

PLANO DE MARKETING TURÍSTICO COSTA VERDE & MAR 2017/2022

Plano de Ações



Missão

“Desenvolver e promover a atividade turística de forma integrada e sustentável, visando beneficiar os aspectos ambientais, socioeconômicos e culturais da região da AMFRI, proporcionando bem-estar e satisfação aos turistas e visitantes”



Visão

“Até o ano de 2022, a Costa Verde & Mar irá desenvolver e promover experiências turísticas únicas para os visitantes, com a natureza e culturas regionais, de forma cooperada e sustentável; ser referencia em destino inteligente, em gastronomia e eventos e buscar excelência em lazer e entretenimento.”



VALORES

Diversão / contemplação / descanso / prazer / adrenalina /
descobertas / sustentabilidade / ecologia / religiosidade / aprendizado
/ diversidade / tradição / inovação / plenitude.



PILARES ESTRATÉGICOS





ABRANGÊNCIA DE CADA UM DOS PILARES ESTRATÉGICOS

INFRAESTRUTURA SUSTENTABILIDADE	<p>Capacidade de atendimento médico para o turista no destino, energia; serviço de proteção ao turista/polícia; estrutura urbana nas áreas turísticas (lixeiros, banheiros, praças etc.) e acessos (aéreo, terrestre, marítimo e ferroviário); sistema de transporte no destino, transporte turístico entre atrativos.</p> <p>Produção cultural associada ao turismo, patrimônio histórico e cultural; acesso à educação, empregos gerados pelo turismo, política de enfrentamento e prevenção à exploração sexual, uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população, cidadania, sensibilização e participação na atividade turística; estrutura e legislação municipal de meio ambiente, atividades poluidoras, rede pública de distribuição de água, rede pública de coleta e tratamento de esgoto, coleta e destinação pública de resíduos, unidades de conservação no território municipal.</p>
PRODUTOS SERVIÇOS	Sinalização turística, centro de atendimento ao turista, espaços para eventos, capacidade de hospedagem, capacidade do receptivo, serviços e equipamentos turísticos, atrativos turísticos, capacitação e inovação
PROMOÇÃO COMERCIALIZAÇÃO	Divulgação, distribuição e vendas, site, folhetos, imprensa, relação com operadoras, agências, planos de marketing, pesquisas de mercado, perfil do turista e da oferta e conectividade com os diversos públicos (marketing digital).
GESTÃO DO MARKETING	Políticas públicas, integração regional, missão da governança (público, privado, terceiro setor), monitoramento do turismo, gestão do plano de marketing do destino, endomarketing e comunicação interna.

Definição de Prazos

Conforme estabelecido pelo CITMAR, em reunião dia 05/07/2018, a definição de curto médio e longo prazos ficou:

1. Curto Prazo: até 12 meses;
2. Médio Prazo: de 12 até 30 meses;
3. Longo Prazo: mais de 30 meses.

Desta forma, passamos a classificar as ESTRATÉGIAS em cada PILAR do Plano de Marketing, utilizando a mesma numeração acima.



Estratégias de Marketing por Pilar

1. INFRAESTRUTURA E SUSTENTABILIDADE

1. Acompanhar, monitorar e divulgar Leis e questões relacionadas ao meio ambiente que afetam o turismo.	2
2. Estimular práticas de sustentabilidade (energia, água, lixo etc.) junto aos prestadores de serviços do turismo.	2
3. Acompanhar, articular e monitorar os problemas de acesso da região que afetam o turismo.	1
4. Promover a utilização dos transportes marítimos como forma de transporte turístico entre os municípios.	3
5. Revisar, articular e combater questões relacionadas à falta de sinalização turística e de acesso nos municípios e atrativos.	2
6. Preservar e valorizar o patrimônio histórico e cultural da região.	2
7. Desenvolvimento regional de segurança pública para o turismo na Costa Verde & Mar.	2

2. PRODUTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

1. Estruturar, capacitar e preparar o Turismo de Experiência nos municípios, e estruturar menu regional.	1
2. Melhorar identidade, design, distribuição e visibilidade da produção associada ao turismo.	3
3. Inserir conceito e práticas de acessibilidade turística em atrativos e equipamentos públicos e privados.	3
4. Qualificação e expansão de locais de informações turísticas (tecnologia, horário, pessoal e pontos na iniciativa privada).	1
5. Profissionalizar e capacitar guias, condutores e receptivos locais.	2
6. Qualificar e modernizar os equipamentos de meios de hospedagem.	3
7. Buscar a qualificação e a inovação na gastronomia regional.	2
8. Intensificar opções relacionadas às atividades náuticas e subaquáticas.	1
9. Empreender e organizar serviços para desenvolvimento do turismo da Costa Verde & Mar.	2
10. Promover a conexão dos municípios por meio de roteiros integrados e segmentados.	2

3. PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO

1. Ordenar a oferta em segmentos de produto e serviços turísticos e públicos de interesse.	1
2. Promover a região em feiras e eventos (ações de relações públicas).	1
3. Manter informações sobre a região disponíveis para abastecer os CAT's e distribuir em pontos de passagem de turistas.	1
4. Desenvolver e capacitar receptivos para roteiros segmentados integrando a região (pacotes para intermediários e turistas).	1
5. Utilizar técnicas de pesquisa para conhecer melhor o mercado – oferta e demanda (turistas, operadoras e agências).	1
6. Planejar e executar a comunicação da Costa Verde & Mar fortalecendo o Posicionamento.	1
7. Planejar o uso das ferramentas do Projeto INOVAMFRI – Conecte-se com a Costa Verde & Mar.	1
8. Participar, apoiar e captar eventos nacionais e internacionais com representatividade, que usem a marca e promovam a região Costa Verde & Mar junto aos parceiros públicos e privados da região.	1

4. GESTÃO DO MARKETING

1. Desenvolver grupo público/privado para gestão da marca turística e executar o Plano de Marketing alinhado com CITMAR.	1
2. Integração poder público e iniciativa privada na Costa Verde & Mar.	2
3. Informar a população local sobre os atrativos turísticos e conscientizar sobre os benefícios do turismo regional.	1
4. Sistematização e compartilhamento de pesquisas e dados da região.	3

1. Infraestrutura e Sustentabilidade

Estratégia: 1.1 Acompanhar, monitorar e divulgar Leis e questões relacionadas ao meio ambiente que afetam o turismo.

Ação 1.1.1	Programa de parcerias com secretarias do Meio Ambiente e ONGs Aproximação com colegiado de meio ambiente AMFRI
Quando	Março 2019
Responsável	Comitê Planejamento - VIVIAN
Como	-Agendar reunião através do assessor técnico do colegiado de meio ambiente
Custo Previsto	N/A
Parceiros	Colegiados Turismo e Meio Ambiente
Indicadores	Reunião realizada, release, ata e formação do GT
Metas	<ul style="list-style-type: none">✓ Reunir as Leis que regem o meio ambiente e que afetam o turismo na região✓ Realizar 02 reuniões ao ano com o Colegiado para desenvolvimento do programa✓ Reunir relatórios e planos de manejos de áreas protegidas da região.
Obs.:	

Estratégia: 1.1 Acompanhar, monitorar e divulgar Leis e questões relacionadas ao meio ambiente que afetam o turismo.

Ação 1.1.2	Campanha de conscientização do turista quanto a preservação ambiental, minimizando os impactos ambientais que afetam a balneabilidade das praias. Criar Campanha de preservação Ambiental Regional
Quando	Março 2020 a novembro 2020
Responsável	Comitê de planejamento e colegiado de comunicação AMFRI
Como	-Elaborar briefing com Colegiado de Comunicação -Contratar agencia para criação da campanha
Custo Previsto	R\$ 30 mil
Parceiros	Colegiados (turismo, meio ambiente e comunicação) CITMAR
Indicadores	Contratação de agencia e peças publicitarias criadas
Metas	Ter até agosto 2020 a campanha desenvolvida Até novembro 2020 realizar a divulgação da campanha na região
Obs.:	

Estratégia: 1.2 Promover a utilização dos transportes marítimos como forma de transporte turístico e entre os municípios.

