COLEÇÃO DE ESTUDOS

Volume 0

Programa de Promoção do Destino Turístico de Morretes

Apresentação e processo participativo

Prefeitura Municipal de Morretes
SECTUR e COMTUR
Outubro de 2026

O Programa

O Programa organiza as ações de promoção turística de Morretes a partir do conhecimento do território e da participação de quem vive e se relaciona com a cidade.

O que buscamos

Valorizar a identidade e dar visibilidade à diversidade de experiências do município.

Estimular a permanência e o retorno dos visitantes, com circulação por diferentes áreas do território.

A Prefeitura, por meio da SECTUR, conduz o trabalho em conjunto com o COMTUR.

A construção da Marca Morretes

Place branding é o trabalho de reconhecer a identidade de um lugar e cuidar de como ela se expressa nas experiências, na comunicação e na reputação do destino.

Identidade

O que torna Morretes reconhecível para quem a vive.

Proposta de valor

O que a experiência oferece ao visitante e ao território.

Narrativas

As histórias e os temas que dão sentido à comunicação.

Posicionamento

Como o destino quer ser reconhecido e escolhido.

Públicos prioritários

Com quem queremos dialogar em cada ação.

Identidade visual

Logotipo, cores, tipografia e sistema de símbolos.

Como o trabalho se organiza

01

Conhecer o destino

Reunir estudos sobre a oferta, a imagem e as oportunidades.

02

Ouvir as pessoas

Conhecer percepções, memórias, expectativas e desafios.

03

Definir prioridades

Escolher objetivos e públicos para orientar a promoção.

04

Consolidar a marca

Alinhar posicionamento, proposta de valor, narrativas e expressão visual.

05

Organizar a promoção

Apresentar experiências e planejar canais, conteúdos e campanhas.

06

Acompanhar resultados

Observar as respostas e ajustar o trabalho ao longo do tempo.

Essas frentes se complementam e podem avançar em paralelo.

Fala, Morretes!

A marca começa com a nossa voz

A campanha convidou moradores, visitantes e pessoas com diferentes vínculos com Morretes a contar o que a cidade significa para elas.

O questionário reuniu percepções sobre a identidade local, os símbolos, os sentimentos, o futuro desejado e os desafios do turismo.



Registro da campanha de mobilização nos canais da Prefeitura.

A mobilização para participar

Vídeos, publicações, cartazes com QR Code, WhatsApp e parceiros locais ajudaram a levar o convite a diferentes pessoas.



Pessoas ligadas ao território



Identidade da campanha



Informação sobre a marca

A pesquisa de escuta pública

865

participações

14 de agosto a
26 de setembro de 2026

54,2%
moradores

22,8%
visitantes

23,0%
outros vínculos com Morretes

A participação foi voluntária. Os resultados descrevem quem respondeu e não representam estatisticamente toda a população.

A Oficina Ampliada

30 de setembro de 2026, na Estação das Artes.
28 participantes trabalharam em cinco mesas.



Convite público



Encontro para discutir os resultados e construir contribuições para a marca.

As contribuições no Mural da Marca



As mesas trabalharam cinco elementos:

Identidade

Posicionamento

Proposta de valor

Narrativas

Símbolos

O mural reuniu as contribuições e permitiu visualizar convergências para o aprofundamento técnico.

Como a escuta orienta o Programa

O que as pessoas reconhecem

Natureza, rios, montanhas, sabores, histórias e modos de viver oferecem referências para a identidade e para as narrativas do destino.

O que as pessoas desejam

As expectativas de futuro e os desafios apontados ajudam a discutir prioridades e a relação entre a promoção e o cuidado com o território.

A equipe técnica cruza essas contribuições com os estudos da oferta e do mercado. O COMTUR participa do debate e da validação das escolhas.

O Programa na prática

Comunicação e promoção

Marca, site, redes sociais, banco de imagens e campanhas com uma orientação comum.

Experiência do visitante

Informações, roteiros e sinalização que ajudem a descobrir o território e acessar as experiências.

Inteligência turística

Dados e estudos para conhecer a oferta, compreender os públicos e acompanhar os resultados.

A coleção de estudos

Os estudos do Programa serão publicados em vários volumes, reunindo diagnósticos, pesquisas e outras leituras sobre Morretes.

Para o Programa

As publicações irão subsidiar a construção e o aperfeiçoamento do Programa de Promoção, orientando escolhas com base no conhecimento do território.

Para quem atua no turismo

Empreendedores e profissionais do turismo poderão utilizar os estudos para gerar conhecimento sobre o território e apoiar o planejamento de suas iniciativas.

Ficha técnica

Realização

Prefeitura Municipal de Morretes
Secretaria Municipal de Cultura e Turismo
Conselho Municipal de Turismo de Morretes

Supervisão institucional

Gilton Dias Júnior
Secretário Municipal de Cultura e Turismo

Coordenação técnica e organização

Anna Carolina Vargas de Faria
Turismóloga e Diretora de Projetos

Colaboração técnica

Richardson F. Nascimento
Diretor de Turismo

Participação

Moradores, visitantes, empreendedores, trabalhadores, parceiros locais e integrantes do COMTUR.

Fontes e registros

Programa de Promoção Turística, Relatório Consolidado, Vozes de Morretes e Relatório da Oficina Ampliada, 2026. Imagens da campanha e da oficina fornecidas pela equipe do Programa.