

01ª Atualização no Plano Municipal de Turismo 2023-2033

Atualização dos Eixos -
Impacto no artigo 25º da lei 11790/2024

III CONFERÊNCIA MUNICIPAL DE
TURISMO



Secretaria de
Aceleração Econômica
e Turismo



Celebrando os encantos, as histórias
e as experiências da nossa cidade

01ª Atualização no Plano Municipal de Turismo 2023-2033

Atualização dos Eixos - Impacto no artigo 25º da lei 11790/2024

Definição dos Eixos do Plano Municipal de Turismo de Maringá passam a ser integralmente os Eixos do modelo do DTI Brasil.

Onde se lia:

O Regimento da Conferência nº 660/2026 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.

III - Infraestrutura Geral

É todo o conjunto de serviços básicos em uma cidade como telefone, água, gás, luz, transporte público em geral (aeroportos, portos, rodovias, ferrovias) e rede de esgoto - sistemas indispensáveis ao bem-estar e qualidade de vida da população.

IV - Serviços e equipamentos turísticos

Representam o conjunto de edificações, de instalações e de serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística. Compreendem os meios de hospedagem, os serviços de alimentação, o entretenimento e diversão, o agenciamento, os transportes, a locação de veículos, os eventos, os guias, a informação e outros serviços turísticos.

V - Turismo Regional

É um turismo voltado para a região, valorizando a própria região para o público da própria cidade ou ao entorno vivenciar.

VI - Atrativos Turísticos

É um lugar ou um fato que gera interesse entre os viajantes. Desta forma, pode ser uma razão para uma pessoa tomar a decisão de visitar uma cidade ou um país.

VII - Promoção e Marketing de destino turístico

A promoção é considerada como o conjunto de atividades de comunicação que as organizações ou órgãos públicos desenvolvem para influenciar os públicos dos quais as vendas dependem. Já o marketing é o elemento responsável pelo mix de comunicação, o qual divulgará a estratégia de posicionamento para o público de interesse.

VIII - Maringá como Destino Turístico Inteligente

Um espaço turístico inovador, acessível a todos, consolidado sobre uma infraestrutura tecnológica de vanguarda, que garanta o desenvolvimento sustentável do território, que facilite a interação e integração do visitante com o entorno e incremente a qualidade da experiência no destino e a qualidade de vida dos residentes.

IX - Educação e capacitação para o turismo

Educação para o turismo é educar a comunidade local para o desenvolvimento sustentável do turismo, contribuindo para que todos desenvolvam comportamentos responsáveis e coerentes diante da atividade turística. A educação para o turismo é discutida tendo em vista a preocupação com os impactos do turismo sobre o meio ambiente natural, sociocultural, sobre a economia e também para tecer discursos em prol da qualificação da área. Educação para o turismo, unindo e aplicando o conhecimento das áreas de turismo e educação, além de outras como história, cultura, meio ambiente, lazer, torna-se um meio de provocar na comunidade local novas reflexões sobre o papel na configuração do meio, a utilização do patrimônio cultural na preservação da memória e a valorização da identidade no processo de "acolhimento" do cidadão e dos visitantes, para consequente intercâmbio cultural inerente à atividade turística. Aqui, também está incluso a capacitação para o setor de turismo, incluindo todas as atividades envolvidas, como meios de hospedagem, agenciamento e operação, transportes, gastronomia, guiamento, atrativos, receptivo, dentre outros.

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:

EIXO	CATEGORIA
I - Políticas públicas de turismo	Estrutura municipal para apoio ao turismo
	Grau de cooperação com o Governo Estadual

	Grau de cooperação com o Governo Federal
	Planejamento para a cidade e para a atividade turística
	Grau de cooperação público-privada
II - Governança do Turismo	Promoção e apoio à comercialização de forma integrada
	Gestão, articulação e controle das ações do trade turístico
III - Infraestrutura geral	Capacidade de atendimento médico para o turista no destino
	Fornecimento de Energia
	Serviços de Proteção ao Turista
	Estrutura Urbana nas Áreas Turísticas
	Acesso Aéreo
	Acesso Rodoviário
	Acesso Ferroviário
	Sistema de Transporte no Destino
	Proximidade de grandes centros emissivos de turistas
IV - Serviços e equipamentos turísticos	Sinalização turística e Centro de Atendimento ao Turista
	Espaços para eventos
	Capacidade dos meios de hospedagem
	Capacidade do turismo receptivo
	Estrutura de qualificação para o turismo
	Capacidade dos restaurantes
V - Atrativos Turísticos	Atrativos naturais
	Atrativos culturais
	Eventos Programados
	Realizações técnicas, científicas e artísticas
	Roteirização
VI - Turismo Regional	Projetos de cooperação regional
	Planejamento turístico regional
VII - Promoção e Marketing de Maringá como destino turístico	Plano de Marketing
	Participação em feiras e eventos
	Promoção do destino
	Estratégia de promoção digital
VIII - Maringá como Destino Turístico Inteligente	Tecnologia
	Experiência do Turista