Ação 1.2.1	Articular para desenvolvimento de projeto de transporte turístico via marítimo e fluvial
Quando	Março 2019
Responsável	Comitê de Planejamento
Como	-Apresentar a proposta para o colegiado para a região ter uma cadeira do GT Náutico Estadual. Nomear um membro ou membros para esta representatividade
Custo Previsto	N/A
Parceiros	Colegiado/ Comitê/ Secretaria Estadual de Turismo – SOL, GT Náutico/ Associações e entidades do setor (dentro do GT)
Indicadores	Atas das reuniões e releases
Metas	Participar de todas as reuniões do GT Náutico
Obs.:	

Estratégia: 1.3 Preservar e valorizar o patrimônio histórico e cultural da região.

Ação 1.3.1	Fazer uma curadoria de feiras e eventos significativos da cultura local p/ o turismo (promover e apoiar)
Quando	Ação permanente que já está em execução
Responsável	Comitê de Planejamento
Como	-Solicitar, ordenar e categorizar informações de eventos junto às fundações/ Secretarias de Cultura, esporte e outras empresas/ associações e entidades promotoras de eventos. -Analisar e aprovar eventos para divulgação, formatação de arte/ arquivo para divulgação (site, e-mail, redes sociais, etc)
Custo Previsto	N/A
Parceiros	Turismo/ Cultura/ Esporte/ Conventions Bureau
Indicadores	Arquivo PDF e arte dos calendários de eventos postagens e e-mails enviados/ empresas atingidas
Metas	Manter calendário com atualização mensal dos eventos da região
Obs.:	

Estratégia: 1.3 Preservar e valorizar o patrimônio histórico e cultural da região.

Ação 1.3.2	Fomentar parcerias com as Secretarias/ fundações culturais
Quando	A partir de setembro 2018 – em caráter permanente
Responsável	Comitê Planejamento
Como	-Manter a parceria entre os colegiados de turismo e Cultura, com reuniões conforme demanda dos projeto.
Custo Previsto	N/A
Parceiros	Cultura (turismo), SEBRAE
Indicadores	Ata das reuniões e release
Metas	Promover pelo menos dois encontros anuais entre os dois colegiados
Obs.:	

Estratégia: 1.3 Preservar e valorizar o patrimônio histórico e cultural da região.

Ação 1.3.3	Fomentar roteiros de cultura e de experiência (antigo desenvolver programa de interpretação do patrimônio histórico cultural da região)
Quando	Agosto 2019 a agosto 2022
Responsável	Comitê de Planejamento
Como	-Desenvolver projeto de interpretação do patrimônio histórico-cultural, com a implantação de placas interpretativas em patrimônios materiais, com possibilidade de integrar c/ novas tecnologias (beacons, QR Code, áudio guia) e nestes casos inserir informações também dos materiais
Custo Previsto	R\$ 100 mil
Parceiros	Colegiados Turismo/ Cultura/ SEBRAE
Indicadores	Atas das reuniões e releases Projetos (plano e execução)
Metas	Incluir placas c/ informações/ interpretação em pelo menos 50% dos patrimônios histórico-culturais do roteiro cultural da região/ rede experiência.
Obs.:	

Estratégia: 1.4 Desenvolvimento regional de um sistema de informações turísticas que possam ser aplicadas nos serviços de segurança pública da Costa Verde & Mar.

Ação 1.4.1	Desenvolver uma capacitação/ Workshop com informações turísticas sobre a Costa Verde& Mar para ser aplicado com o serviço de segurança pública da região (PM, PC, Guardas Municipais, Guarda Vidas, etc.)
Quando	Agosto 2019
Responsável	Comitê de Planejamento
Como	<ul style="list-style-type: none"> -Fazer reuniões com os chefes de comando das organizações para levantamento das informações e necessidades e apresentação do projeto. -Construção da capacitação – conteúdo, carga horária, metodologia, etc. -Estabelecer calendário de aplicação/ realização – sugestão: semestral
Custo Previsto	Zero (por enquanto)
Parceiros	Colegiado turismo/ PM/ PC/ Corpo de Bombeiros, Guardas Municipais
Indicadores	<p>Adesão dos Comandos ao projeto</p> <p>Plano de aula/ metodologia</p> <p>Calendário</p> <p>No. De alunos/ profissionais capacitados</p>
Metas	Realizar pelo menos 01 capacitação anual em cada município
Obs.:	Capacitação 2 partes: 1 do município e outra da região Sorteio de passaportes, ingressos, etc.

Estratégia: 1.4 Desenvolvimento regional de um sistema de informações turísticas que possam ser aplicadas nos serviços de segurança pública da Costa Verde & Mar.

Ação 1.4.2	Acompanhar e articular a implantação de uma Delegacia de Atendimento ao Turista
Quando	Março 2020
Responsável	Colegiado de Turismo - presidente
Como	-Entrar em contato com a Secretaria de Segurança Pública do Estado para articulação institucional
Custo Previsto	N/A
Parceiros	Colegiado Turismo/ Governo do Estado/ PC
Indicadores	Ata/ registro fotográfico e release
Metas	Realizar pelo menos uma reunião com a Secretaria de Segurança Pública
Obs.:	

Estratégia: 1.5 Estimular práticas de sustentabilidade (energia, água, lixo etc.) junto aos prestadores de serviços do turismo.

Ação 1.5.1	Criar campanha de estímulo/ sensibilização de práticas sustentáveis
Quando	Março a novembro de 2020
Responsável	Comitê de planejamento
Como	-Pesquisar e levantar informações de programas/ práticas/ certificações que possam ser replicadas; -Compilar e produzir material para divulgação e traçar estratégias conjuntas de divulgação.
Custo Previsto	R\$ 20 mil
Parceiros	Colegiados meio ambiente, instituto ambientes em rede/ Bandeira Azul, Ministério do Meio Ambiente e turismo.
Indicadores	Número de empresas impactadas Material produzido
Metas	
Obs.:	Estudar como será realizada a campanha de sensibilização (municipal ou regional)

Estratégia: 1.6 Acompanhar, articular e monitorar os problemas de acesso da região que afetam o turismo.

Ação 1.6.1	Acompanhar e articular melhorias de sinalização na BR-470, Rodovia Jorge Lacerda e expansão e reforma no Aeroporto de Navegantes
Quando	Agosto 2018
Responsável	Colegiado de Secretários de Turismo (Zeni)
Como	-Criação de GT com 3 secretários de turismo e secretários de planejamento dentro da AMFRI para articulação com órgãos competentes; -Convocar reuniões com os órgãos responsáveis, como: INFRAERO, DENIT, DEINFRA, DETER e Secretaria de Estado de transporte e estradas.
Custo Previsto	Diárias municipais
Parceiros	Secretários municipais de turismo e planejamento, órgãos competentes.
Indicadores	Relatórios e feedbacks dos órgãos responsáveis para acompanhamento das tratativas. Realização de reuniões com devidos órgãos.
Metas	Realização de duas reuniões até novembro com Infraero e Secretaria de Estado.
Obs.:	

Estratégia: 1.6 Acompanhar, Articular e monitorar os problemas de acesso da região que afetam o turismo.

