

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Setor Náutico do Município de Tijucas - SC

FASE 3

Plano de Ação do Setor Náutico do Município

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SANTA CATARINA – SEBRAE - SC

**PLANO ESTRATÉGICO DE DESENVOLVIMENTO DO SETOR NÁUTICO DO
MUNICÍPIO DE TIJUCAS - SC**

Fase 3: Plano de Ação do Setor Náutico do Município

FICHA TÉCNICA

CONSELHO DELIBERATIVO DO SEBRAE/SC

Sergio Alexandre Medeiros
Presidente

Alaor Francisco Tissot
Vice-Presidente

Entidades

Agência de Fomento do Estado de Santa Catarina – BADESC
Banco do Brasil S.A. – BB
Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul – BRDE
Caixa Econômica Federal – CAIXA
Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Santa Catarina – FAESC
Federação das Associações de Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina – FAMPESC
Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina – FACISC
Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas de Santa Catarina – FCDL
Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina – FIESC
Federação do Comércio do Estado de Santa Catarina – FECOMÉRCIO
Fundação Centros de Referência em Tecnologias Inovadoras – CERTI
Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico Sustentável – SDS
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE
Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI/DR-SC
Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

DIRETORIA EXECUTIVA

Carlos Guilherme Zigelli
Diretor Superintendente

Anacleto Ângelo Ortigara
Diretor Técnico

Sérgio Fernandes Cardoso
Diretor Administrativo Financeiro

UNIDADE DE ATENDIMENTO COLETIVO – SC

Ricardo Monguilhott de Brito
Gerente

Alan D. Claumann
Coordenador Estadual da Carteira de Turismo

Roberto Tavares de Albuquerque
Coordenador Geral de Projetos de Atendimento Coletivo

COORDENADORIA REGIONAL DA GRANDE FLORIANÓPOLIS

Soraya Tonelli
Coordenadora Regional da Grande Florianópolis

Simone Amorim Pereira Cabral
Gestora Regional de Turismo da Grande Florianópolis

Alides Sgrott
Coordenador da Regional Foz do Itajaí

EQUIPE TÉCNICA

Rafael Andreguetto
Diretor RCL | Ideias, Negócios e Turismo

Letícia Tonetto
Consultora RCL | Ideias, Negócios e Turismo

Carolina Carvalho
Consultora RCL | Ideias, Negócios e Turismo

SUMÁRIO

1.	APRESENTAÇÃO.....	5
1.1.	OBJETIVOS	6
1.1.1.	Objetivo Geral	6
1.1.2.	Objetivos Específicos.....	6
2.	INTRODUÇÃO	7
3.	PLANO DE AÇÃO	8
4.	MONITORAMENTO.....	23
5.	CONCLUSÃO	24

1. APRESENTAÇÃO

A cadeia produtiva náutica no Brasil tem propensão para gerar empregos em todos os seus elos e, por isso, possui um potencial de impacto social muito importante, pois além da geração de emprego, distribuição de renda e desenvolvimento social, também dispõe de inúmeras possibilidades de negócios para as micros e pequenas empresas.

Nos últimos 10 anos o mercado náutico brasileiro apresentou as maiores taxas de crescimento do mundo, cerca de 10% ao ano (Bote, 2014). Como descrito por Eduardo Colunna, presidente da Associação Brasileira dos Construtores de Barcos e Seus Implementos – ACOBAR, “nossa potencial é imenso e internacionalmente reconhecido, como evidencia o recente interesse de grandes empresas multinacionais do setor náutico em estabelecer conexões no Brasil. À indústria nacional está diante de desafios e oportunidades igualmente inéditos, e para fazer frente a eles deve demonstrar sua capacidade de utilizar as ferramentas que o mercado exige: informação consistente, raciocínio estratégico e talento humano” (ACOBAR, 2012).