	Sustentabilidade
	Acessibilidade
IX - Educação para o turismo	Conscientização
	Capacitação

Legendas:

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

Passou-se para:

Os eixos do Plano Municipal de Turismo de Maringá passam a seguir diretamente os princípios aplicados na elaboração do Programa Destino Turístico Inteligente (DTI), do Ministério do Turismo, conforme descrito no item 5.1. A Competitividade do Destino Turístico Maringá é desdobrado nas categorias definidas pelo comitê demonstradas na tabela a seguir:

Eixo DTI Brasil	Definição do Eixo	Categoria	Descrição da Categoria
1. 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.	1.1 Estrutura municipal para apoio ao turismo	Existência e funcionalidade de órgão ou secretaria municipal dedicada ao turismo, com equipe, orçamento e plano de ação formalizados. Mensura-se pelo número de servidores capacitados, dotação orçamentária específica e existência de legislação municipal de turismo vigente.
1. 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.	1.2 Planejamento turístico regional	Existência de plano regional de desenvolvimento turístico integrado com municípios vizinhos, contemplando diagnóstico, metas e ações compartilhadas. Mensura-se pela existência do plano formalizado e percentual de execução de suas metas.
1. 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.	1.3 Planejamento para a cidade e para a atividade turística	Existência de instrumento de planejamento urbano (Plano Diretor ou equivalente) que incorpore diretrizes específicas para o turismo. Mensura-se pela vigência do plano e grau de integração das ações turísticas aos instrumentos de planejamento municipal.
1. 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.	1.4 Grau de cooperação com o governo estadual	Nível de articulação formal e operacional entre o município e o órgão estadual de turismo. Mensura-se pelo número de convênios, acordos ou projetos conjuntos ativos e volume de recursos captados via cooperação estadual.
1. 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.	1.5 Grau de cooperação com o governo federal	Nível de articulação formal entre o município e o Ministério do Turismo e demais órgãos federais. Mensura-se pelo número de programas federais acessados, repasses recebidos e participação em redes nacionais de turismo.

1. 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.	1.6 Grau de cooperação público-privada	Existência e qualidade das instâncias de governança com participação do setor privado (conselhos, fóruns, comitês). Mensura-se pelo número de instâncias ativas, frequência de reuniões e percentual de deliberações implementadas.
1. 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.	1.7 Gestão, articulação e controle das ações do trade turístico	Capacidade do poder público de mapear, articular e monitorar o desempenho do trade turístico local. Mensura-se pela existência de cadastro atualizado dos prestadores de serviço, instrumentos de avaliação e ações de qualificação realizadas.
1. 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.	1.8 Projetos de cooperação regional	Número e abrangência de projetos turísticos executados em parceria com outros municípios da região. Mensura-se pelo número de projetos ativos, municípios envolvidos e impacto gerado em termos de fluxo turístico e investimentos compartilhados.
2. Inovação	Inovação: Adoção de novos serviços, processos, métodos de comercialização ou de organização com a finalidade de melhorar os benefícios e a competitividade.	2.1 Promoção e apoio à comercialização de forma integrada	Existência de plataformas, ferramentas ou iniciativas que integrem a oferta turística local para comercialização em canais digitais e físicos. Mensura-se pelo número de atrativos e prestadores de serviço incluídos em sistemas integrados de reserva e venda.
2. Inovação	Inovação: Adoção de novos serviços, processos, métodos de comercialização ou de organização com a finalidade de melhorar os benefícios e a competitividade.	2.2 Estrutura de qualificação para o turismo	Disponibilidade de cursos, programas e espaços voltados à formação e qualificação de profissionais do setor turístico. Mensura-se pelo número de cursos ofertados, profissionais capacitados por ano e instituições parceiras.
2. Inovação	Inovação: Adoção de novos serviços, processos, métodos de comercialização ou de organização com a finalidade de melhorar os benefícios e a competitividade.	2.3 Realizações técnicas, científicas e artísticas	Existência de produtos, projetos ou iniciativas inovadoras desenvolvidas no destino com potencial de atração turística e geração de diferencial competitivo. Mensura-se pelo número de iniciativas mapeadas, premiações recebidas e incorporação à oferta turística.
2. Inovação	Inovação: Adoção de novos serviços, processos, métodos de comercialização ou de organização com a finalidade de melhorar os benefícios e a competitividade.	2.4 Capacitação	Número de ações de capacitação realizadas para gestores públicos e privados do turismo, com foco em competências inovadoras e uso de novas tecnologias. Mensura-se por horas de formação, participantes certificados e temas abordados.
2. Inovação	Inovação: Adoção de novos serviços, processos, métodos de comercialização ou de organização com a finalidade de melhorar os benefícios e a competitividade.	2.5 Roteirização	Desenvolvimento e formalização de roteiros turísticos que integrem atrativos, serviços e experiências do destino de forma inovadora e orientada à demanda. Mensura-se pelo número de roteiros ativos, avaliação dos visitantes e volume de vendas geradas.
3. Tecnologia	De caráter transversal, permite a capacitação e análise da informação em tempo real, contribui com a sustentabilidade e melhora a acessibilidade.	3.1 Tecnologia	Nível de adoção de soluções tecnológicas aplicadas à gestão do destino e à experiência do turista, incluindo plataformas digitais, sistemas de dados, conectividade e automação de