Ação 1.6.2	Acompanhar a Execução do planos de mobilidade urbana nos municípios e na região (INOVAMFRI) Aproximação com o Colegiado de Secretários de Planejamento da AMFRI
Quando	Março 2019
Responsável	CITMAR
Como	-Agendar reunião através dos assessores executivos de ambos os colegiados (Presidentes)
Custo Previsto	N/A
Parceiros	Colegiados (turismo e planejamento), Comitê de Planejamento
Indicadores	Reunião realizada, release e ata
Metas	Conhecer e compartilhar informações dos planos de mobilidade Realizar 02 reuniões com colegiados até junho 2019
Obs.:	

Estratégia: 1.7 Revisar, articular e combater questões relacionadas à falta de sinalização turística e de acesso nos municípios e atrativos.

Ação 1.7.1	Sinalização e interpretação da região para o visitante e público interno. Desenvolver projeto de sinalização interpretativa da região, considerando a proposta de destinos turísticos inteligentes.
Quando	Abril 2019 a novembro 2019
Responsável	Comitê de Planejamento + SEBRAE
Como	-Contratação do SEBRAE para elaborar o projeto.
Custo Previsto	R\$ 40 mil
Parceiros	SEBRAE, CITMAR, Colegiado de Secretários de Turismo
Indicadores	Projeto concluído Sinalização instalada
Metas	Ter o mínimo de uma placa instalada por município até dezembro 2019. Ampliar 50% o número de beacons até dezembro 2019.
Obs.:	

Estratégia: 1.7 Revisar, articular e combater questões relacionadas a falta de sinalização turística e de acesso nos municípios e atrativos.

Ação 1.7.2	Padronização de sinalização (trilíngue) Levantar informações e definir o padrão de sinalização da região.
Quando	Setembro 2019
Responsável	Comitê de planejamento (Turismo) e colegiado de secretários de planejamento
Como	-Buscar as informações no Mtur sobre o padrão adotado e discutir com o Colegiado de Planejamento
Custo Previsto	zero
Parceiros	Comitê de Planejamento, Mtur, Colegiados de Turismo e Planejamento
Indicadores	Criação do documento padrão de sinalização da região
Metas	Ter o documento concluído até novembro 2019.
Obs.:	

Estratégia: 1.7 Revisar, articular e combater questões relacionadas à falta de sinalização turística e de acesso nos municípios e atrativos.

Ação 1.7.3	Parceria público privada para sinalização de atrativos Desenvolver projeto de sinalização de atrativos na região para propor à iniciativa privada
Quando	Abril 2020
Responsável	Comitê de planejamento, engenharia AMFRI, Colegiado de Secretários de Planejamento
Como	
Custo Previsto	Engenheiros AMFRI
Parceiros	AMFRI, Conventions, Associações e entidades privadas e equipamentos turísticos
Indicadores	Projeto Adesão da iniciativa privada/ parceiros
Metas	Até dezembro 2020 – 25% do projeto executado Até dezembro 2021 – 60% executado Até dezembro 2022 – 100% executado
Obs.:	

2. Produtos e Serviços

Estratégia: 2.1 Intensificar opções relacionadas à atividades náuticas e subaquáticas

Ação 2.1.1	Ampliar e impulsionar o guia Náutico Regional (guia 2018)
Quando	REALIZADO
Responsável	CITMAR, SEBRAE, empreendimentos, SECTUR
Como	-Atualização do guia edição 2018, divulgação
Custo Previsto	-
Parceiros	Sebrae / CITMAR/Empresas
Indicadores	Aumento de empresas cadastradas no guia
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.1 Intensificar opções relacionadas à atividades náuticas e subaquáticas

Ação 2.1.2	Participar de eventos do setor promovendo a região
Quando	Em andamento
Responsável	CITMAR, SECTUR
Como	-Participação de feiras do setor (Volvo Ocean Race, BNT, Pesca Trade)
Custo Previsto	R\$ 20 mil
Parceiros	CITMAR, SECTUR
Indicadores	Aumento de feiras do setor
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.1 Intensificar opções relacionadas à atividades náuticas e subaquáticas

Ação 2.1.3	Ampliar a realização de eventos do setor na região
Quando	Até junho 2019
Responsável	SECTUR, CITMAR, iniciativa privada
Como	-Incentivar os municípios a criar calendários de eventos e a aproximação com as marinas.
Custo Previsto	- Não há como mensurar. Custos com a iniciativa privada
Parceiros	SECTUR, CITIMAR, iniciativa privada
Indicadores	Aumento do número de eventos realizados na região.
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.1 Intensificar opções relacionadas à atividades náuticas e subaquáticas

Ação 2.1.4	Promover roteiros náuticos integrados na Costa Verde & Mar
Quando	Até junho 2019
Responsável	CITMAR
Como	-Apresentar o guia Náutico as operadoras e agências de viagens para que estas comercializem.
Custo Previsto	- Verificar com operadoras
Parceiros	CITMAR, operadoras, agências de viagens
Indicadores	Criar novos roteiros
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.1 Intensificar opções relacionadas à atividades náuticas e subaquáticas

Ação 2.1.5	Realizar um FamPress com formadores de opinião do mercado náutico, blogs, etc.
Quando	Até junho 2019
Responsável	CITMAR, SEBRAE
Como	-Convidar formadores de opinião para conhecer a região
Custo Previsto	- R\$ 20.000,00
Parceiros	Marinas, Sectur, CITMAR, SEBRAE, empresas ligadas ao setor turístico
Indicadores	Fampress realizado
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.2 Estruturar, capacitar e preparar o turismo de experiência nos municípios e estruturar menu regional

Ação 2.2.1	Implantar os conceitos de turismo de experiência nos empreendimentos e atrativos dos municípios
Quando	Até julho 2018
Responsável	Prisma, Sebrae, CITMAR
Como	-Sensibilização do trade; -Seleção das empresas; -Preparação das empresas
Custo Previsto	R\$ 10 mil
Parceiros	Empreendimentos, CITMAR, Sebrae
Indicadores	
Metas	20 empreendimentos no 1º. ano
Obs.:	Projeto em andamento

Estratégia: 2.2 Estruturar, capacitar e preparar o turismo de experiência nos municípios e estruturar menu regional

Ação 2.2.2	Organizar a “rede de cooperação” para construir o menu de experiências e serviços de excelência.
Quando	Até dezembro 2018
Responsável	Sebrae, CITMAR
Como	-Incentivo contínuo dos empreendedores para manutenção e ampliação da rede
Custo Previsto	Sem custo
Parceiros	Empreendedores/ empresários, Sebrae, CITMAR
Indicadores	Ter a rede com pelo menos 20 empresários
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.2 Estruturar, capacitar e preparar o turismo de experiência nos municípios e estruturar menu regional

Ação 2.2.3	Construir um “menu de experiências” memoráveis aos visitantes na região Costa Verde & Mar.
Quando	De julho até dezembro 2018
Responsável	Prisma, Sebrae, CITMAR
Como	-Preparação das empresas; -Organização do Menu; -Lançamento.
Custo Previsto	R\$ 20 mil
Parceiros	Empreendedores, CITMAR, Sebrae
Indicadores	Número de empreendimentos no 1º. ano
Metas	20 empreendimento no 1º. ano
Obs.:	

Estratégia: 2.3 Qualificação e expansão de locais de informação turística.

Ação 2.3.1	Ponto de atendimento integrado podendo ser unidade móvel ou ponto fixo com informações sobre o que fazer.
Quando	Temporada de verão de 2019 Férias de julho 2019
Responsável	SECTUR, CITMAR
Como	-Selecionar pelo menos 1 ponto por município; -Promover reunião com os selecionados; -Treinamento do RH -Abastecer o local; -Monitorar a distribuição do material
Custo Previsto	R\$ 2 mil
Parceiros	Empreendimentos, CITMAR, SECTUR
Indicadores	10 pontos móveis, um em cada município
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.3 Qualificação e expansão de locais de informação turística.

