55	55	55	66	57,75	53

II - Governança

Prioridade	Ação/ Projeto	Justificativa	Categoria	Prazo
4	Fortalecer a gestão das entidades do setor de turismo	Quanto mais fortes, representativas e pujantes forem as entidades do setor, maior será a probabilidade de as reivindicações serem atendidas. Investir na capacitação e aperfeiçoamento dos gestores destas entidades é passo decisivo para ampliar o grau de credibilidade, projetar a imagem delas e torná-las referência na aplicação eficiente dos recursos e na realização de obras e projetos que reflitam em um calendário estruturado de eventos, em um padrão de qualidade superior no receptivo aos visitantes.	Gestão, articulação e controle das ações do trade turístico	Curto
4	Estimular produção de conhecimento, a sistematização e o compartilhamento de informações do turismo, por meio de observatórios e/ou câmaras temáticas	A capacidade de transformar dados em informação e informação em conhecimento é determinante para a definição dos indicadores, o entendimento do cenário atual e a projeção de tendências do segmento. As ações das várias estruturas locais, ligadas ao Turismo, devem ser convergentes e o trabalho sinérgico para evitar o sobreamento, promover a austeridade na aplicação dos recursos e estabelecer uma linguagem única para o trade e para os futuros investidores.	Gestão, articulação e controle das ações do trade turístico	Longo

Prioridade	Ação/Projeto	Justificativa	Categoria	Prazo
3,5	Promover a IGR / Adetur Encantos dos Ipês como instituição parceira e primordial para o desenvolvimento do Turismo Regional	A IGR Encantos dos Ipês é o elo de Maringá com as 30 cidades da região turística e a indutora para a elaboração do Plano Regional de Turismo. Também é a interlocutora com as outras regiões e com as instâncias do Governo Estadual e Federal.	Gestão, articulação e controle das ações do trade turístico	Longo



III - Infraestrutura			
Prioridade	Ação/Projeto	Justificativa	
3	Elaborar um diagnóstico mercadológico direcionado ao aeroporto	O aeroporto regional de Maringá é a principal de entrada para potencializar o turismo regional. Um diagnóstico mercadológico potencial de embarque e desembarque um cenário para a ampliação na oferta de destino seja Maringá.	
4	Readequação dos pontos turísticos, com parada de ônibus e acessibilidade	Instalar e manter uma sinalização objetiva e precisa é fundamental para facilitar o turista aos atrativos. Este processo inclui manutenção de linhas do transporte coletivo que transportam os grupos de turistas visitam a cidade.	
3,5	Captar investimento para ampliação de espaços de eventos da cidade	É preciso projetar a evolução dos eventos realizados na cidade para identificar a necessidade de ampliar os espaços disponíveis e diminuir os investimentos necessários para a oferta destinados a abrigar estes eventos.	

III - Infraestrutura			
Prioridade	Ação/Projeto	Justificativa	
3	Elaborar um diagnóstico mercadológico direcionado ao aeroporto	O aeroporto regional de Maringá é a principal de entrada para potencializar o turismo regional. Um diagnóstico mercadológico potencial de embarque e desembarque um cenário para a ampliação na oferta de destino seja Maringá.	
4	Readequação dos pontos turísticos, com parada de ônibus e acessibilidade	Instalar e manter uma sinalização objetiva e precisa é fundamental para facilitar o turista aos atrativos. Este processo inclui manutenção de linhas do transporte coletivo que transportam os grupos de turistas visitam a cidade.	
3,5	Captar investimento para ampliação de espaços de eventos da cidade	É preciso projetar a evolução dos eventos realizados na cidade para identificar a necessidade de ampliar os espaços disponíveis e diminuir os investimentos necessários para a oferta destinados a abrigar estes eventos.	