Nos últimos anos, um grande número de marcas internacionais começou a perceber o Brasil como um mercado de alto potencial, principalmente diante da crise econômica que afeta os países centrais, como a comunidade do Euro. Santa Catarina já é destaque no setor náutico do país com grandes empresas instaladas no estado. E o município de Tijucas localizado na Grande Florianópolis, tem sido sondado por investidores nacionais e internacionais com interesse em áreas desocupadas do município. Com uma localização estratégica e os recursos oferecidos pelo Rio Tijucas, bem como por ser uma cidade litorânea com uma faixa costeira pouco explorada, se mostra como uma região atraente para a expansão do setor.

Nesse contexto, este trabalho almeja contribuir demonstrando a competitividade das empresas do setor náutico e evidenciá-lo como um meio de crescimento econômico, de modo a propiciar ao município de Tijucas as bases para se iniciar como um polo de desenvolvimento da cadeia náutica de Santa Catarina, com o intuito de possibilitar melhores condições de trabalho e de vida à população, além de diversificar as atividades econômicas desenvolvidas atualmente na cidade.

O documento apresentado refere-se ao Produto Parcial do contrato com o SEBRAE-SC que tem como escopo a Avaliação e Planejamento do desenvolvimento do setor náutico no município de Tijucas - SC. Esta terceira fase do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Polo

Náutico do município de Tijucas - SC foi nomeada como Plano de Ação do Setor Náutico do Município.

Este documento foi estruturado a partir de coleta de informações, análise de dados do município e do mercado náutico, que servirão de referência a partir de então para o processo de tomada de decisões empresariais, incentivando e apoiando as cadeias produtivas do setor.

1.1. OBJETIVOS

1.1.1. Objetivo Geral

Estabelecer ações prioritárias para alcançar as metas definidas dos objetivos proposto em cada programa.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Definir os principais programas e objetivos de acordo com os eixos estratégicos;
- Definir metas e atividades para cada programa;
- Contemplar os itens da análise SWOT em cada meta definida.

2. INTRODUÇÃO

A partir de estudos e pesquisas realizados na primeira e segunda fase, do Plano Estratégico do Polo Náutico do Município de Tijucas, foram definidos os dados e pontos mais relevantes para embasar os programas, objetivos e metas/ação.

Para o Plano de Ação do Setor Náutico do Município foram definidos 3 (três) programas de ação:

- Política e infraestrutura
- Qualificação e
- Mercado.

Dentro desses programas foram traçadas metas/ações e para cada meta/ação foram definidas atividades e prazos. Os participantes e responsáveis pelas metas/ações serão definidos pelos agentes locais que participaram das oficinas da fase 2 – Planejamento Estratégico do Setor Náutico do Município.

3. PLANO DE AÇÃO

Programa: POLÍTICA E INFRAESTRUTURA					
Objetivo: ESTRUTURAR A POLÍTICA MUNICIPAL DO SETOR NÁUTICO					
META/AÇÃO	ATIVIDADE	PERÍODO/PRAZO	PARTICIPANTES	RESPONSÁVEL	SWOT
Criar câmara técnica para o setor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Criar Decreto Municipal para formalização da câmara técnica 2. Reunião com os principais agentes locais com interesse no setor (público e privado); 3. Contratar consultores especializados para auxílio da consolidação da câmara técnica; 4. Identificar lideranças; 5. Nomear diretorias; 6. Atribuir atividades; 7. Regulamentar a câmara técnica; 8. Atuar em parceria com a Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo e Prefeitura Municipal no desenvolvimento do setor náutico. 	Curto - 2016			<ul style="list-style-type: none"> • Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Setor Náutico do Município; • O município de Tijucas participa do GTT Náutico do Estado; • Lentidão dos órgãos públicos; • Parceria com a Associação Náutica Catarinense para o Brasil (ACATMAR); • Dedicação do município para captação de investidores no setor náutico com uso de material impresso direcionado, participação em feiras e disponibilidade para visitas técnicas.
Elaborar Plano Municipal dos setores turístico e náutico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reunir a câmara técnica para discussão e execução de ações prioritárias; 2. Levantamento da legislação vigente do setor náutico; 3. Analisar as legislações vigentes, se necessário propor atualização; 4. Realizar estudo de viabilidade econômica; 5. Identificar áreas potenciais; 6. Desenvolver um planejamento econômico estratégico; 7. Desenvolver um plano de incentivos para o crescimento de estruturas de apoio turístico; 	Curto - 2016			<ul style="list-style-type: none"> • Legislação Municipal favorável, Plano Diretor Adaptado e Incentivos Fiscais; • Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Setor Náutico do Município; • Não existem balizamento e sinalização náutica na baía de Tijucas; • Carta náutica desatualizada; • Lentidão dos órgãos públicos; • Altos Encargos sociais e Carga tributária elevada com taxas de juros mais altas do mundo • Falta de estratégias de