Ação 2.3.2	Incentivar a melhoria contínua dos pontos existentes, empregando a tecnologia e maior conectividade.
Quando	Até junho 2019
Responsável	SECTUR, Coordenação CITMAR
Como	-Capacitação e treinamento contínuos -Investir em hardware/ software/ internet/ CATs
Custo Previsto	Verificar com cada estrutura municipal
Parceiros	SECTUR, TI das prefeituras
Indicadores	Melhorar a nota dada pelos turistas na pesquisa de demanda
Metas	01 CAT em cada município.
Obs.:	

Estratégia: 2.3 Qualificação e expansão de locais de informação turística.

Ação 2.3.3	Estimular e preparar novos pontos de apoio junto a iniciativa privada
Quando	Até junho 2019
Responsável	SECTUR, CITMAR, iniciativa privada
Como	-Sensibilizar da importância da qualificação e expansão dos locais através de capacitação
Custo Previsto	R\$ 5 mil
Parceiros	CITMAR, SEBRAE, Entidades de classe
Indicadores	
Metas	3 a 5 entidades por município até o prazo
Obs.:	

Estratégia: 2.3 Qualificação e expansão de locais de informação turística.

Ação 2.3.4	Dar mobilidade à informação – materializar a experiência com tecnologia.
Quando	Junho 2019
Responsável	SECTUR, CITMAR
Como	-Executar os planos de reposicionamento digital
Custo Previsto	A verificar com cada município
Parceiros	SECTUR/ Departamento de comunicação
Indicadores	Os 10 municípios terem o P.R.D. implantado
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.4 Inserir conceito e práticas de acessibilidade turística em atrativos e equipamentos públicos e privados

Ação 2.4.1	Sensibilizar os atores regionais quanto a legislação existente, para criar iniciativas em acessibilidade públicas e privadas.
Quando	Março a novembro 2021
Responsável	Comitê de Planejamento
Como	-Realizar capacitação entre entidade afins e atores regionais
Custo Previsto	R\$ 5.000,00
Parceiros	Atores regionais, municípios
Indicadores	Atores locais capacitados
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.4 Inserir conceito e práticas de acessibilidade turística em atrativos e equipamentos públicos e privados

Ação 2.4.2	Articular a ampliação da fiscalização pelos órgãos competentes.
Quando	Março a novembro 2021
Responsável	Comitê
Como	-Articular com órgãos municipais de fiscalização; -Verificar as Leis Municipais; -Atuar conjuntamente com o Colegiado de Planejamento da AMFRI.
Custo Previsto	Sem custo
Parceiros	Colegiado de Planejamento/ CITMAR/ órgãos de fiscalização
Indicadores	Fiscalização efetiva
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.4 Inserir conceito e práticas de acessibilidade turística em atrativos e equipamentos públicos e privados

Ação 2.4.3	Associar as ações de acessibilidade ++
Quando	Março a novembro 2020
Responsável	Comitê de Planejamento
Como	-Verificar os pontos de acessibilidade da região; -Divulgar e associar a imagem
Custo Previsto	Sem custo
Parceiros	Municípios e CITMAR
Indicadores	Atrativos acessíveis
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.5 Profissionalizar e Capacitar Guias, Condutores e Receptivos Locais

Ação 2.5.1	Preparar receptivos para oferta de atividades da região com guias e condutores.
Quando	Agosto 2019 a novembro 2019
Responsável	Comitê de Planejamento
Como	-Divulgar para as agências os roteiros criados pelo CITMAR
Custo Previsto	Não tem
Parceiros	Agências, transportadoras
Indicadores	Agências da Costa Verde e Mar com produtos da região
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.5 Profissionalizar e Capacitar Guias, Condutores e Receptivos Locais

Ação 2.5.2	Estimular parcerias para oferecer curso de guias
Quando	Agosto 2019
Responsável	Comitê Planejamento
Como	-Agendar reuniões com instituições de ensino e entidades
Custo Previsto	Não tem
Parceiros	SENAC, UNIVALI, Conventions
Indicadores	Cursos de guia, condutores ambientais e receptivos locais e guias formados
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.5 Profissionalizar e Capacitar Guias, Condutores e Receptivos Locais

Ação 2.5.3	Sensibilizar as agências e receptivos a manterem estes profissionais para operar na região
Quando	Agosto a novembro 2019
Responsável	Comitê de Planejamento
Como	-Agendar reuniões e encontros com agências, informando sobre a demanda existente (INVTUR)
Custo Previsto	Não tem
Parceiros	Agências, transportadoras
Indicadores	Guias contratados pelas agências
Metas	Agencias com guias credenciados
Obs.:	

Estratégia: 2.6 Buscar a Qualificação e a Inovação na Gastronomia Regional

Ação 2.6.1	Promover parcerias com instituições educacionais e sistema S, bem como estabelecer programa Alimentos Seguros para os estabelecimentos
Quando	Março 2019 a março 2020
Responsável	Comitê de Planejamento
Como	-Promover cursos e consultorias in loco”
Custo Previsto	Verificar com sistema e estabelecimentos
Parceiros	Sistema S (para ministrar cursos) e Estabelecimentos
Indicadores	Aumento de estabelecimentos com certificado
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.6 Buscar a Qualificação e a Inovação na Gastronomia Regional

Ação 2.6.2	Programa de valorização dos ingredientes regionais na gastronomia como estímulo de novos pratos na culinária regional
Quando	Março 2020
Responsável	Comitê e Colegiado turismo
Como	-Buscar parceria como curso de gastronomia da região -Estabelecer contato com estabelecimentos e produtores -Estimular concursos, etc.
Custo Previsto	Ver com universidade
Parceiros	Universidade, sindicatos de hotéis, Bares, Similares, produtores
Indicadores	Cursos, concursos, etc.
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.6 Buscar a Qualificação e a Inovação na Gastronomia Regional

Ação 2.6.3	Aulas-show com Chefs renomados
Quando	Março a novembro 2020
Responsável	Comitê e Colegiado
Como	-Workshops de culinária em Chefs nacionais e regionais
Custo Previsto	verificar
Parceiros	Curso de gastronomia, sindicatos, Conventions, secretarias municipais de turismo.
Indicadores	Workshops e cursos
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.7 Empreender e Organizar Serviços para Desenvolver o Turismo da Costa Verde & Mar

Ação 2.7.1	Criar campanhas com entidades de classe para promover eventos, vendas, e varejo para baixa temporada
Quando	Março a novembro 2019
Responsável	Comitê
Como	-Promover a ampliação do calendário de eventos regionais -Buscar parcerias para ampliar a captação de eventos
Custo Previsto	Sem custo
Parceiros	Entidades de classe, Conventions Bureau
Indicadores	Diminuição da sazonalidade da baixa Aumento de eventos Aumento do fluxo turístico
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.7 Empreender e Organizar Serviços para Desenvolver o Turismo da Costa Verde & Mar

Ação 2.7.2	Preparar um cardápio por estação
Quando	Março a maio 2019
Responsável	Comitê Planejamento
Como	-Identificação das atividades oferecidas em cada município e estação
Custo Previsto	Sem custo
Parceiros	Comitê e Municípios
Indicadores	Cardápio pronto
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.7 Empreender e Organizar Serviços para Desenvolver o Turismo da Costa Verde & Mar