IV - Serviços e equipamentos turísticos

Prioridade	Ação/ Projeto	Justificativa	Categoria	Prazo
4	Desenvolver um plano para captação de investidores no setor de hospedagem	Além de buscar o fortalecimento e a ampliação da estrutura existente, é preciso ter um projeto claro e objetivo para convencer investidores e novas redes de hospedagem a se instalarem na cidade.	Estrutura de qualificação para o turismo	Longo
5	Melhorar os serviços nos atrativos privados (limpeza, informações, espaços instagramáveis, opções do que fazer, entre outros)	O turista só volta e indica o destino se encontrar ambientes agradáveis e condições de desfrutar do momento de lazer e descanso dele com conforto, segurança e, principalmente, informações. Assim, é determinante incentivar e motivar os empreendedores do Trade a tornar os atrativos privados receptivos, encantadores e locais de experiências memoráveis.	Capacidade do turismo receptivo	Curto
2	Realizar diagnóstico da reputação online dos meios de hospedagem	A tecnologia está na ponta dos dedos dos turistas. Os aplicativos e serviços online devem ser rápidos e atender às necessidades dos visitantes.	Capacidade do turismo receptivo	Médio
3	Realizar diagnóstico da reputação online do setor gastronômico	A tecnologia está na ponta dos dedos dos turistas. Os aplicativos e serviços online devem ser rápidos e atender às necessidades dos visitantes.	Capacidade dos restaurantes	Médio

Justificativa	Categoria	Prazo
A comunidade nipônica é expressiva e representa uma importante parcela do PIB local. O Parque do Japão é uma estrutura única, moderna e com várias possibilidades para oferecer atrativos para os visitantes. Investir no local é primordial para preservar e disseminar a tradição oriental. É um ambiente para ser visitado pelos nisseis e pela comunidade em geral, interessada em conhecer mais e melhor a história e a trajetória desta cultura milenar.	Atrativos culturais	Curto
Todo turista compra objetos para presentear ou recordar as experiências vividas nos destinos que visita. A produção de souvenirs de qualidade reflete o cuidado que o segmento tem com a receptividade e o acolhimento ao visitante. Maringá tem um grupo considerável de artesãos e de representantes da economia criativa que podem oferecer um leque de opções de souvenirs. É preciso capacitá-los e estimulá-los a oferecer peças que reflitam os momentos que o turista passa em Maringá.	Atrativos culturais	Curto

Justificativa	Categoria	Prazo
A comunidade nipônica é expressiva e representa uma importante parcela do PIB local. O Parque do Japão é uma estrutura única, moderna e com várias possibilidades para oferecer atrativos para os visitantes. Investir no local é primordial para preservar e disseminar a tradição oriental. É um ambiente para ser visitado pelos nisseis e pela comunidade em geral, interessada em conhecer mais e melhor a história e a trajetória desta cultura milenar.	Atrativos culturais	Curto
Todo turista compra objetos para presentear ou recordar as experiências vividas nos destinos que visita. A produção de souvenirs de qualidade reflete o cuidado que o segmento tem com a receptividade e o acolhimento ao visitante. Maringá tem um grupo considerável de artesãos e de representantes da economia criativa que podem oferecer um leque de opções de souvenirs. É preciso capacitá-los e estimulá-los a oferecer peças que reflitam os momentos que o turista passa em Maringá.	Atrativos culturais	Curto

Prioridade	Ação/Projeto	Justificativa	Categoria	Prazo
4	Definir estratégia de atuação de Maringá assumindo a vocação macrorregional e o papel de polo regional	Maringá é referência de uma região que abrange mais de 150 municípios. A partir de Maringá, vários modelos de negócios e de estratégias são disseminados em outras localidades. Assim, é essencial que Maringá assuma a vocação de polo e defina ações para motivar e impulsionar a atividade turística na região.	Planejamento turístico regional	Médio
4	Dar continuidade ao projeto Turismo Rural em Rota para a criação de uma Rota Rural Regional (parceria OOT, IDR, SETRAB, Sebrae/PR)	O Projeto Turismo Rural em Rota é uma das experiências mais recentes, cujos resultados começam a ser colhidos em várias frentes. É uma iniciativa que precisa ter continuidade e expandir para atender mais pessoas.	Projetos de cooperação regional	Curto
4	Estimular Maringá como Destino Indutor do Turismo Regional	Como referência da região, Maringá é a locomotiva que vai influenciar o desenvolvimento turístico em uma área de abrangência que reúne mais de 150 municípios. É uma estratégia complementar à de a cidade assumir a vocação macrorregional.	Planejamento turístico regional	Médio

