

# MAPA DO PLANO DE MARKETING TURÍSTICO 2021/25 – IMBITUBA SC

1

## DIRECIONAMENTO

### IMBITUBA

#### OBJETIVOS DO PLANO

1. Planejar a organização, a qualificação e a ampliação da oferta de produtos e serviços turísticos do destino.
2. Definir o posicionamento de mercado e o plano de promoção da identidade do destino.
3. Planejar estratégias para aumento do fluxo de turistas durante o ano todo, incrementando a baixa temporada.
4. Qualificar o perfil e a permanência dos turistas por meio da diversificação de atrativos.
5. Identificar, desenvolver e capacitar produtos, serviços e roteiros turísticos no território.
6. Valorizar e promover a cultura e produção associada.
7. Estruturar um grupo de trabalho para gestão da marca de Imbituba no mercado turístico.

#### VISÃO DE FUTURO PARA PLANO DE MARKETING

Ser reconhecida, até 2025, como um destino referência no turismo de observação de baleias, oferecendo produtos e serviços sustentáveis, que valorizem a diversidade cultural, fomentem a preservação do meio ambiente e promovam a qualidade de vida da comunidade.

#### PRESSUPOSTOS DO PLANO

Comprometimento para a sustentabilidade  
Organização para Regeneração  
Cooperação para a Inovação

#### BRANDING - HABITAT 4.0

Missão da Marca:

Proporcionar experiências diferenciadas e oferecer uma grande diversidade de atrações turísticas

Visão:

Ser reconhecido como destino de referência no turismo de observação de baleias e sol e mar no cenário nacional.

Promessa da Marca:

Despertar o desejo de conhecer novos lugares e ter novas experiências e aventuras nas pessoas que visitam e moram em Imbituba.

Valores da Marca:

Paixão por aventura / Orgulho de pertencer / Prazer em acolher  
Respeito pela natureza / Incentivo ao esporte

## POSICIONAMENTO DE IMBITUBA - SC

Conhecida como a Capital Nacional da Baleia, Imbituba é uma acolhedora cidade localizada no centro da Área de Proteção Ambiental da Baleia Franca, no litoral sul de Santa Catarina.

Cidade pacata e acolhedora, com um povo que conserva a tradição de seus ancestrais, Imbituba é um lugar onde há uma perfeita harmonia entre o homem e a natureza.

Com paisagens deslumbrantes repletas praias, trilhas, lagoas e dunas, o destino possui experiências tanto para aqueles que buscam descanso quanto para quem procura praias ideais para a prática de esportes.

São ao todo nove praias paradisíacas, entre elas a Praia do Rosa, considerada internacionalmente como uma das mais lindas baías do mundo. O destino oferece um rico cardápio de atrativos para atender aos visitantes na temporada de julho a novembro — período em que a região se transforma no berçário da Baleia Franca.

Além desse espetáculo, Imbituba oferece um rico patrimônio histórico e cultural, gastronomia típica baseada em frutos do mar, opções de compras e inúmeros hotéis e pousadas.

## POSICIONAMENTO DAS PRAIAS

### PRAIA DO ROSA

Destino internacional, a Praia do Rosa é uma das mais belas baías do mundo, perfeita para quem busca experiências cosmopolitas e surpreendentes com grande ligação com a natureza. Misturando o despojado ao tradicional, a Praia do Rosa, oferece opções de alta gastronomia, com restaurantes excelentes e bares divertidos.

### PRAIA DA VILA

Destino de surf, com uma das melhores ondas do Brasil. Um balneário sossegado e acessível para famílias e pessoas que buscam contato com a natureza sem abrir mão do conforto da cidade.

### PRAIA DE IBIRAQUERA

Destino regional para famílias e praticantes de esportes aquático, como o kite surf e o wind surf. Além disso, oferece culinária típica, pescaria, passeios pela lagoa e tranquilidade.

### PRAIA DA RIBANCEIRA

Berçário das baleias francas e parque ambiental com belas dunas.

### PRAIA DE ITAPIRUBA

Praia ainda muito preservada, que parece ter parado no tempo, permitindo um contato com uma natureza ainda pouco conhecida, guardando tesouros como lagoa, as dunas e um promontório com trilha bem marcada. É um polo para observação de baleias e roteiros de natureza, e onde fica o Instituto Australis com o Centro Nacional de Conservação da Baleia Franca.