			serviços. Mensura-se pelo número de soluções implantadas, cobertura de Wi-Fi em áreas turísticas e uso de dados para tomada de decisão.
3. Tecnologia	De caráter transversal, permite a capacitação e análise da informação em tempo real, contribui com a sustentabilidade e melhora a acessibilidade.	3.2 Fornecimento de Energia	Qualidade, disponibilidade e grau de sustentabilidade do fornecimento de energia nas áreas e equipamentos turísticos do destino. Mensura-se pela regularidade do fornecimento, percentual de energia renovável utilizada e existência de redundância energética em atrativos e meios de hospedagem.
3. Tecnologia	De caráter transversal, permite a capacitação e análise da informação em tempo real, contribui com a sustentabilidade e melhora a acessibilidade.	3.3 Estratégia de promoção digital	Existência de estratégia estruturada de marketing digital para o destino, com uso de ferramentas de análise de dados, SEO, redes sociais e plataformas de distribuição online. Mensura-se pelo alcance digital, engajamento nas redes, tráfego ao site oficial e conversão em visitas.
4. 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.	4.1 Sinalização turística e centro de atendimento ao turista	Disponibilidade, qualidade e padronização da sinalização turística nas vias e atrativos, bem como existência e funcionamento de centro(s) de atendimento ao turista (CAT). Mensura-se pelo percentual de atrativos sinalizados conforme norma ABNT e pelo número de CATs em operação com horário regular.
4. 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.	4.2 Acessibilidade	Grau de conformidade dos equipamentos turísticos, atrativos e vias públicas com as normas de acessibilidade universal (ABNT NBR 9050). Mensura-se pelo percentual de atrativos e meios de hospedagem com infraestrutura acessível certificada e disponibilidade de recursos de comunicação inclusiva.
4. 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.	4.3 Estrutura Urbana nas Áreas Turísticas	Qualidade da infraestrutura urbana (calçadas, iluminação, banheiros públicos, limpeza) nas zonas de maior concentração turística. Mensura-se por indicadores de conservação, satisfação do visitante com a infraestrutura e percentual de vias adequadas para circulação de pessoas com deficiência.
4. 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.	4.4 Espaços para eventos	Disponibilidade e qualidade de espaços para realização de eventos de pequeno, médio e grande porte no destino. Mensura-se pela capacidade total instalada em m², número de espaços certificados e percentual com infraestrutura acessível.
5. Sustentabilidade	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.	5.1 Atrativos naturais	Quantidade, diversidade e estado de conservação dos atrativos naturais disponíveis no destino para visitação turística. Mensura-se pelo número de atrativos inventariados, percentual com plano de manejo ativo e indicadores de qualidade ambiental (água, ar, solo).

5. Sustentabilidade	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.	5.2 Sustentabilidade	Existência e implementação de políticas, programas e certificações de turismo sustentável no destino. Mensura-se pelo número de empreendimentos certificados (ex.: Hóspede da Natureza, ISO 14001), existência de política municipal de turismo sustentável e redução de pegada ambiental do setor.
5. Sustentabilidade	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.	5.3 Conscientização	Existência de programas de educação ambiental e turística voltados à comunidade local, ao trade e ao visitante. Mensura-se pelo número de ações realizadas por ano, público atingido e avaliação de impacto sobre comportamento ambiental.
6. 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.	6.1 Capacidade de atendimento médico para o turista no destino	Disponibilidade e qualidade dos serviços de saúde acessíveis ao turista, incluindo UPAs, hospitais, postos de saúde e serviços de emergência. Mensura-se pelo número de leitos por habitante, tempo médio de espera no atendimento e existência de serviço de saúde com atendimento ao turista em horário ampliado.
6. 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.	6.2 Serviços de Proteção ao Turista	Existência e efetividade de serviços especializados de proteção ao turista, como delegacia do turista, ouvidoria, Procon e policiamento turístico. Mensura-se pelo número de ocorrências registradas, tempo de resposta e nível de satisfação do turista com a segurança percebida.
7. 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.	7.1 Plano de Marketing	Existência de plano de marketing turístico formalizado, com objetivos, público-alvo, canais, orçamento e metas definidas. Mensura-se pela existência e vigência do plano, orçamento alocado e percentual de ações executadas no período.
7. 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.	7.2 Participação em feiras e eventos	Número e relevância das feiras, workshops e eventos de turismo nacionais e internacionais em que o destino participa como expositor ou apresentador. Mensura-se pelo número de participações anuais, alcance de público e negócios gerados.
7. 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.	7.3 Experiência do Turista	Grau de satisfação e qualidade percebida pelo turista ao longo de toda a jornada de visita ao destino. Mensura-se por pesquisas de satisfação (NPS ou equivalente), avaliações em plataformas digitais e taxa de retorno/recomendação.
7. 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.	7.4 Eventos Programados	Quantidade, diversidade e impacto dos eventos turísticos programados no calendário oficial do destino. Mensura-se pelo número de eventos na agenda anual, público estimado, geração de leitos e impacto econômico mensurado.