	<ul style="list-style-type: none"> 8. Captar parcerias, recursos e investidores; 9. Desenvolver planejamento para aumento da segurança pública; 10. Levantar meios para acelerar processos, normalmente, burocráticos. 				<ul style="list-style-type: none"> desenvolvimento econômico náutico retrai investimentos privados; • Crise Econômica Nacional e Mundial; • Inexistência de um Plano Estratégico Estadual do setor náutico do Estado de Santa Catarina; • Contratação de financiamentos; • Dedicação do município para captação de investidores no setor náutico com uso de material impresso direcionado, participação em feiras e disponibilidade para visitas técnicas; • Poder aquisitivo crescente no país; • Pouca infraestrutura de apoio turístico; • Insegurança física e patrimonial; • Recursos com potencial turísticos não explorados; • Geração de inclusão social, por meio de oportunidade de emprego e renda no setor náutico; • Saturação de infraestrutura náutica nas cidades do litoral sul do Rio de Janeiro e litoral norte de São Paulo; • Desejo da iniciativa privada em investir na ampliação ou em mais empresas de infraestrutura náutica;
Criar Plano de adequação da infraestrutura náutica	<ul style="list-style-type: none"> 1. Desenvolver estudos de impacto ambiental; 2. Desenvolver estudo de capacidade de carga; 3. Elaborar projeto de ordenamento da orla; 4. Elaborar estudo específico para melhoria da foz – construção do molhe e desassoreamento do rio; 5. Realizar PMI – Procedimento de 	Curto - 2016			<ul style="list-style-type: none"> • Geração de inclusão social, por meio de oportunidade de emprego e renda no setor náutico; • Cidade plana com geografia favorável; • Próximo a Ilha do Arvoredo um dos principais pontos de mergulho do Brasil; • Rio Tijucas possui total de 13,5km e a baía de Tijucas possui faixa costeira

	Manifestação de Interesse; 6. Captar recursos e parcerias; 7. Solicitar a atualização da carta náutica; 8. Solicitar a sinalização e balizamento da baía de tijucas e foz do rio tijucas.				são 12km; <ul style="list-style-type: none"> • Grandes áreas disponíveis a preços acessíveis; • Não existe balizamento e sinalização náutica na baía de Tijucas; • Carta náutica desatualizada; • Sem o conhecimento da capacidade de carga náutica de recreio; • Recursos com potencial turísticos não explorados; • Localização estratégica; • Facilidade de acesso e próximo aos principais portos e aeroportos do estado; • Inexistência do molhe; • Represamento do Rio Tijucas na foz. • Não é uma cidade turística; • Assoreamento do Rio; • Contratação de financiamentos; • Setor náutico é tradição no Estado de Santa Catarina; • O setor náutico é essencialmente regional, o que garante que o Estado pode desenvolver polos náuticos dentro de seu território;
--	--	--	--	--	---

Programa: QUALIFICAÇÃO					
Objetivo: DISSEMINAR A CULTURA DO MAR ATRAVÉS DA QUALIFICAÇÃO E DA CAPACITAÇÃO DE MÃO DE OBRA E COM GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA					
META/AÇÃO	ATIVIDADE	PERÍODO/PRAZO	PARTICIPANTES	RESPONSÁVEL	SWOT
Desenvolver trabalhos de conscientização da comunidade sobre a Cultura do Mar	1. Realizar atividades nas escolas exaltando a importância do mar; 2. Buscar parceria com a Secretaria de Educação para inserção do assunto em sala de aula; 3. Divulgar Calendário de Eventos para comunidade;	Médio - 2021			<ul style="list-style-type: none"> • Próximo de três importantes terminais turísticos náutico no Estado (São F. o Sul, Itajaí e Porto Belo); • Próximo a Ilha do Arvoredo um dos principais pontos de mergulho do Brasil;