VII - Promoção Marketing

Prioridade	Ação/Projeto	Justificativa	Categoria	Prazo
5	Elaborar o Plano de Marketing Turístico de Maringá	O Plano de Marketing é determinante para a execução do Plano Municipal e para consolidar a Maringá Turística. O Plano será o fio condutor das estratégias de divulgação dos atrativos, dos procedimentos de atendimento e receptividade do visitante, da projeção da imagem de indutor do turismo regional e da cultura de que na cidade o ambiente é o melhor possível para se viver experiências memoráveis.	Estratégia de promoção digital	Médio
5	Posicionar Maringá como destino para eventos e negócios	Maringá tem uma tradição na realização de eventos e vocação para o turismo de negócios. É preciso sistematizar as estratégias para que a cidade seja referência e se projete no cenário nacional.	Participação em feiras e eventos	Médio
4	Incrementar as parcerias para a captação de eventos	Organizar e coordenar a formação de parcerias para a captação de eventos é essencial para a elaboração de um calendário robusto e atrativo para o setor. Com a cooperação, é possível chegar mais longe e com maior lucratividade. O diálogo permanente e o consenso entre as datas é primordial para potencializar o setor e tornar Maringá referência nacional.	Participação em feiras e eventos	Curto

Prioridade	Ação/Projeto	Justificativa	Categoria	Prazo
5	Fortalecer Maringá Encantada	A Maringá Encantada é um dos principais pilares para sustentar todo o projeto turístico regional. A partir dela, o noroeste do Paraná pode estender os tentáculos para diversas outras iniciativas em várias frentes do turismo, seja de lazer, entretenimento, cultural, religioso, rural, aventura, entre outros. A cada nova edição da Maringá Encantada é necessário projetar ainda mais a imagem da iniciativa, a partir das experiências vivenciadas na edição anterior e pautada em uma ampla e bem elaborada campanha de divulgação das atrações a serem apresentadas.	Plano de Marketing	Longo
4	Promover parcerias com os shoppings de Maringá para a promoção do turismo de compra	Maringá tem uma estrutura moderna e organizada de shoppings de atacado. A cidade, inclusive, já foi um dos polos de atração de compradores. É preciso encontrar um meio para reaquecer a atividade e conciliar as compras presenciais com as virtuais. É um desafio, mas sobra criatividade para a retomada do setor.	Plano de Marketing	Médio

Prioridade	Ação/Projeto	Justificativa	Categoria	Prazo
5	Estruturar o Maringá Gastronômica	O setor gastronômico de Maringá é riquíssimo e reconhecido nacionalmente. É preciso organizar o setor e criar estratégias para promover e divulgar os estabelecimentos e os pratos oferecidos. A gastronomia é um importante atrativo que deriva para outros setores do turismo e com grande potencial de manter o turista por mais tempo na cidade.	Promoção do destino	Curto
3,5	Criar projeto de desenvolvimento do turismo religioso em Maringá	Aos 50 anos da inauguração, a Catedral Nossa Senhora da Glória é um ícone arquitetônico e religioso de Maringá. A partir desta referência, é possível elaborar um plano para consolidar o turismo religioso na cidade e região. Além da Catedral, temos vários outros locais, como o Santuário de Santa Rita de Cássia. Também, Maringá está a cerca de 50 quilômetros de Astorga, onde está o segundo principal santuário de Nossa Senhora Aparecida, atrás apenas de Aparecida do Norte. Tem, ainda, as outras manifestações religiosas como o budismo, islamismo, as correntes evangélicas, umbandismo, candomblé, espiritismo, onde há potencial para a construção de estratégias para o desenvolvimento do turismo religioso.	Promoção do destino	Médio