7. 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.	7.5 Promoção do destino	Existência e abrangência de ações de promoção do destino em canais offline e online, nacionais e internacionais. Mensura-se pelo número de materiais produzidos, canais utilizados, investimento em mídia e crescimento de menções espontâneas ao destino.
7. 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.	7.6 Atrativos culturais	Quantidade, diversidade e estado de conservação dos atrativos culturais disponíveis para visitação (museus, patrimônio histórico, manifestações culturais). Mensura-se pelo número de atrativos inventariados, visitação anual e existência de programação cultural regular.
8. 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.	8.1 Acesso Aéreo	Disponibilidade e qualidade de conexões aéreas regulares para o destino, incluindo número de rotas, companhias operantes e frequência de voos. Mensura-se pelo número de rotas diretas, assentos disponíveis por semana e avaliação da infraestrutura aeroportuária.
8. 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.	8.2 Acesso Rodoviário	Qualidade e disponibilidade das rodovias e serviços de transporte rodoviário de passageiros que conectam o destino aos principais mercados emissores. Mensura-se pelo estado de conservação das vias de acesso, número de linhas regulares de ônibus e tempo médio de deslocamento.
8. 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.	8.3 Acesso Aquaviário	Disponibilidade e qualidade de terminais e serviços de transporte aquaviário (fluvial ou marítimo) para acesso ao destino, quando aplicável. Mensura-se pelo número de rotas regulares, capacidade de atendimento e condições da infraestrutura portuária ou de atracação.
8. 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.	8.4 Acesso Ferroviário	Disponibilidade e qualidade de conexões ferroviárias de passageiros que atendam o destino, quando aplicável. Mensura-se pela existência de linhas ativas, frequência de circulação e capacidade de passageiros transportados.
8. 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.	8.5 Sistema de Transporte no Destino	Qualidade, abrangência e integração dos meios de transporte urbano disponíveis para circulação do turista dentro do destino. Mensura-se pela cobertura da rede de transporte público nas zonas turísticas, existência de serviços exclusivos para turistas e avaliação de satisfação com a mobilidade interna.
8. 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.	8.6 Proximidade de grandes centros emissores de turistas	Análise da localização geográfica do destino em relação aos principais mercados emissores de turistas do país, considerando distância e tempo de deslocamento. Mensura-se pela distância média dos três principais mercados emissores e facilidade de acesso multimodal.

9. Criatividade	O destino deve assumir um compromisso com a incorporação da criatividade no desenvolvimento de políticas públicas, visando o fortalecimento dos ecossistemas criativos e ao desenvolvimento da cultura e do turismo por meio da economia criativa.	9.1 Capacidade dos meios de hospedagem	Quantidade, diversidade e qualidade dos meios de hospedagem disponíveis no destino, incluindo modalidades alternativas e criativas. Mensura-se pelo número de UHs (unidades habitacionais), variedade de tipologias (hotéis, pousadas, glamping, hostels) e taxa de ocupação média.
9. Criatividade	O destino deve assumir um compromisso com a incorporação da criatividade no desenvolvimento de políticas públicas, visando o fortalecimento dos ecossistemas criativos e ao desenvolvimento da cultura e do turismo por meio da economia criativa.	9.2 Capacidade do turismo receptivo	Disponibilidade e qualidade de agências receptivas, guias de turismo credenciados e operadoras locais capazes de estruturar e comercializar a experiência no destino. Mensura-se pelo número de guias cadastrados, agências receptivas ativas e produtos turísticos formatados e disponíveis para venda.
9. Criatividade	O destino deve assumir um compromisso com a incorporação da criatividade no desenvolvimento de políticas públicas, visando o fortalecimento dos ecossistemas criativos e ao desenvolvimento da cultura e do turismo por meio da economia criativa.	9.3 Capacidade dos restaurantes	Quantidade, diversidade e qualidade dos estabelecimentos gastronômicos no destino, com destaque para a oferta da culinária local e criativa. Mensura-se pelo número de estabelecimentos registrados, variedade de tipologias, avaliação em plataformas digitais e presença de identidade gastronômica regional.