	<ol style="list-style-type: none"> 4. Realizar blitz educativa sobre conscientização ambiental; 5. Convocar a comunidade para mutirão de limpeza na orla e margem do rio; 6. Criar campanha de marketing atingindo todas as mídias locais; 7. Monitorar as ações para sua efetividade. 				<ul style="list-style-type: none"> • Rio Tijucas possui total de 13,5km e a baía de Tijucas possui faixa costeira são 12km; • Parceria com a Associação Náutica Catarinense para o Brasil (ACATMAR); • Comodismo e falta de interesse da população; • Cidade de costas para o rio e o mar; • Possibilidade de requalificação de outras atividades ligadas ao mar (pesca esportiva, artesanal, mergulho, mecânica naval, marinas, e outros serviços diversos); • Pelas características da dinâmica das águas desenvolvimento de atividades aquáticas como caiaque e SUP; • Captação de competições esportivas ligada ao mar; • Setor náutico é tradição no Estado de Santa Catarina;
Implantar escolas náuticas de educação profissional para o setor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formar uma comissão para a busca de parcerias; 2. Buscar parcerias com escolas internacionais (Itália/Uruguai/Argentina); 3. Estruturar universidade e escolas técnicas locais com Univali/SENAI; 4. Desenvolver cursos profissionalizantes e graduações referentes ao setor; 5. Implantar os cursos profissionalizantes e graduações. 	Médio - 2021			<ul style="list-style-type: none"> • Possibilidade da implantação da universidade do mar em parceria com a Itália; • Possui um campus da Univali e uma escola profissionalizante do SENAI; • Inexistência de mão-de-obra qualificada e especializada • Boa infraestrutura náutica e mão de obra qualificada, no Uruguai e Argentina; • Falta de estratégias de capacitação e qualificação para o setor; • Disponibilidade de mão-de-obra local;
Celebrar termo de cooperação para implantação da	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar o projeto da Universidade do mar; 	Médio - 2021			<ul style="list-style-type: none"> • Possibilidade da implantação da universidade do mar em parceria

Universidade do Mar	<ol style="list-style-type: none"> 2. Firmar parceria com a Universidade de Genova; 3. Captar recursos para viabilização do projeto; 4. Buscar local para a instalação da Universidade do Mar; 5. Definir 1 (um) curso e quantidade de vagas a serem ofertadas; 6. Desenvolver novas tecnologias para o setor . 				<ul style="list-style-type: none"> • com a Itália; • Possui um campus da Univali e uma escola profissionalizante do SENAI; • Inexistência de mão-de-obra qualificada e especializada • Boa infraestrutura náutica e mão de obra qualificada, no Uruguai e Argentina; • Falta de estratégias de capacitação e qualificação para o setor; • Disponibilidade de mão-de-obra local; • Busca de investimento em desenvolvimento tecnológico;
Implantar sistema de monitoramento de vagas disponíveis para o setor náutico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Criar sistema de vagas de emprego e estágio específico para o setor; 2. Buscar parcerias com empresas privadas do setor; 3. Divulgar as vagas disponíveis de emprego e estágio; 4. Direcionar candidatos para qualificações e capacitações; 5. Desenvolver workshops e palestras. 	Médio - 2021			<ul style="list-style-type: none"> • Geração de inclusão social, por meio de oportunidade de emprego e renda no setor náutico; • Disponibilidade de mão-de-obra local; • Há vagas para bons profissionais, com boa noção, de mecânica a diesel, de carpintaria, de eletrônica, entre outras competências que o setor exige;
Realizar estudo da cadeia produtiva existente com potencial para se transformar em associações ou cooperativas ligadas ao setor náutico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contratar consultores especializados para identificação de novas associações/ cooperativas; 2. Incentivar por meio de sensibilização a formação de novas associações ou cooperativas; 3. Contratar consultores especializados para reestruturação de associações/cooperativas já existentes; 4. Incentivar por meio de sensibilização a participação em 	Médio - 2021			<ul style="list-style-type: none"> • Comodismo e falta de interesse da população; • Cidade de costas para o rio e o mar; • Falta de estratégias de capacitação e qualificação para o setor; • Desenvolvimento da maricultura na baía; • Geração de inclusão social, por meio de oportunidade de emprego e renda no setor náutico;