VIII - Destino Turístico Inteligente

Prioridade	Ação/Projeto	Justificativa	Categoria	Prazo
5	Desenvolver estudo para adequação de acessibilidade para pessoas com necessidades especiais nos atrativos da cidade	O turismo é para todos. Para ser a Maringá Turística, a cidade tem que oferecer condições para todas as pessoas aproveitarem e viverem experiências memoráveis nos atrativos existentes. Então, todos os locais precisam estar adaptados para as condições de acessibilidade. Assim, elaborar um estudo com as indicações e orientações sobre os recursos a serem adotados é fundamental para proporcionar comodidade e segurança para todos os visitantes.	Acessibilidade	Curto
5	Adotar a metodologia de Destino Turístico Inteligente	A metodologia do turismo inteligente amplia a visão para receber, acomodar e fazer com que os turistas indiquem Maringá como polo do segmento. Assim, a cidade precisa se preparar e se credenciar para adotar e desfrutar dos benefícios e incentivos da metodologia.	Experiência do Turista	Médio

IX - Educação para o Turismo

Prioridade	Ação/Projeto	Justificativa	Categoria	Prazo
5	Levantar a percepção dos maringaenses quanto à infraestrutura existente na cidade (bares, restaurantes, parques, atrativos turísticos, locais de destaque)	São as pessoas que fazem turismo. Criar a cultura sobre a Maringá Turística é papel essencial para a consolidação do projeto. É de pequeno que se aprende e as crianças são as principais influenciadoras para disseminar o conhecimento nos adultos. Assim, é preciso conhecer a percepção atual para, a partir de um diagnóstico, identificar a percepção dos maringaenses em relação à infraestrutura e propor estratégias para ampliar o conhecimento sobre o que a cidade oferece para os visitantes e, inclusive, a comunidade local.	Conscientização	Curto
5	Criar um programa de sensibilização da população quanto aos atrativos turísticos de Maringá	Segue a linha de que é de pequeno que se aprende. Ter um programa permanente nas escolas sobre o importante papel desempenhado pelo turismo para a atividade econômica, geração e manutenção de postos de trabalho, fixação das pessoas nas cidades de origem e ampliação da arrecadação própria dos municípios, é o passo ideal para manter a comunidade sensibilizada e comprometida com o sucesso das iniciativas do segmento.	Conscientização	Curto

Legenda

Prioridade

Indiferente - 1; pouco prioritário - 2; prioritário - 3; muito prioritário - 4; e extremamente prioritário - 5.

Ação

Proposta a ser adotada para alcance da visão.

Justificativa

Argumentos que validam as ações propostas.

Categoria

Elementos que compõem cada eixo.

Prazo

Curto prazo - 6 a 12 meses; médio - 12 a 36 meses; e longo prazo - 36 a 120 meses.

Responsável

Gestor direto da ação, responsável por garantir que os resultados da ação sejam alcançados. Esse papel deve estar diretamente ligado ao propósito da instituição na cadeia do turismo.

Executor

Operacionaliza a ação ou projeto, esse papel pode ser ocupado pela instituição envolvida na construção do plano ou uma empresa contratada para execução da ação.

Financiador

Disponibiliza recursos financeiros, humanos e técnicos diretamente para a ação, como por exemplo: contratar o executor, realizar ações dentro do seu orçamento e/ou estrutura.