Ação 2.7.3	Ampliar o projeto Destino Turístico Inteligente, novos negócios, indústrias criativas para o turismo
Quando	Março a novembro 2019
Responsável	SEBRAE/ COMITÊ
Como	-Criar GT da Missão Internacional -Envolver a iniciativa privada -Buscar novidades para implementar o DTI -Verificar as ações
Custo Previsto	R\$ 20.000,00
Parceiros	SEBRAE, CITMAR, entidades
Indicadores	Continuidade do projeto
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.7 Empreender e Organizar Serviços para Desenvolver o Turismo da Costa Verde & Mar

Ação 2.7.4	Criar projeto de apoio ao novo empreendedor e desenvolver um programa de startups
Quando	Março a novembro 2019
Responsável	SEBRAE e Municípios (Sec. De Turismo)
Como	-Utilizar a sala do empreendedor dos municípios para realizar a ação
Custo Previsto	Sem custo
Parceiros	SEBRAE e municípios
Indicadores	Abertura de novas empresas (MEI, startups, etc)
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.7 Empreender e Organizar Serviços para Desenvolver o Turismo da Costa Verde & Mar

Ação 2.7.5	Programa de qualificação para o turismo de negócios
Quando	Junho 2019 a junho 2020
Responsável	Comitê planejamento
Como	-Promover cursos e palestras para o desenvolvimento do segmento
Custo Previsto	R\$ 10.000,00
Parceiros	Conventions (3) e SEBRAE
Indicadores	Empreendimentos com qualificação
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.7 Empreender e Organizar Serviços para Desenvolver o Turismo da Costa Verde & Mar

Ação 2.7.6	Programa de receptivos de cruzeiros na região
Quando	Temporada 2019/ 2020
Responsável	Comitê e Colegiado
Como	-Escalar os municípios para divulgar a região nos receptivos de cruzeiros (PB/ ITJ/ BC)
Custo Previsto	Sem custo
Parceiros	Secretarias de turismo, CITMAR
Indicadores	Promoção da região nos cruzeiros
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.8 Promover a conexão dos municípios por meio de roteiros integrados e segmentados

Ação 2.8.1	Efetivar a implantação do roteiro cultural
Quando	Em execução
Responsável	Em execução
Como	-Continuar com o roteiro -Atualizar bianual
Custo Previsto	N/A
Parceiros	SEBRAE, CITMAR
Indicadores	Roteiro cultural implantado
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.8 Promover a conexão dos municípios por meio de roteiros integrados e segmentados

Ação 2.8.2	Desenvolver o Ecoturismo e Turismo de aventura. Conseguir operadoras para comercializar
Quando	Em execução
Responsável	CITMAR
Como	-Continuar com o roteiro -Ampliar as atividades -Buscar operadoras
Custo Previsto	Sem custo
Parceiros	Abeta/ Alouatta
Indicadores	Novas operadoras no roteiro
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.8 Promover a conexão dos municípios por meio de roteiros integrados e segmentados

Ação 2.8.3	Criar um menu de roteiros segmentados
Quando	Março a junho 2019
Responsável	Comitê planejamento
Como	-Identificar os públicos alvo da região -Identificar atrativos e empreendimentos
Custo Previsto	R\$ 5 mil
Parceiros	Iniciativa privada, SEBRAE, CITMAR
Indicadores	Criação de menu de roteiros segmentados
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.8 Promover a conexão dos municípios por meio de roteiros integrados e segmentados

Ação 2.8.4	Estimular os festivais gastronômicos realizados nos municípios
Quando	Março a novembro 2019
Responsável	Municípios/entidades/conventions
Como	-Intensificar a divulgação dos roteiros gastronômicos dos municípios; -Estimular eventos nos municípios que ainda não existe
Custo Previsto	Sem custo
Parceiros	Municípios e estabelecimentos parceiros dos eventos
Indicadores	Eventos realizados
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.8 Promover a conexão dos municípios por meio de roteiros integrados e segmentados

Ação 2.8.5	Desenvolver um City Tour virtual nos principais pontos turísticos, por meio do site/ APP
Quando	Março a dezembro 2020
Responsável	Comitê de Planejamento
Como	-Definir os pontos turísticos -Fazer orçamentos/ licitação -Realizar a captação
Custo Previsto	R\$ 50 mil
Parceiros	Municípios
Indicadores	Ter um tour virtual
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.9 Qualificar e modernizar os meios de hospedagem

Ação 2.9.1	Articular e apresentar o mercado de linhas de crédito junto a instituições financeiras (SEBRAE)
Quando	Maio 2022
Responsável	CITMAR, Secretarias
Como	-Promover workshops entre as instituições que ofertam as linhas de crédito e os meios de hospedagem
Custo Previsto	R\$ 10 mil
Parceiros	MTur, SEBRAE, BADESC, BNDES
Indicadores	Empresários capacitados quanto aos financiamentos
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.9 Qualificar e modernizar os meios de hospedagem

Ação 2.9.2	Qualificação no atendimento ao turista guiado
Quando	Outubro 2022
Responsável	Comitê, SECTUR, Sindicato dos guias
Como	-Promover workshops para os guias de turismo de região para prestação de serviços seja padronizada.
Custo Previsto	R\$ 5 mil
Parceiros	Instituições de ensino/ sindicatos de guias
Indicadores	Prestação de serviços de qualidade e guias competentes
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.9 Qualificar e modernizar os meios de hospedagem

Ação 2.9.3	Criar um programa de parceria com as associações
Quando	Até dezembro 2022
Responsável	CITMAR, Secretarias, Sindicatos de Hotéis, Bares e Similares
Como	-Cursos de qualificação -Criação de um selo de qualidade. Ex.: hospedagem legal
Custo Previsto	R\$ 5 mil
Parceiros	SEBRAE, SENAC, Universidade
Indicadores	Equipamentos hoteleiros comais qualidade e profissionalismo
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.9 Qualificar e modernizar os meios de hospedagem

Ação 2.9.4	Qualificação no atendimento de grupos (agências e operadoras) e no atendimento a eventos.
Quando	<i>Até dezembro 2022</i>
Responsável	CITMAR, Secretarias
Como	-Promover palestras apresentando os produtos da Costa Verde & Mar
Custo Previsto	R\$ 5 mil
Parceiros	Secretarias, CITMAR, SEBRAE, Conventions
Indicadores	Divulgação dos produtos da Costa Verde & Mar
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.10 Melhorar Identidade, design, distribuição e viabilidade da produção associada – PA ao turismo

Ação 2.10.1	Buscar associações e entidades de classe para mapear a produção associada ao turismo e formar parcerias para qualificação junto ao sistema S
Quando	Fevereiro a dezembro 2022
Responsável	Comitê
Como	-Buscar Associações e entidades para mapear; -Identificar a PA dos municípios; -Formar parcerias para qualificação junto ao sistema S; -Melhora a PA
Custo Previsto	R\$ 20 mil
Parceiros	Sistema S, Conventions, demais associações
Indicadores	Melhoria da qualidade da PA
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.10 Melhorar Identidade, design, distribuição e viabilidade da produção associada ao turismo

Ação 2.10.2	Identificar e analisar experiências da PA em outras regiões para desenvolver o projeto
Quando	Março 2022
Responsável	Comitê
Como	-Realizar buscas na internet visando benchmarking -Analisar experiências em regiões similares -Socializar com o grupo da PA
Custo Previsto	Sem custo
Parceiros	Sistema S, Conventions, demais associações
Indicadores	Benchmarking realizado e melhorias na PA
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 2.10 Melhorar Identidade, design, distribuição e viabilidade da produção associada ao turismo

Ação 2.10.3	Organizar um programa de melhorias na PA regional com SEBRAE
Quando	Março a dezembro 2022
Responsável	SEBRAE - Celso
Como	-Identificar os principais atores PA; -Qualificar as empresas; -Propiciar um programa de melhorias na PA.
Custo Previsto	R\$ 10 mil
Parceiros	CITMAR, Associações
Indicadores	Programa de melhorias implantado
Metas	
Obs.:	

3. Promoção e Comercialização

Estratégia: 3.1 Ordenar a oferta em segmentos de produto e serviços turísticos e públicos de interesse.