	associações ou cooperativas; 5. Identificar e incentivar lideranças; 6. Contratar mediador para organizar e orientar reuniões de governança; 7. Auxiliar no levantamento da documentação necessária para a formalização da associação/cooperativa; 8. Auxiliar a elaboração de ações prioritárias.				
Realizar estudo para viabilização da maricultura	1. Realizar estudo de impacto ambiental; 2. Realizar estudo de viabilidade econômica; 3. Realizar workshops, sobre as vantagens da maricultura, com grupos interessados; 4. Realizar treinamento para cultivo; 5. Captar recursos e parceiros 6. Contratar consultores especializados para orientar a implantação das fazendas e comercialização dos produtos.	Médio - 2021			<ul style="list-style-type: none"> • Comodismo e falta de interesse da população; • Cidade de costas para o rio e o mar; • Inexistência de mão de obra qualificada e especializada; • Falta de estratégias de capacitação e qualificação para o setor; • Parceria com a Associação Náutica Catarinense para o Brasil (ACATMAR); • Rio Tijucas possui total de 13,5km e a baía de Tijucas possui faixa costeira são 12km; • Contratação de financiamentos; • Falta de estratégias de desenvolvimento econômico náutico retrai investimentos privados; • Santa Catarina produz mais de 90% dos moluscos cultivados no país; • Desenvolvimento da maricultura na baía; • Aumento do dólar; • Possibilidade de complementar e ampliar as opções de atividades e serviços;
Identificar 1 (um) novo produto turístico	1. Realizar estudo da capacidade de carga náutica de recreio;	Médio - 2021			<ul style="list-style-type: none"> • Não é uma cidade turística; • Recursos com potencial turísticos

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Realizar levantamento de possíveis atrativos e produtos turísticos relacionados ao mar; 3. Definir o principal produto turístico; 4. Captar recursos para adequação do produto; 5. Divulgar o novo produto; 6. Adequar o centro de informações turísticas a nova realidade; 7. Buscar parcerias para utilização do mar e rio para atividades, como caiaque, SUP, pesca esportiva, mergulho, remo, entre outro. 				<ul style="list-style-type: none"> • não explorados; • Pelas características da dinâmica das águas desenvolvimento de atividades aquáticas como caiaque e SUP; • Possibilidade de requalificação de outras atividades ligadas ao mar (pesca esportiva, artesanal, mergulho, mecânica naval, marinas, e outros serviços diversos); • Captação de competições esportivas ligada ao mar; • Visibilidade nas mídias, em geral, sobre a ampliação do uso do mar aumentou o interesse de investidores; • Possibilidade de complementar e ampliar as opções de atividades e serviços associados ao setor náutico; • Sem o conhecimento da capacidade de carga náutica de recreio;
--	--	--	--	--	---

Programa: MERCADO					
Objetivo: PROMOVER O MUNICÍPIO COMO ÁREA ESTRATÉGICA PARA O DESENVOLVIMENTO DE UM NOVO POLO NÁUTICO BRASILEIRO					
META/AÇÃO	ATIVIDADE	PERÍODO/PRAZO	PARTICIPANTES	RESPONSÁVEL	SWOT
Realizar estudo de mercado para promover o destino Tijucas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar o estudo de capacidade de carga; 2. Definir o valor do destino; 3. Realizar estudo de segmentação de mercado; 4. Selecionar mercado alvo; 5. Definir posicionamento; 6. Viabilizar a participação do município em roteiros turísticos existentes; 7. Adequar o centro de informações 	Longo - 2026			<ul style="list-style-type: none"> • Não ter levantamento da capacidade de Carga do Município; • Não é uma cidade turística; • Recursos com potencial turísticos não explorados; • Pouca infraestrutura de apoio turístico; • Sem o conhecimento da capacidade de carga náutica de recreio; • Comodismo e falta de interesse da população