Anexo Único de Referência em Inglês

/12 FATORES CRÍTICOS DO SUCESSO

- / Profissionalismo da Gestão da Execução do Plano Municipal de Turismo de Maringá por parte do CMTur Maringá.
- / Apresentação clara e periódica dos resultados estabelecidos na Visão do Plano Municipal de Turismo de Maringá.
- / Revisão geral do Plano a cada dois anos pelo CMTur sendo apresentado e aprovado em Conferência Municipal de Turismo futura.
- / Comunicação entre os atores da cadeia.
- / Apresentação do status do Plano Municipal de Turismo de Maringá no decorrer dos 10 anos de execução.
- / Reconhecimento e legitimidade do Plano Municipal de Turismo de Maringá por parte da sociedade, do trade turístico e do poder público.

/121

/13 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Plano Municipal de Turismo de Maringá é um norteador para a adoção de estratégias que virão impulsionar a atividade econômica do turismo e tornar a cidade uma referência como destino turístico.

É uma ferramenta para ser usada, com exatidão, a fim de mobilizar o trade a adotar os mecanismos necessários para convergir os interesses e as políticas públicas prioritárias para tornar as indicações e sugestões realidade.

Por se tratar de um segmento pujante e em constante movimento, é recomendado que o Plano passe por atualizações a fim de acompanhar a dinâmica da atividade e se manter em sintonia com as tendências do mercado.

Também é entendimento do Comitê que os eixos do regimento serão melhor compatibilizados com os eixos do Ministério do Turismo, para que nas próximas revisões o Plano esteja dentro das diretrizes do governo federal e de acordo com as estratégias do governo do Estado do Paraná e outros parceiros.

PLANO MUNICIPAL DE **TURISMO DE MARINGÁ** | 2023/2033



Bendito Café Rural

Hotel Ipiranga/CMTur

Artesă

CODEM

PMM

SAET/PMM

ABRASEL

SAET/PM

SAET/PMM

SETRAB/PMM

1

SAFT/PM

Bendito Café Rural

SAET/PMM

UEM

SESP/PMM

RETUR

SAET/PMM

SAET/PMM

/125

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE MARINGÁ | 2023/2033

Sistematização dos Documentos e Estudos do Setor de Turismo de Maringá

Ano	Entidade	Descritivo	Entrega	Link
2012	CMTur	Proposta para debates e compromisso para as eleições de 2012	Apresentação de 10 ações voltadas ao Maringá Turística	https://docs.google.com/document/d/1pABtnYd7x7EzskZnajiQdhnqBAVRCQmMp/edit
2015	CMTur	Prestação de contas- relatos de ações	Relato de 23 ações realizadas na gestão do CMTur de 2013 a 2015	https://drive.google.com/drive/folders/7jXIRio_ZzvIkABotSV8Mj4TAmwVjqioh
2012	Sebrae/PR e MRCVB	Relatório com o objetivo de apoiar o planejamento e execução das atividades para o segmento de negócios e eventos	Identificação de eixos e linhas estratégicas para consolidação do planejamento estratégico do Mercado de Eventos de Maringá e identificação de alguns desafios a serem superados	https://docs.google.com/document/d/1EHZ7ro4jEXAHpg6u5ovbx7LUZimorfVwzFRczV/Dc_c/edit

Ano	Entidade	Descritivo	Entrega	Link
2015	Departamento de Pesquisa e Estatística ACIM (DEPEA)	Pesquisa junto à população de Maringá buscando identificar as oportunidades existentes em Maringá e os diferenciais apresentados em cada bairro (313 formulários respondidos)	A pesquisa identificou a percepção que os maringenses possuem sobre os principais atrativos turísticos da cidade. Além disso, levantou os motivos que os levam a frequentar os parques e eventos tradicionais. Destaca-se a gastronomia como um atrativo da cidade. Quanto aos atrativos nos bairros, poucos têm conhecimento a respeito e citam a falta de eventos e espaços públicos	https://drive.google.com/file/d/1wvEK1L1EK1rPW-ODkgR7FG6Zf5VWw8S/view?usp=sharing
2019	Prefeitura de Maringá/ Sebrae/PR /CMTur	Análise de 3.686 comentários online a respeito dos atrativos turísticos (Catedral, Parque do Japão, Mercado Municipal, Estádio Willie Davids, Bosque das Grevíleas, Teatro Calil Haddad e Parque Alfredo Nyyffer), 6.739 comentários do setor de hospedagem e 17.101 comentários do setor de gastronomia. Participação de cliente oculto com consumo em 4 atrativos. Além disso foi realizado um diagnóstico mercadológico além de ações para posicionamento na era digital	A avaliação dos atrativos turísticos, hospedagem e gastronomia no geral foi positiva. Destacou-se como ponto forte a estrutura, variedade gastronômica, bom atendimento e localização. Como pontos de melhorias tem-se estrutura de banheiros, iluminação, problemas nas reservas e estacionamento.	https://drive.google.com/file/d/1GtWEx04HCvIsH9SGCWOgwz-1WWEvEq_n/view?usp=sharing