Evolução de Indicadores 2025

10. OBJETIVOS, ESTRATÉGIAS E AÇÕES

A partir da aplicação do Modelo DTI do Ministério do Turismo*, realizado em 2022, na cidade de Maringá (resultado anexo a definir), 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% 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 (%)	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

Link dos valores atualizados: [Indicadores DTI Maringá Comparativo](#)

Revisão da Priorização das ações

Diante da reforma tributária as 29 ações restantes do plano tiveram sua priorização revisadas na pré-conferência e aprovada na conferência.

VOTAÇÃO - AÇÕES COM PRIORIDADE REVISADA

Ranking	Nº Ação	Ação	Votos P1	Votos P2	Votos P3	Total Votos	Posição	Faixa de Prioridade
1	13	Fomentar atração de investimento no turismo	15	1	1	17	1º	Alta prioridade
2	14	Desenvolver programas de educação e qualificação para o turismo	14	2	1	17	2º	Alta prioridade
3	3	Legitimar o Fundo Municipal de Turismo	13	3	1	17	3º	Alta prioridade
4	7	Definir estratégia de atuação de Maringá como polo regional	13	3	1	17	3º	Alta prioridade
5	9	Criar programas de incentivos fiscais para o turismo	13	3	1	17	3º	Alta prioridade
6	1	Criar a Secretaria Municipal de Turismo, Eventos e Economia Criativa	12	2	3	17	6º	Média-alta prioridade
7	2	Firmar Termo de Cooperação entre prefeitura e instituições	12	4	1	17	6º	Alta prioridade
8	8	Estimular Maringá como Destino Indutor do Turismo Regional	12	4	1	17	6º	Alta prioridade
9	21	Levantar a percepção dos maringaenses quanto à infraestrutura	12	4	1	17	6º	Alta prioridade
10	22	Criar programa de sensibilização da população	13	3	1	17	6º	Alta prioridade
11	26	Elaborar o Plano de Marketing Turístico de Maringá	12	5	0	17	6º	Média-alta prioridade
12	11	Montar local fixo para comercialização do artesanato	11	3	3	17	12º	Média-alta prioridade
13	29	Realizar diagnóstico da reputação online dos meios de hospedagem	11	5	1	17	12º	Média-alta prioridade
14	4	Fortalecer a gestão das entidades do setor turismo	10	6	1	17	14º	Média-alta prioridade
15	12	Incentivar e facilitar acesso às linhas de crédito	10	6	1	17	14º	Média-alta prioridade
16	18	Captar investimento para ampliação de espaços de eventos	10	5	2	17	14º	Média-alta prioridade
17	25	Estimular experiências de trilhas, buggies, bikes e caminhadas	10	5	2	17	14º	Média-alta prioridade
18	6	Promover a IGR ADETUR Encantos dos Ipês	8	8	1	17	18º	Média prioridade
19	10	Desenvolver plano para captação de investidores em hospedagem	8	8	1	17	18º	Média prioridade
20	23	Criar ciclorrotas em espaço rural	8	8	1	17	18º	Média prioridade
21	16	Qualificar empresários do setor em Gestão	7	9	1	17	21º	Média prioridade
22	24	Estruturar experiências relacionadas ao agro	7	8	2	17	21º	Média prioridade
23	5	Estimular produção de conhecimento via observatórios	9	5	3	17	21º	Média prioridade
24	15	Formalizar apoio ao Curso Superior de Turismo da UEM	9	5	3	17	21º	Média prioridade
25	19	Formalizar apoio ao Centro Público de Eventos da UEM	4	11	2	17	25º	Menor prioridade relativa
26	20	Confeccionar o Guia Gastronômico de Maringá	6	9	2	17	25º	Menor prioridade relativa
27	27	Promover parcerias com shoppings para Turismo de Compras	5	10	2	17	25º	Menor prioridade relativa
28	17	Elaborar diagnóstico mercadológico do aeroporto	3	12	2	17	28º	Menor prioridade relativa
29	28	Melhorar serviços nos atrativos privados	10	7	0	17	28º	Média-alta prioridade

Votação

Estimular a criação de produtos e atrativos turísticos nos bairros por meio de roteiros temáticos, feiras e atrações culturais

Justificativa

Maringá possui atrativos dispersos nos bairros, espaços culturais, capelas históricas, bosques, memórias de imigração, economia criativa, que permanecem invisíveis para o visitante e subutilizados pelo morador. Estruturar esses elementos em roteiros temáticos, feiras periódicas e experiências noturnas transforma patrimônio difuso em produto turístico consistente, amplia a distribuição do fluxo para além dos atrativos centrais e fortalece a identidade cultural de cada bairro.