	<p>turísticas a nova realidade;</p> <p>8. Confeccionar material promocional para promover o município;</p> <p>9. Realizar campanhas em mídias para promoção do destino;</p> <p>10. Participar de eventos nacionais e internacionais;</p> <p>11. Criar mecanismos para manutenção do valor.</p>				<ul style="list-style-type: none"> • Cidade de costas para o rio e o mar; • Localização estratégica; • Facilidade de acesso e próximo aos principais portos e aeroportos do estado; • Legislação Municipal favorável, Plano Diretor Adaptado e Incentivos Fiscais; • Cidade plana com geografia favorável; • Próximo de três importantes terminais turísticos náutico no Estado (São F. o Sul, Itajaí e Porto Belo); • Próximo a Ilha do Arvoredo um dos principais pontos de mergulho do Brasil; • Rio Tijucas possui total de 13,5km e a baía de Tijucas possui faixa costeira são 12km; • Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Polo Náutico do Município; • O município de Tijucas participa do GTT Náutico do Estado; • Parceria com a Associação Náutica Catarinense para o Brasil (ACATMAR); • Pelas características da dinâmica das águas desenvolvimento de atividades aquáticas como caiaque e SUP; • Possibilidade de requalificação de outras atividades ligadas ao mar (pesca esportiva, artesanal, mergulho, mecânica naval, marinas, e outros serviços diversos); • Captação de competições esportivas
--	--	--	--	--	---

					<ul style="list-style-type: none"> • ligada ao mar; • Visibilidade nas mídias, em geral, sobre a ampliação do uso do mar aumentou o interesse de investidores; • Poder aquisitivo crescente no país;
Realizar estudo de mercado para a indústria náutica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar levantamento das áreas disponíveis; 2. Realizar estudo de viabilidade econômica, mercado e impacto ambiental; 3. Criar parcerias com empresas do setor imobiliário e agentes locais; 4. Desenvolver projetos para utilização das áreas; 5. Elaborar parcerias público-privada para incentivos; 6. Criar campanha para divulgação; 7. Divulgar em território nacional e internacional destacando a localização estratégica, facilidade de acesso e outros pontos fortes; 8. Divulgar a existência de legislação favorável e incentivos fiscais; 9. Participar de eventos do setor, nacionais e internacionais, participando de rodadas de negócios; 10. Identificar potenciais investidores; 11. Promover visitas locais com investidores interessados e apresentar o projeto de ordenamento da orla; 12. Realizar reuniões e workshops de oportunidades no mercado náutico; 13. Realizar PMI – Procedimento de Manifestação de Interesse; 	Longo - 2026		<ul style="list-style-type: none"> • Grandes áreas disponíveis a preços acessíveis; • Cidade plana com geografia favorável; • Facilidade de acesso e próximo aos principais portos e aeroportos do estado; • Próximo de três importantes terminais turísticos náutico no Estado (São F. o Sul, Itajaí e Porto Belo); • Dedicação do município para captação de investidores no setor náutico com uso de material impresso direcionado, participação em feiras e disponibilidade para visitas técnicas. • Poder aquisitivo crescente no país; • Potencial para construção de marinas com vagas molhadas; • Instalação de empresa e indústria náutica no Estado • Visibilidade nas mídias, em geral, sobre a ampliação do uso do mar aumentou o interesse de investidores; • Possibilidade de complementar e ampliar as opções de atividades e serviços associados ao setor náutico; • Legislação Municipal favorável, Plano Diretor Adaptado, Incentivos Fiscais; • Elaboração do Plano Estratégico de 	