Ação 3.1.1	Desenvolver plano de divulgação e promoção para cada roteiro/ segmento organizado de forma integrada, identificando formadores de opinião, agências e operadores, segmento de turistas autoguiados.
Quando	Dezembro 2019
Responsável	Colegiado de Turismo
Como	-Reuniões e encontros com agentes envolvidos e parceiros, como a iniciativa privada -Preparar e capacitar agencias receptivas para representar e distribuir a Costa Verde & Mar
Custo Previsto	A verificar
Parceiros	SEBRAE e trade
Indicadores	Número de agencias, operadores e formadores de opinião preparadas e capacitadas Número de pacotes da região com roteiros integrados em operadoras nacionais
Metas	60 agencias, operadoras e formadores de opinião preparadas e capacitadas 02 pacotes da região com roteiros integrados em operadoras nacionais
Obs.:	

Estratégia: 3.1 Ordenar a oferta em segmentos de produto e serviços turísticos e públicos de interesse.

Ação 3.1.2	Desenvolver catálogo de serviços turísticos – onde dormir, comer e onde comprar”. Programa associado ao processo de capacitação, inovação e melhorias dos empreendimentos e experiências.
Quando	Julho de 2020 – Médio Prazo
Responsável	Comitê de planejamento
Como	-Organizar o catálogo de entretenimento da região utilizando o inventário turístico, coleta de dados, desenvolvimento e criação de lay-out; -Licitar; -Imprimir
Custo Previsto	100 a 200 mil
Parceiros	Trade e SEBRAE
Indicadores	Número de catálogos produzidos
Metas	50 mil catálogos produzidos
Obs.:	

Estratégia: 3.2 Utilizar técnicas de pesquisa para conhecer o mercado.

Ação 3.2.1	Monitorar e disseminar pesquisas com turistas já realizadas pela Costa Verde & Mar, municípios e empresas da região
Quando	Contínua/Executada
Responsável	Citmar e Secretarias
Como	- Divulgar através de releases e materiais para imprensa via AMFRI e secretarias municipais, bem como disponibilizar a tabulação e relatório das mesmas em sites e redes sociais e encaminhar para trade via mailing.
Custo Previsto	Sem custo
Parceiros	Secretarias Municipais e fundações / Comunicação da AMFRI e Prefeituras
Indicadores	Divulgar resultados das pesquisas
Metas	Ter os resultados divulgados anualmente em pelo menos três veículos de comunicação de abrangência regional
Obs.:	

Estratégia: 3.2 Utilizar técnicas de pesquisa para conhecer o mercado.

Ação 3.2.2	Manter atualizados os inventários para promover a oferta sempre atualizada
Quando	Contínua/Executada
Responsável	Citmar e Secretarias
Como	-Contato constante com o trade para atualizar informações e inserir novas empresas e contatos no software facileplan.
Custo Previsto	Sem custo
Parceiros	Secretarias Municipais e fundações e trade
Indicadores	Manter atualizado o inventário
Metas	Atualizar constantemente
Obs.:	

Estratégia: 3.2 Utilizar técnicas de pesquisa para conhecer o mercado.

Ação 3.2.3	Implantar um Sistema de sondagens junto ao mercado de agências e operadoras, hoje não operando no destino
Quando	Agosto 2019
Responsável	Comitê Planejamento
Como	-Aplicação de pesquisa com agencias e operadoras
Custo Previsto	R\$ 30 mil
Parceiros	SEBRAE, Secretarias, Observatório de turismo
Indicadores	Pesquisa – identificar o grau de conhecimento e oferta dos roteiros e destinos da região turística
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 3.3 Promover a Região em Feiras e Eventos.

Ação 3.3.1	Estimular a participação pública em feiras e eventos do setor. Parceria com governo de SC e demais entidades
Quando	Contínua/Executada
Responsável	Colegiado de Turismo e Comitê de Planejamento
Como	-Compra de stands, captações de eventos de interesse do colegiado, parcerias com governo de SC, Santur e outras entidades. Famtour e Press Trip
Custo Previsto	R\$ 120 mil
Parceiros	Trade (agencias, operadores), conventions e associações
Indicadores	Número de participação do trade nos eventos e feiras divulgando os produtos e a região
Metas	Ter a participação e parceria com o setor privado e público, e a promoção do mesmo (50 eventos)
Obs.:	

Estratégia: 3.3 Promover a Região em Feiras e Eventos.

Ação 3.3.2	Preparar e disseminar um calendário de feiras e eventos promocionais
Quando	Contínua/Executada
Responsável	Colegiado/ Comitê/ CITMAR - Viviam
Como	-Divulgar no site da Costa Verde & Mar e dos municípios -Divulgar junto as associações e Conventions Bureau
Custo Previsto	A verificar
Parceiros	SEBRAE, SANTUR, Conventions, Associações e municípios
Indicadores	100% das entidades envolvidas Fazer a divulgação do calendário
Metas	Maior número de entidades da região fazer a divulgação
Obs.:	

Estratégia: 3.4 Desenvolver e capacitar receptivos para roteiros segmentados integrando a região.

Ação 3.4.1	Promover uma rodada de negócios entre empresários da Costa Verde & Mar e receptivos da região
Quando	Executada
Responsável	CITMAR, Secretarias municipais
Como	-Realizada em parceria com o SEBRAE de forma itinerante em locais diferentes entre todos os municípios. Mesas de negócio de seis a oito pessoas com participação de mais de 40 empresários por rodada e produtos da Costa Verde & Mar.
Custo Previsto	verificar
Parceiros	SEBRAE, trade/ secretrias
Indicadores	Rodadas de Negócios com adesão do trade
Metas	40 empresas por rodada Realizar 03 rodadas
Obs.:	

Estratégia: 3.4 Desenvolver e capacitar receptivos para roteiros segmentados integrando a região.

Ação 3.4.2	Criar programa de receptivos, promovendo os roteiros integrados e segmentados da região – capacitar e acompanhar no mercado, introduzir produtos junto a operadores e agências
Quando	Dezembro 2020
Responsável	Comitê / colegiado
Como	-Reuniões, sensibilização e capacitação. Executar FanTur com agencias/ receptivos para promover os atrativos dos destinos de forma integrada. -Capacitação com operadores, contato com operadoras em feiras e eventos
Custo Previsto	R\$ 100 mil
Parceiros	Secretarias de turismo, Sebrae, Trade
Indicadores	- Aumentar a comercialização dos roteiros e diminuir a sazonalidade - Estar presente nas ofertas de pacotes de operadoras como região turística
Metas	Ter pelo menos 1 pacote em 10 agências/operadoras nacionais
Obs.:	

Estratégia: 3.4 Desenvolver e capacitar receptivos para roteiros segmentados integrando a região.

Ação 3.4.3	Desenvolver e distribuir roteiros, passeios e experiências turísticas
Quando	Contínua/Executada
Responsável	CITMAR, Secretarias municipais
Como	-Os roteiros são desenvolvidos a partir das reuniões e temáticas levantadas nas reuniões do consórcio, sendo que já existem os roteiros Cultural, de Ecoturismo e Turismo de Aventura, Cicloturismo, Guia do Turismo Náutico. Os roteiros, passeios e experiências são divulgados nos postos/centros de atendimento/informações turísticas, bem como em feiras, eventos e divulgação em mídias (redes sociais e outras).
Custo Previsto	verificar
Parceiros	SEBRAE, trade/ secretarias
Indicadores	Oferecer ao turista/visitante a oportunidade de experiências diferenciadas
Metas	Consolidar os quatro roteiros integrados já existentes
Obs.:	

Estratégia: 3.5 Planejar e executar a comunicação da Costa Verde & Mar, fortalecendo o posicionamento.