Entrega Esperada 1

Mapeamento e roteirização cultural dos bairros, incluindo pontos como Teatro Kalil, UEM, capelas históricas (Santa Cruz, Madalena), Memorial Kimura, gruta da santa e monumentos locais, com produção de material interpretativo e sinalização.

Projeto Vinculado 1

Feira Maringá Criativa: evento periódico com calendário fixo que reúne gastronomia, arte, artesanato, tecnologia e economia criativa em espaço público, articulada ao Conselho Municipal de Economia Criativa.

Projeto Vinculado 2

Rota Noturna de Maringá: produto turístico com iluminação cênica especial em pontos turísticos, programação cultural contínua e atrativos temáticos noturnos, com identidade e calendário próprios.

Prazo: Médio

Responsável sugerido:

OOT / Conselho Municipal de Economia Criativa

Executor sugerido

OOT + comunidades de bairro + trade local

Financiador sugerido:

PMM + Fundo Municipal de Turismo

Captar investimento para ampliação de espaços de eventos da cidade

Justificativa de incorporação

A ação 14 já prevê identificar a necessidade de novos espaços e dimensionar investimentos para abrigá-los. O complexo automobilístico se enquadra diretamente nesse propósito: é um equipamento de grande porte, gerador de fluxo turístico recorrente por meio de competições e eventos, com demanda expressiva e consistente levantada pela comunidade no formulário participativo

Entrega Esperada 1

Realizar estudo de viabilidade técnica e econômica para a construção de um Complexo Automobilístico (autódromo, kartódromo e arena de esportes a motor), avaliando seu potencial como atrativo permanente e gerador de eventos de captação para Maringá.

Revisão da Escrita e Classificação de Ações

Diante das propostas e necessidade levantadas nas oitivas se observou a necessidade de acrescentar nas ações as classificações de projetos e entregas, para explicitar a natureza dos resultados esperados de cada ação. Então se fez necessária a atualização da escrita para que houvesse um alinhamento conceitual mais apropriado de ação - projetos - entregas. Das 62 ações, 12 precisaram ser reescritas para manter a consistência das ações, são elas:

#	Ação atual	Ação reescrita sugerida	Justificativa da mudança
---	------------	-------------------------	--------------------------

7	Legitimar o Fundo Municipal de Turismo para destinação de recursos na atração de eventos e promoção do turismo	Mobilizar o setor turístico para o uso estratégico do Fundo Municipal de Turismo	Substitui "legitimar", que se confunde com regulamentar, por um verbo que expressa o resultado real: engajamento do setor no uso efetivo do fundo
21	Mobilizar para modernização do Serviço de transporte ao turista – City Tour	Modernizar e diversificar os serviços de transporte turístico no destino	Remove o nome do projeto vinculado do título, substitui "mobilizar para" por verbo de resultado e amplia o escopo para além do City Tour
23	Melhorar os serviços nos atrativos privados (limpeza, informações, espaços instagramáveis, opções do que fazer)	Elevar o padrão de qualidade e receptividade dos atrativos turísticos privados	Remove o parêntese com exemplos operacionais e a linguagem informal, mantendo o objetivo estratégico de forma clara e adequada ao registro do plano
27	Investir na formatação de novos produtos, serviços e roteiros turísticos	Ampliar e diversificar a oferta turística de Maringá por meio do desenvolvimento de novos produtos, serviços e roteiros	Substitui "investir na formatação", processo interno, pelo resultado esperado externamente: uma oferta turística mais ampla e diversificada
34	Montar um local fixo multiuso para comercialização do artesanato do município	Criar espaço permanente de referência para a comercialização do artesanato e dos produtos da economia criativa local	Substitui "montar" por verbo adequado ao registro do plano, reposiciona o objetivo antes da solução e incorpora o escopo da economia criativa já presente na justificativa
36	Definir estratégia de atuação de Maringá assumindo sua vocação de polo regional	Consolidar Maringá como polo indutor do desenvolvimento turístico regional	Transforma uma entrega de planejamento interno ("definir estratégia") em objetivo estratégico finalístico orientado a resultado externo, alinhando com a ação 38 sem duplicá-la
37	Dar continuidade ao projeto Turismo Rural em Rota para criação de uma Rota Rural Regional	Expandir e institucionalizar a Rota Rural Regional como produto turístico estruturado	Remove a dependência nominal de um projeto vinculado, substitui "dar continuidade" por objetivo de expansão e institucionalização, mantendo a direção estratégica