	<p>14. Captar interessados em investimentos;</p> <p>15. Contratar consultores especializados para desenvolver estratégias de negociação;</p> <p>16. Intermediar implantação de indústrias e acelerar procedimentos, normalmente, burocráticos;</p> <p>17. Facilitar a exportação;</p> <p>18. Criar sistema de monitoramento de indicadores.</p>				<p>Desenvolvimento do Setor Náutico do Município;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratação de financiamentos; • Falta de estratégias de desenvolvimento econômico náutico retrai investimentos privados; • Baixo número de procura pelos serviços náuticos no Estado por navegadores internacionais; • A indústria de pequenas e médias embarcações catarinense é a segunda do Brasil, só perdendo para o Rio de Janeiro; • A crise na Europa despertou o interesse por novos mercados no mundo; • Instalação de serviços de manutenção próximos às marinas ou vagas molhadas; • Possibilidade de criação de serviços de estaleiro, manutenção e reparação com a implantação de infraestrutura náutica para a recepção de embarcações; • Desejo da iniciativa privada em investir na ampliação ou em mais empresas de infraestrutura náutica; • Potencial real de mercado para Santa Catarina se tornar um local para que as embarcações fiquem no Estado, em vagas molhadas; • Crise Econômica Nacional e Mundial; • Altos Encargos sociais e Carga tributária elevada, taxas de juros mais altas do mundo; • Lentidão dos órgãos públicos; • Geração de inclusão social, por meio de oportunidade de emprego e renda
--	---	--	--	--	---

					<ul style="list-style-type: none"> no setor náutico; • Aumento do dólar • Localização estratégica; • Grande número de empresas de transportes; • Grande presença de construtores, de renome, de embarcações e velas no Estado; • Setor náutico é tradição no Estado de Santa Catarina; • O setor náutico é essencialmente regional, o que garante que o Estado pode desenvolver polos náuticos dentro de seu território; • Disponibilidade de mão-de-obra local • Polo da indústria cerâmica. • Parceria com a Associação Náutica Catarinense para o Brasil (ACATMAR); • Comodismo e falta de interesse da população; • • Falta de estratégias de capacitação e qualificação para o setor;
Realizar estudo de mercado para comércio e serviços náuticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conhecer público alvo; 2. Realizar estudo de viabilidade econômica e mercado; 3. Realizar reuniões e workshops de oportunidades no mercado náutico; 4. Identificar demanda de produto e serviços; 5. Consultoria especializada para desenvolvimento ou adequação de produtos e serviços; 6. Buscar parcerias estratégicas; 7. Elaborar parcerias público-privada para incentivos; 	Longo - 2026			<ul style="list-style-type: none"> • Grandes áreas disponíveis a preços acessíveis; • Instalação de empresa e indústria náutica no Estado • Cidade plana com geografia favorável; • Facilidade de acesso e próximo aos principais portos e aeroportos do estado; • Próximo de três importantes terminais turísticos náutico no Estado (São F. o Sul, Itajaí e Porto Belo); • Dedicação do município para

	<p>8. Criar campanha para divulgação;</p> <p>9. Divulgar em território nacional e internacional destacando a localização estratégica, facilidade de acesso e outros pontos fortes;</p> <p>10. Divulgar a existência de legislação favorável e incentivos fiscais;</p> <p>11. Realizar PMI – Procedimento de Manifestação de Interesse;</p> <p>12. Captar interessados em investimentos;</p> <p>13. Facilitar a exportação;</p> <p>14. Criar sistema de monitoramento de indicadores.</p>				<p>captação de investidores no setor náutico com uso de material impresso direcionado, participação em feiras e disponibilidade para visitas técnicas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poder aquisitivo crescente no país; • Potencial para construção de marinas com vagas molhadas; • Potencial real de mercado para Santa Catarina se tornar um local para que as embarcações fiquem no Estado, em vagas molhadas; • Visibilidade nas mídias, em geral, sobre a ampliação do uso do mar aumentou o interesse de investidores; • Possibilidade de complementar e ampliar as opções de atividades e serviços associados ao setor náutico; • Legislação Municipal favorável, Plano Diretor Adaptado, Incentivos Fiscais; • Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Setor Náutico do Município; • Grande número de empresas de transportes; • Polo da indústria cerâmica. • Parceria com a Associação Náutica Catarinense para o Brasil (ACATMAR); • Baixo número de procura pelos serviços náuticos no Estado por navegadores internacionais; • Comodismo e falta de interesse da população; • Disponibilidade de mão-de-obra local; • Falta de estratégias de capacitação e
--	--	--	--	--	---