Ação 3.5.1	Promover a integração na promoção, de forma cooperada e coordenada, com diferentes player privados e públicos, somando recursos e focada no público final. Convocar atores do turismo para planejamento das ações de marketing entre setores.
Quando	Em execução/ contínuo
Responsável	CITMAR
Como	-Elaboração do plano de marketing, oficinas e workshops, reuniões e encontros. Compartilhamento de informações.
Custo Previsto	R\$ 70 mil
Parceiros	SEBRAE e Prisma Trade
Indicadores	Plano de Marketing finalizado + atores conscientizados da importância da integração da promoção do destino/ região.
Metas	Concluir o PM até final de 2018
Obs.:	

Estratégia: 3.5 Planejar e executar a comunicação da Costa Verde & Mar, fortalecendo posicionamento.

Ação 3.5.2	Criar campanha de marketing digital divulgando parceiros e usando ferramentas online e off-line em sincronia.
Quando	Em execução/ contínua
Responsável	CITMAR, oficina das Palavras
Como	-Através do contrato com assessoria de imprensa
Custo Previsto	R\$ 24 mil
Parceiros	Empreendimentos e atrativos privados/Oficina das Palavras
Indicadores	Ter campanha para alta e baixa temporadas
Metas	Alcançar público nas diversas regiões do Brasil e do Mercosul
Obs.:	

Estratégia: 3.6 Manter informações sobre a região disponíveis para abastecer os CATs e distribuir em pontos de passagem de Turistas.

Ação 3.6.1	Monitorar e acompanhar a atualização dos novos materiais em andamento e manter um processo contínuo de atualização e novos produtos e serviços turísticos.
Quando	Contínua/Executada
Responsável	CITMAR/ Vivian e as secretarias de turismo
Como	-Pesquisa de campo, atualização do inventário turístico (sistema) e pesquisas na internet, licitações dos novos materiais
Custo Previsto	A verificar
Parceiros	Secretarias de turismo, comitê de planejamento e o trade
Indicadores	Número de materiais atualizados novos Número de atualizações modificadas no sistema
Metas	Atualizar os materiais 1 vez ao ano e atualizar as informações do sistema diariamente/ mensal
Obs.:	

Estratégia: 3.6 Manter informações sobre a região disponíveis para abastecer os CATs e distribuir em pontos de passagem de Turistas.

Ação 3.6.2	Criar novos instrumentos de divulgação das informações e preparar campanhas de conteúdo através de redes sociais e ações off-line, tais como: e-mail marketing, boletins, vídeos, jogos, postagens, etc
Quando	Contínua/Executada
Responsável	Comitê, CITMAR, Secretarias de turismo
Como	-Através das assessorias de imprensa do CITMAR e Secretarias de turismo, tais como: e-mail marketing, boletins, vídeos, jogos, postagens, etc
Custo Previsto	verificar
Parceiros	SEBRAE, CITMAR e Secretarias de Turismo
Indicadores	Utilizar diferentes ferramentas para divulgação
Metas	Divulgar mensalmente
Obs.:	

Estratégia: 3.6 Manter informações sobre a região disponíveis para abastecer os CATs e distribuir em pontos de passagem de Turistas.

Ação 3.6.3	Projeto de ponto de mostra e promoção de Produção Associada ‘Vitrines de produtos regionais’.
Quando	Novembro de 2019
Responsável	Secretarias e Comitê
Como	-Cada município deve fornecer aos demais, produtos desenvolvidos por artistas e comunidade local, aproveitando os produtos do turismo de experiência. Cada município deve organizar sua estrutura de acordo com o padrão determinada pelo colegiado.
Custo Previsto	R\$ 50 mil
Parceiros	Secretaria, trade, cultura, artista, comunidade
Indicadores	Apresentar para o turista a cultura e os produtos locais
Metas	Incentivara procura e compra de produtos locais promovendo geração de renda para a comunidade.
Obs.:	

Estratégia: 3.7 Participar, apoiar e captar eventos nacionais e internacionais com representatividade, que usem a marca e promovam a Costa Verde & Mar junto aos parceiros públicos e privados da região.

Ação 3.7.1	Aproveitar os eventos existentes nos municípios p/ promoção da região (apoiar a captação de eventos)
Quando	Contínua/ já executada
Responsável	CITMAR
Como	- Compartilhamento do calendário de eventos e cessão de espaço, distribuição de materiais, informações e orientações. - Utilizar a marca da Região Turística Costa Verde & Mar nos materiais de divulgação dos eventos
Custo Previsto	R\$ 20 mil
Parceiros	Secretarias municipais/realizadores de eventos
Indicadores	Participar/ estar presente em eventos de grande porte dos municípios da AMFRI
Metas	Ter visibilidade da marca em todos os eventos e estar presente em pelo menos 1 grande evento por município
Obs.:	

Estratégia: 3.7 Participar, apoiar e captar eventos nacionais e internacionais com representatividade, que usem a marca e promovam a Costa Verde & Mar junto aos parceiros públicos e privados da região.

Ação 3.7.2	Fomentar a utilização da marca da Região Turística Costa Verde & Mar junto aos atores e parceiros.
Quando	Contínua/ já executada
Responsável	CITMAR
Como	- Compartilhamento do manual orientativo do uso da marca; - Reforçar a importância do uso da marca Região Turística Costa Verde & Mar nos materiais de divulgação e institucionais dos parceiros, em especial das Prefeituras, Secretarias e Fundações de Turismo.
Custo Previsto	Sem custo
Parceiros	Prefeituras, Secretarias e Fundações de Turismo
Indicadores	Fortalecer o uso e o reconhecimento da marca e, conseqüentemente, da Região Turística
Metas	Utilização da marca em todos os materiais de divulgação turística dos atores da região
Obs.:	

Estratégia: 3.7 Participar, apoiar e captar eventos nacionais e internacionais com representatividade, que usem a marca e promovam a Costa Verde & Mar junto aos parceiros públicos e privados da região.

Ação 3.7.3	Participar de ações de captação e promoção dos eventos promovidos na região
Quando	Contínua/em andamento
Responsável	CITMAR/ AMFRI
Como	-Contatos com promotores de eventos, reuniões e encontros entre municípios; viagens e visitas técnicas
Custo Previsto	verificar
Parceiros	Promotores de eventos/Prefeituras/ Entidades de classe
Indicadores	Auxiliar na captação de eventos de grande porte
Metas	Captar 02 eventos ao ano
Obs.:	

Estratégia: 3.8 Planejar o uso das ferramentas do projeto INOVAMFRI

Ação 3.8.1	Planejar o lançamento e distribuição dos carregadores de celular e divulgação
Quando	Executada
Responsável	CITMAR e Secretarias
Como	-Cada Secretaria de turismo dos municípios da AMFRI/ Costa Verde & Mar recebeu dois totens de carregadores de celular para serem utilizados em postos de informações turísticas e pontos de movimento turístico
Custo Previsto	
Parceiros	SEBRAE/ INOVAMFRI
Indicadores	Disponibilizar os carregadores para os turistas
Metas	Distribuir em todos os municípios
Obs.:	