## DIRECIONAMENTO

### SEGMENTOS TURÍSTICOS

**SOL E PRAIA**  
Segmento-Âncora

Segmento já reconhecido – manter investimentos em infraestrutura, serviços e entretenimento, assim como ordenamento de praias e monitoramento constante, banheiros, estacionamentos, áreas de lazer – organizando a oferta das principais praias (Rosa, Ibiraquera, Itapirubá, Vila e Ribanceira). A Praia do Rosa é conhecida internacionalmente com uma das mais lindas baías do mundo – merece projeto de ordenamento e ser divulgado como produto nobre do portfólio turístico.

**ECOTURISMO**  
Segmento-Âncora

Investir em estrutura nas trilhas – sinalização e preparação – para atividades esportivas e principalmente para avistagem de Baleias por terra (mirantes para a observação);

Investir em estrutura para Ibiraquera, formatação de trilhas para caminhadas e contemplação, assim como estrutura para a prática de esportes como windsurf e kitesurf/eventos.

Investir em estrutura para Itapirubá – onde fica o Instituto Australis - Centro Nacional de Observação da Baleia Franca.

- Organizar a oferta das atividades de ecoturismo e turismo e turismo de aventura, por praia, e fazer ordenação de serviços, que ainda são limitados para depois fazer a promoção.

**TURISMO CULTURAL**  
Segmento Complementar

Desenvolver os produtos culturais como complementares ao sol e praia e temporada da baleia – investir em artesanato, eventos culturais e resgatar os saberes e fazeres das comunidades. Importante legado relacionado à Baleia Franca - qualificar os serviços na temporada e incrementar a Semana da Baleia Franca com foco no turismo.

- Desenvolver e promover Turismo de Base Comunitária.
- Desenvolver o Turismo Gastronômico Local.

**OUTROS: ESPORTES, BEM ESTAR, HOME OFICCE, NEGÓCIOS.**

Depois de fortalecer segmentos prioritários fazer diagnóstico dos segmentos potenciais e aplicar a roteirização.

## ESTRATÉGIAS DE COMPETITIVIDADE

### PUBLICO-ALVO DO PLANO DE MARKETING TURÍSTICO

TURISTAS – FAMILIAS, CASAIS, ECOTURISTAS E ESPORTISTAS  
MORADORES – VERANISTAS

TRADE TURISTICO: HOSPEDAGEM, ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS, RECEPTIVOS, TERCEIRO SETOR

INSITUCIONAL: SETUR, COMTUR, SANTUR, ICMBIO, MINISTÉRIO DO TURISMO, ABETA, ABAV, ASSOCIAÇÕES LOCAIS, REGIONAIS E FEDERAIS QUE ENVOLVEM O SETOR TURÍSTICO.  
CÂMARA DE VEREADORES

FORMADORES DE OPINIÃO – IMPRENSA, BLOGS DE VIAGEM, LIDERANÇAS EMPRESARIAIS.

### ESTRATÉGIAS E AÇÕES

### GESTÃO DO MARKETING

1. Criar grupo de trabalho para gestão da marca turística e do Plano de Marketing.
2. Fazer a gestão da marca em cada polo turístico/praias.
3. Concentrar esforços em promoção em lançamento de temporadas.
4. Estimular ações conjuntas público-privadas de desenvolvimento e promoção turística.
5. Conscientizar comunidade sobre os benefícios do turismo para o município.
6. Monitoramento, pesquisas com informações para a tomada de decisão.
7. Articular ações concretas e urgentes para a contenção do crescimento desordenado.

### ESTRATÉGIAS E AÇÕES

### PRODUTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

1. Melhorar os produtos e serviços turísticos de Imbituba e nas praias.
2. Fazer e manter atualizado Inventário da oferta turística atrativos e serviços que atendem o turista.
3. Qualificação e expansão de pontos de informações turísticas.
4. Projeto dirigido aos meios de hospedagem.
5. Profissionalizar e capacitar prestadores para o ecoturismo e de turismo de aventura.
6. Qualificar e inovar na gastronomia regional.
7. Reativar o Museu da Baleia Franca – e modernizar as exposições.
8. Projeto de ordenação e sinalização de trilhas e áreas de avistamento de baleias.
9. Implantar um Centro Artesanal de Imbituba