Ano	Entidade	Descritivo	Entrega	Link
2019	Prefeitura de Maringá/ Sebrae/PR /CMTur	Diagnóstico para dar suporte à governança de turismo de Maringá para apoiar na tomada de decisões estratégicas e no desenvolvimento do Plano Municipal de Turismo e Plano de Marketing Turístico	A avaliação mais detalhada dos atrativos turísticos, hospedagem e gastronomia de Maringá	https://drive.google.com/file/d/1vMn78877Bz5Hb5y0Vcjs1aaD4AcYX8n/view?usp=sharing
2019	MRCVB	Identificação das forças e fraquezas, oportunidades e ameaças do setor de turismo de Maringá	Levantamento de 30 forças, 25 fraquezas, 56 oportunidades e 21 ameaças	https://drive.google.com/file/d/1WLGFAaD6Qoc1f1FB6Aq6Zq3wEzIDW/view?usp=sharing
2020	Sociedade Civil Organizada	Documento com demandas estratégicas para o setor de turismo direcionadas aos candidatos a prefeito de Maringá (2021-2024)	Foram sugeridas 20 propostas para o turismo no âmbito da Gestão (2), Políticas Estratégicas (17) e para Retomada Econômica (1)	https://drive.google.com/file/d/1WQ5NEd5pVGZbZa-z1aksOqn_WF74lclA/view?usp=sharing
2019	Prefeitura de Maringá	Apresentação de questionamentos quanto às oportunidades turísticas que podem ser desenvolvidas em Maringá	Possibilidades de desenvolver experiências/passeios através de: parques urbanos, roteiros pedagógicos, cervejarias, rotas de bikes, atividades de esportes radicais, trilhas no meio rural, atividades da vida noturna, gastronomia, agropecuária, cidade planejada, história da cidade e práticas de gestão.	https://drive.google.com/file/d/1f18rp8O3xdDsV6rxnRYXzmCH6Aw4BED3/view?usp=sharing

Ano	Entidade	Descritivo	Entrega	Link
2020	MRCVB e Retur	Protocolo com compromissos e propostas para o desenvolvimento econômico do Turismo aos candidatos à prefeitura de Maringá	Apresentados 4 compromissos de gestão e 28 ações complementares para a Gestão Municipal do Turismo 2021-2024	https://drive.google.com/file/d/444WVhoszKtggkf6m6z-322-YdmylFK-/view?usp=sharing
2020	Sociedade Civil Organizada	Desenvolvimento de um Plano de Inovação para o Turismo de Maringá a partir de 4 setores estratégicos (TI, agronegócio, saúde e educação)	Apresentação de 11 dimensões para a competitividade do Turismo	https://drive.google.com/file/d/hP6sabOqMh8SxCOpNCf6hXQeGcmXccf/view?usp=sharing
2021	Sociedade Civil Organizada	Compilação de ações a serem efetuadas para o Plano de Turismo de Maringá	Definição de 21 ações em 11 dimensões apresentando os ganhos, as atividades a serem desenvolvidas, como seriam feitas, quem faria e quando	https://drive.google.com/file/d/hVUO-ds3Z8HWaz5gWCXtc8u0a0EEfAAwq/view?usp=sharing
2021	Sociedade Civil Organizada	Desenvolvimento de novas visões de ressignificação com lideranças do turismo em Maringá	Entrega de 3 propostas de solução que correspondem à nova visão desenvolvida no projeto	https://drive.google.com/file/d/hY81JOv5g5_Fb0u0rhZWxoi_dvKhH7RC/view?usp=sharing
2022	Prefeitura de Maringá	Descrição de metas, objetivos e ações, com prazos de entregas para o setor de turismo de Maringá	Definição de 10 metas para 2022	https://docs.google.com/document/d/1G54z9Ap0SOH5YMjbca4Y56Ah-RQ3sX0/edit?tpo=true