42	Fortalecer Maringá Encantada	Consolidar o turismo natalino e de entretenimento como produto turístico permanente de Maringá	Remove o nome do projeto vinculado do título da ação e expressa o objetivo estratégico real, o produto turístico de época, que independe da marca do evento
44	Estruturar o Maringá Gastronômica	Consolidar a gastronomia como atrativo turístico estratégico e diferencial competitivo do destino	Remove o nome do projeto vinculado, substitui "estruturar" por objetivo de consolidação e expressa com clareza o papel da gastronomia no posicionamento do destino
45	Criar projeto de desenvolvimento do Turismo Religioso em Maringá	Desenvolver o turismo religioso como segmento estruturado da oferta turística de Maringá	Remove a menção à criação de projeto, que é o meio, e coloca o desenvolvimento do segmento como objetivo finalístico, que é o resultado esperado
13	Pautar gestão do turismo em leis, políticas e planos de desenvolvimento	Institucionalizar a gestão do turismo por meio de marcos legais, políticas públicas e instrumentos de planejamento	Substitui "pautar", verbo de processo e agenda, por "institucionalizar", que expressa o resultado: a incorporação do turismo em instrumentos permanentes de gestão pública
14	Promover e fiscalizar a gestão de equipamentos turísticos sob direção governamental	Garantir a qualidade e a eficiência operacional dos equipamentos turísticos públicos municipais	Unifica os dois verbos (promover e fiscalizar) em torno do resultado que ambos perseguem, qualidade e eficiência, eliminando a ambiguidade de responsabilidade e tornando o monitoramento mais objetivo



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ

Unidade Temporária

Conselho Municipal de Turismo

Av. XV. de Novembro, 701, Térreo - Paço Municipal - Bairro Zona 01, Maringá/PR
CEP 87013-230, Telefone: 44 3221-1244 - www2.maringa.pr.gov.br

ATA DE REUNIÃO

ATA DA III CONFERÊNCIA MUNICIPAL DE TURISMO

Aos cinco dias do mês de maio do ano de dois mil e vinte e seis, às oito horas e trinta minutos, no Auditório Hélio Moreira, Térreo Paço Municipal, em Maringá, Estado do Paraná, realizou-se a **III Conferência Municipal de Turismo**, promovida pelo **Conselho Municipal de Turismo (CMTUR)** e pela **Secretaria de Aceleração Econômica e Turismo (SAET)**, com o objetivo de promover o debate e a apresentação de propostas voltadas à atualização do Plano Municipal de Turismo – PMTUR, instituído pela Lei nº 11.790/2024, bem como subsidiar a realização da **3ª Conferência Municipal de Turismo**. A solenidade contou com a presença de autoridades, representantes do poder público, entidades, trade turístico, empreendedores, conselheiros e membros da sociedade civil, registrando-se entre os presentes **Annibal Bianchini, Secretário de Aceleração Econômica e Turismo; Michael Hideki Yamao Tamura, Presidente do Conselho Municipal de Turismo; Miguel Fernando Perez Silva, Presidente da Câmara Técnica de Turismo e Cultura do CODEM; Walter do Nascimento Neto, Gerente de Turismo; Glenda Carla Fernandes, Coordenadora de Turismo; Abílio Neme Neto, Assessor Executivo; Janete Rocha, Gerente SAET; Mirela Mari de Oliveira Santos, Assessora de Gabinete; Perseu Bastos e Lidiane Kumpel Roque, representantes do SEBRAE; Matheus Ziermann, CODEM; Daniel F. Malvezzi, Vereador; Alessandra Corsato Hoffmann Conselheira CMTUR, Ana Maria Esteves, Conselheira CMTUR, André da Costa Martins Conselheiro CMTUR, Antonio Roberto Ghion, Conselheiro CMTUR, Odcleyton Melo, Conselheiro CMTUR, Marco Moura, Diretor Executivo ABRASEL, além de empresários, guias de turismo e demais participantes, conforme lista de presença anexa. A abertura foi conduzida pelo Presidente do Conselho Municipal de Turismo, **Michael Tamura**, que agradeceu a presença das autoridades, entidades, convidados, delegados e observadores, destacando que a Conferência encerra um ciclo de ações, oitivas e estudos realizados para subsidiar a atualização do Plano Municipal de Turismo. Ressaltou, ainda, a importância da participação social e institucional no processo de revisão, que ocorre periodicamente a cada dois anos. Em seguida, fez uso da palavra o Secretário **Annibal Bianchini**, que destacou a relevância do processo de escuta realizado por meio das sete oitivas e pré-conferência, bem como o papel do Plano Municipal de Turismo como instrumento orientador das ações da Diretoria de Turismo. O Secretário ressaltou que o plano deve servir como eixo das decisões e projetos executados pela gestão pública, evitando que se torne apenas um documento formal sem aplicação prática. Também mencionou a importância de alinhar o plano às diretrizes da atual gestão municipal e aos impactos decorrentes da reforma tributária. Na sequência, o Presidente da Câmara Técnica de Turismo e Cultura do CODEM, **Miguel Fernando**, destacou a trajetória histórica do Conselho Municipal de Turismo de Maringá, o amadurecimento do trade turístico local e a necessidade de fortalecimento do turismo receptivo. Também enfatizou que o Plano Municipal de Turismo constitui uma política pública de Estado, devendo ultrapassar gestões e orientar ações estratégicas para o desenvolvimento socioeconômico do município. Posteriormente, foi realizada a leitura do Regimento Interno da Conferência, pelo presidente **Michael Tamura**, sendo apresentados os objetivos, a composição dos participantes, as categorias de delegados,**