## DIRECIONAMENTO

### SEGMENTOS TURÍSTICOS

#### SOL E PRAIA Segmento-Âncora

Segmento já reconhecido – manter investimentos em infraestrutura, serviços e entretenimento, assim como ordenamento de praias e monitoramento constante, banheiros, estacionamentos, áreas de lazer – organizando a oferta das principais praias (Rosa, Ibiraquera, Itapirubá, Vila e Ribanceira). A Praia do Rosa é conhecida internacionalmente com uma das mais lindas baías do mundo – merece projeto de ordenamento e ser divulgado como produto nobre do portfólio turístico.

#### ECOTURISMO Segmento-Âncora

Investir em estrutura nas trilhas – sinalização e preparação – para atividades esportivas e principalmente para avistagem de Baleias por terra (mirantes para a observação);

Investir em estrutura para Ibiraquera, formatação de trilhas para caminhadas e contemplação, assim como estrutura para a prática de esportes como windsurf e kitesurf/eventos.

Investir em estrutura para Itapirubá – onde fica o Instituto Australis - Centro Nacional de Observação da Baleia Franca.

- Organizar a oferta das atividades de ecoturismo e turismo e turismo de aventura, por praia, e fazer ordenação de serviços, que ainda são limitados para depois fazer a promoção.

#### TURISMO CULTURAL Segmento Complementar

Desenvolver os produtos culturais como complementares ao sol e praia e temporada da baleia – investir em artesanato, eventos culturais e resgatar os saberes e fazeres das comunidades. Importante legado relacionado à Baleia Franca - qualificar os serviços na temporada e incrementar a Semana da Baleia Franca com foco no turismo.

- Desenvolver e promover Turismo de Base Comunitária.
- Desenvolver o Turismo Gastronômico Local.

#### OUTROS: ESPORTES, BEM ESTAR, HOME OFFICE, NEGÓCIOS.

Depois de fortalecer segmentos prioritários fazer diagnóstico dos segmentos potenciais e aplicar a roteirização.

## ESTRATÉGIAS DE COMPETITIVIDADE

### PUBLICO-ALVO DO PLANO DE MARKETING TURÍSTICO

TURISTAS – FAMILIAS, CASAIS, ECOTURISTAS E ESPORTISTAS  
MORADORES – VERANISTAS

TRADE TURISTICO: HOSPEDAGEM, ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS, RECEPTIVOS, TERCEIRO SETOR

INSITUCIONAL: SETUR, COMTUR, SANTUR, ICMBIO, MINISTÉRIO DO TURISMO, ABETA, ABAV, ASSOCIAÇÕES LOCAIS, REGIONAIS E FEDERAIS QUE ENVOLVEM O SETOR TURÍSTICO.  
CÂMARA DE VEREADORES

FORMADORES DE OPINIÃO – IMPRENSA, BLOGS DE VIAGEM, LIDERANÇAS EMPRESARIAIS.

### ESTRATÉGIAS E AÇÕES

### GESTÃO DO MARKETING

1. Criar grupo de trabalho para gestão da marca turística e do Plano de Marketing.
2. Fazer a gestão da marca em cada polo turístico/praias.
3. Concentrar esforços em promoção em lançamento de temporadas.
4. Estimular ações conjuntas público-privadas de desenvolvimento e promoção turística.
5. Conscientizar comunidade sobre os benefícios do turismo para o município.
6. Monitoramento, pesquisas com informações para a tomada de decisão.
7. Articular ações concretas e urgentes para a contenção do crescimento desordenado.

### ESTRATÉGIAS E AÇÕES

### PRODUTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

1. Melhorar os produtos e serviços turísticos de Imbituba e nas praias.
2. Fazer e manter atualizado Inventário da oferta turística atrativos e serviços que atendem o turista.
3. Qualificação e expansão de pontos de informações turísticas.
4. Projeto dirigido aos meios de hospedagem.
5. Profissionalizar e capacitar prestadores para o ecoturismo e de turismo de aventura.
6. Qualificar e inovar na gastronomia regional.
7. Reativar o Museu da Baleia Franca – e modernizar as exposições.
8. Projeto de ordenação e sinalização de trilhas e áreas de avistamento de baleias.
9. Implantar um Centro Artesanal de Imbituba