Estratégia: 3.8 Planejar o uso das ferramentas do projeto INOVAMFRI

Ação 3.8.2	Planejar a utilização dos óculos RV para promover a Costa Verde & Mar para os públicos internos e externos
Quando	Contínua/executada
Responsável	CITMAR e Secretarias
Como	-Associar a utilização dos óculos com os eventos em que o CITMAR está presente para disponibilizar os óculos, sendo levado em consideração as condições de espaço e tempo do evento.
Custo Previsto	
Parceiros	SEBRAE/ INOVAMFRI
Indicadores	Utilizar a tecnologia na divulgação do destino em eventos e feiras
Metas	Levar a tecnologia para todos s eventos onde for possível
Obs.:	

Estratégia: 3.8 Planejar o uso das ferramentas do projeto INOVAMFRI

Ação 3.8.3	Planejar a distribuição e a promoção dos vídeos em momentos estratégicos – internet, eventos, CAT
Quando	Contínua/Executada
Responsável	CITMAR e Secretarias
Como	-Veicular/ transmitir o vídeo da Costa Verde & Mar em eventos promovidos pelas secretarias de turismo, pela AMFRI e naqueles que esses apoiarem, em que for cabível, assim como capacitações em feiras. Distribuir o vídeo no formato pncard em eventos e nas redes sociais.
Custo Previsto	Sem custo
Parceiros	SEBRAE/ INOVAMFRI
Indicadores	Transmitir o vídeo para o maior número de pessoas possível
Metas	Que pelo menos 2 mil tenham assistido o vídeo por ano
Obs.:	

Estratégia: 3.8 Planejar o uso das ferramentas do projeto INOVAMFRI

Ação 3.8.4	Planejar a utilização do novo banco de imagens (fotos) dos atrativos da Costa verde & Mar
Quando	Contínua/executada
Responsável	CITMAR, Secretarias
Como	-Reuniões do comitê de planejamento para que as fotos possam ser utilizadas de forma atrativa para os destinos em materiais como roteiros e revistas.
Custo Previsto	
Parceiros	SEBRAE, INOVAMFRI
Indicadores	Divulgar a Costa Verde & Mar através de imagens
Metas	Utilizar todas as imagens do banco
Obs.:	

Estratégia: 3.8 Planejar o uso das ferramentas do projeto INOVAMFRI

Ação 3.8.5	Planejar o lançamento e distribuição do jogo digital da Costa Verde & Mar
Quando	Contínua
Responsável	CITMAR e Secretarias
Como	-A distribuição do jogo será feita simultaneamente do projeto do turismo na Escola e de forma contínua, sempre motivando os jovens
Custo Previsto	
Parceiros	SEBRAE/ INOVAMFRI
Indicadores	Crianças e jovens utilizando o jogo
Metas	Divulgar para todos os alunos da rede pública de ensino de todos os municípios da AMFRI
Obs.:	

4. Gestão do Marketing

Estratégia: 4.1 Informar a população local sobre os atrativos Turísticos e conscientizar sobre os benefícios do turismo.

Ação 4.1.1	Campanha de divulgação usando os óculos RV, vídeos, fotos e jogo digital.
Quando	Em andamento
Responsável	CITMAR e SECTUR
Como	-Os municípios utilizam em eventos próprios, feiras, congressos
Custo Previsto	
Parceiros	CITMAR e SECTUR
Indicadores	Utilizar a tecnologia para divulgar o turismo da região
Metas	Monitorar a quantidade de vezes que o vídeo é exibido.
Obs.:	

Estratégia: 4.1 Informar a população local sobre os atrativos Turísticos e conscientizar sobre os benefícios do turismo.

Ação 4.1.2	Campanhas nas escolas sobre o funcionamento da cadeia e o impacto do turismo.
Quando	Em andamento
Responsável	SECTUR, CITMAR, Secretaria de Educação, Colegiado de Educação
Como	-Marcar reuniões com as secretarias, criar comitês para execução do projeto.
Custo Previsto	
Parceiros	SECTUR, CITMAR, Secretaria de Educação, Colegiado de Educação, MTur, Sol e outros a definir
Indicadores	Realização do projeto nos municípios
Metas	
Obs.:	Reformulação das ações: “Realizar gincana Costa Verde & Mar. (Virtual). Dia da Recreação.

Estratégia: 4.1 Informar a população local sobre os atrativos Turísticos e conscientizar sobre os benefícios do turismo.

Ação 4.1.3	Campanha em Mídia local apresentando os atrativos da região.
Quando	Junho 2019
Responsável	Colegiado de comunicação
Como	-Contratar uma agência para produzir materiais (jornal, rádio e tv); -Contratar anúncios nas mídias locais com o objetivo de divulgar os atrativos da região p/ o ano inteiro;
Custo Previsto	R\$ 200 mil
Parceiros	Secretarias Municipais e Trade
Indicadores	Promover a região fora da temporada
Metas	Atrair visitantes e reduzir a sazonalidade.
Obs.:	

Estratégia: 4.2 Desenvolver grupo público/privado para gestão da marca turística e executar o Plano de Marketing.

Ação 4.2.1	Utilizar a IGR Costa Verde & Mar para acompanhamento da execução do Plano de Marketing.
Quando	Até dezembro de 2018
Responsável	CITMAR e IGR e novos parceiros
Como	-Marcar a reunião e convidar parceiros
Custo Previsto	Não tem
Parceiros	IGR, CITMAR, e novos parceiros
Indicadores	Formação e execução do grupo
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 4.2 Desenvolver grupo público/privado para a gestão da marca turística e executar o Plano de Marketing.

Ação 4.2.2	Instituir comitês integrados de projetos
Quando	Até novembro de 2018
Responsável	CITMAR e IGR
Como	-Organizar os grupos e agendar reuniões.
Custo Previsto	Não tem
Parceiros	CITMAR, IGR
Indicadores	
Metas	Instituir os comitês
Obs.:	

Estratégia: 4.2 Desenvolver grupo público/privado para a gestão da marca turística e executar o Plano de Marketing.

Ação 4.2.3	Realizar reuniões periódicas de monitoramento do Plano de Marketing
Quando	Até setembro de 2019
Responsável	IGR
Como	-Marcar reuniões bimestrais
Custo Previsto	Sem custo
Parceiros	IGR
Indicadores	Monitorar o plano
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 4.2 Desenvolver grupo público/privado para a gestão da marca turística e executar o Plano de Marketing.

Ação 4.2.4	Desenvolver relatório de acompanhamento e execução semestral do plano
Quando	A partir de setembro 2019
Responsável	IGR
Como	-Marcar reuniões -Preparar relatórios
Custo Previsto	Não tem
Parceiros	IGR
Indicadores	Apresentar o relatório
Metas	
Obs.:	

Estratégia: 4.3 Informar população local sobre os atrativos

Ação 4.3.1	Implantar e operacionalizar Programa de reconhecimento de atrativos regionais “Turista - Cidadão
Quando	A partir de junho 2019
Responsável	CITMAR, SECTUR, entidades de classes, empreendimentos, Sebrae
Como	-City Tour na Costa Verde & Mar, óculos RV, campanhas
Custo Previsto	A definir
Parceiros	CITMAR, SECTUR, entidades de classes, empreendimentos, Sebrae
Indicadores	Levar informação ao maior número de pessoas
Metas	
Obs.:	Juntar com o programa de hospitalidade

Estratégia: 4.3 Informar população local sobre os atrativos

Ação 4.3.2	Programa de Hospitalidade com a população e associação “Turista – Cidadão”.
Quando	Até 2022
Responsável	colegiado
Como	-Elaborar campanhas em redes sociais de envolvimento com a comunidade; -Promover capacitações e encontros com associações e entidades de classe; -Promover ações nas escolas.
Custo Previsto	R\$ 30 mil
Parceiros	Associações, escolas, entidades de classe
Indicadores	Envolver a comunidade na promoção e conhecimento e orgulho da região.
Metas	Tornar os destinos e suas comunidades cientes da importância do turismo para as cidades.
Obs.:	