convidados e observadores, bem como as regras de deliberação. Foi informado que as decisões seriam tomadas por maioria simples dos delegados presentes e que as propostas aprovadas subsidiariam a elaboração do projeto de lei de revisão do Plano Municipal de Turismo. Em seguida, o consultor **Perseu Bastos**, representante do SEBRAE, apresentou o histórico do Plano Municipal de Turismo, sua construção inicial, os avanços obtidos desde 2023 e a necessidade de atualização dos eixos de atuação, de modo a alinhar o plano ao modelo de Destino Turístico Inteligente — DTI. Foram apresentados os indicadores de maturidade turística de Maringá, destacando o avanço do município na pontuação geral, bem como a importância da governança, da inovação, da tecnologia, da acessibilidade, da sustentabilidade, da segurança, da promoção e marca, da mobilidade e da criatividade. Durante a apresentação, foi proposta a alteração dos eixos anteriormente previstos no Plano Municipal de Turismo para os nove eixos do modelo DTI, com o objetivo de facilitar a mensuração, o ranqueamento do destino e a captação de recursos junto ao Ministério do Turismo. A proposta foi submetida à apreciação dos delegados presentes, não havendo manifestação contrária, sendo considerada aprovada. Na sequência, foi apresentada a repriorização das ações do Plano Municipal de Turismo, a partir das contribuições recebidas nas oitivas, na pré-conferência e nos formulários disponibilizados à população e às entidades. Entre os pontos prioritários, foram destacados o fomento à atração de investimentos no turismo, a regulamentação do Fundo Municipal de Turismo e a definição de estratégias de atuação regional. A priorização foi submetida à deliberação, não havendo oposição dos presentes. Também foram apresentadas as sugestões coletadas junto à população, que totalizaram sessenta e quatro contribuições, posteriormente compiladas e organizadas em atividades, projetos e entregas. Dessas contribuições, foram propostas duas novas ações para inclusão no Plano Municipal de Turismo: a primeira voltada ao estímulo à criação de produtos e atrativos nos bairros, por meio de roteiros temáticos, feiras e atrações culturais; e a segunda relacionada ao incentivo à criação de espaços e eventos na cidade, incluindo iniciativas como feiras, rota noturna e grandes equipamentos de eventos. As propostas foram submetidas à apreciação e aprovadas pelos delegados presentes. Foi apresentado, ainda, um painel de acompanhamento do Plano Municipal de Turismo, contendo missão, visão, objetivos, histórico, diagnóstico de maturidade, eixos, categorias, matriz de correlação, ações, responsáveis, prioridades e entregas esperadas. O painel será disponibilizado aos participantes como ferramenta de transparência, monitoramento e gestão das ações futuras. Ao final, foi reforçada a importância da participação contínua das entidades, empresários, sindicatos, instituições e representantes do poder público na execução das ações previstas no plano, destacando que o turismo deve ser tratado como vetor de desenvolvimento econômico e social de Maringá. Também foi solicitado o apoio do Vereador Daniel Malvezzi para a tramitação e defesa da revisão do Plano Municipal de Turismo junto à Câmara Municipal. Nada mais havendo a tratar, foi encerrada a 3ª Conferência Municipal de Turismo de Maringá, às nove horas e quarenta e oito minutos, sendo lavrada por mim **Glenda Carla Fernandes** a presente ata, segue assinada pelos presentes para registro.



Documento assinado eletronicamente por **Glenda Carla Fernandes, Secretário(a) Executivo(a)**, em 18/05/2026, às 11:48, 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 **Walter do Nascimento Neto, Usuário Externo**, em 18/05/2026, às 16:13, 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 **Anníbal Bonemer Azevedo da Rocha, Secretário(a) de Aceleração Econômica e Turismo**, em 18/05/2026, às 23:29, 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 **Michael Hideki Yamao Tamura, Presidente de Conselho (Usuário Externo)**, em 19/05/2026, às 16:48, 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 **Miguel Fernando Perez Silva, Usuário Externo**, em 20/05/2026, às 14:01, 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 **Daniel Falcioni Malvezzi, Usuário Externo**, em 21/05/2026, às 16:15, 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?](https://sei.maringa.pr.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0)

[acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0](https://sei.maringa.pr.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **8664451** e o código CRC **9495D724**.

Referência: Processo nº 01.99.00041371/2026.95

SEI nº 8664451