Ano	Entidade	Descritivo	Entrega	Link
2016	Sociedade Civil Organizada	Instrumento estratégico participativo direcionador de esforços e a longo prazo, com uma visão de futuro desafiadora, objetivos, estratégias e macroprogramas a serem atingidos, a partir de uma gestão voltada para promover uma mudança no turismo paranaense, no horizonte de 2016 a 2026	Definição da visão e pacto de futuro para o turismo em 2026 após discussão de eixos estratégicos, tendências, análise da situação atual e perfis da demanda turística	https://drive.google.com/file/d/ADIC66tClNzZ7bRuWjQUR35ZlMwY/view?usp=sharing
2017	Ministério do Turismo / Embratur / Sociedade Civil Organizada	Estabelecimento de diretrizes e estratégias para a implementação da Política Nacional de Turismo, ordenando ações do setor público	Apresentação de 4 metas globais para o turismo no Brasil. Definição de 5 linhas de atuação, formalizando 17 iniciativas com 44 propostas estratégicas para atuação entre União, estados, Distrito Federal, regiões turísticas e municípios	https://drive.google.com/file/d/vvHsdYY0gaBBP7wAXZ9y6aX686pvPWHIN/view?usp=sharing
2022	CNC-Fecomercio	Estudo das melhores práticas dos destinos turísticos internacionais, pesquisa de percepção das unidades federativas e diagnóstico da situação do turismo no estado, buscando melhorias com base nos 5 pilares da metodologia do Destinos Turísticos Inteligentes (governança, tecnologia, inovação, sustentabilidade e acessibilidade)	Identificação de necessidades, oportunidades e pontos críticos no estado. Proposta e ações adequadas para a realização em um prazo de quatro anos, mas com visão de longo prazo	https://drive.google.com/drive/folders/hjXlRio_ZrvIkABotSV8My4TAmmwVjgich

Ano	Entidade	Descritivo	Entrega	Link
2022	CNC-Fecomercio	Estudo das melhores práticas dos destinos turísticos internacionais, pesquisa de percepção das unidades federativas e diagnóstico da situação do turismo no estado, buscando melhorias com base nos 5 pilares da metodologia do Destinos Turísticos Inteligentes (governança, tecnologia, inovação, sustentabilidade e acessibilidade)	Sistematização de propostas regionais para os anos de 2023 a 2026, evidenciando oportunidades para o desenvolvimento turístico com visão de longo prazo	https://drive.google.com/drive/folders/1XIRio_ZrvikaBoTSV8My4TAmwVJqjoh

MARINGÁ / FAZ BEM.



PLANO MUNICIPAL DE
TURISMO DE MARINGÁ
2023/2033

MARINGÁ

Visite
 Aprecie
 Vivencie

f X @ /prefeiturademaringa /// maringa.pr.gov.br

Foto: Thiago Louzada

Visite
 Aprecie
 Vivencie

f X @ /prefeiturademaringa /// maringa.pr.gov.br

Foto: Thiago Louzada

Visite
 Aprecie
 Vivencie

f X @ /prefeiturademaringa /// maringa.pr.gov.br

Foto: Thiago Louzada