					<ul style="list-style-type: none">• qualificação para o setor;• Instalação de serviços de manutenção próximos às marinas ou vagas molhadas;• Possibilidade de criação de serviços de estaleiro, manutenção e reparação com a implantação de infraestrutura náutica para a recepção de embarcações,• Saturação de infraestrutura náutica nas cidades do litoral sul do Rio de Janeiro e litoral norte de São Paulo;• Desejo da iniciativa privada em investir na ampliação ou em mais empresas de infraestrutura náutica;• Possibilidade de requalificação de outras atividades ligadas ao mar (pesca esportiva, artesanal, mergulho, mecânica naval, marinas, e outros serviços diversos);• Captação de competições esportivas ligada ao mar;• Desenvolvimento da maricultura na baía;• Geração de inclusão social, por meio de oportunidade de emprego e renda no setor náutico;• A crise na Europa despertou o interesse por novos mercados;• Há vagas para bons profissionais, com boa noção, de mecânica a diesel, de carpintaria, de eletrônica, entre outras competências;• Setor náutico é tradição no Estado de Santa Catarina;• Grande presença de construtores, de renome, de embarcações e velas de renome no Estado;
--	--	--	--	--	--

					<ul style="list-style-type: none"> • Santa Catarina produz mais de 90% dos moluscos cultivados no país; • Poder aquisitivo crescente no país; • Falta de estratégias de desenvolvimento econômico náutico retrai investimentos privados; • Aumento do dólar; •
Desenvolver showcase de Eventos e Atividades	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nomear comissão para desenvolvimento de eventos e atividades; 2. Definir atividades e eventos prioritários; 3. Elaborar calendário de eventos; 4. Desenvolver material do <i>showcase</i>; 5. Divulgar Tijucas como um polo de atividades e eventos náuticos; 6. Buscar investidores e parceiros; 7. Captar recursos. 	Longo - 2026			<ul style="list-style-type: none"> • Pelas características da dinâmica das águas desenvolvimento de atividades aquáticas como caiaque e SUP; • Possibilidade de requalificação de outras atividades ligadas ao mar (pesca esportiva, artesanal, mergulho, mecânica naval, marinas, e outros serviços diversos); • Captação de competições esportivas ligada ao mar; • Visibilidade nas mídias, em geral, sobre a ampliação do uso do mar aumentou o interesse de investidores; • Possibilidade de complementar e ampliar as opções de atividades e serviços associados ao setor náutico; • Próximo de três importantes terminais turísticos náutico no Estado (São F. o Sul, Itajaí e Porto Belo); • Próximo a Ilha do Arvoredo um dos principais pontos de mergulho do Brasil; • Rio Tijucas possui total de 13,5 km e a baía de Tijucas possui faixa costeira são 12 km; • Parceria com a Associação Náutica Catarinense para o Brasil (ACATMAR);

					<ul style="list-style-type: none">• Poder aquisitivo crescente no país;• Grande presença de construtores, de renome, de embarcações e velas no Estado;• Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Polo Náutico do Município;• Não é uma cidade turística;• Pouca infraestrutura de apoio turístico;• Recursos com potencial turísticos não explorados;
--	--	--	--	--	---

4. MONITORAMENTO

O sucesso de um projeto, não depende única e exclusivamente de um bom planejamento ou da eficiência e eficácia com que seus executores atuam na implementação das ações. É necessário que se construa um bom Sistema de Monitoria e Avaliação para que esse sucesso seja realmente alcançado.

A monitoria, ou monitoramento, é um instrumento gerencial. Seu objetivo é o acompanhamento sistematizado, contínuo e permanente, das ações e do cumprimento de metas propostas, assim como dos avanços alcançados pelo projeto num determinado período de tempo.

O monitoramento deve ser realizado pela Câmara Técnica instituída que terá a responsabilidade de toda a tratativa referente ao setor náutico do município de Tijucas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho elaborado do Plano de Desenvolvimento do Polo Náutico no Município de Tijucas - SC foi constituído por três etapas:

1. Diagnóstico Estratégico Situacional do Município;
2. Planejamento Estratégico do Setor Náutico do Município;
3. Plano de Ação do Setor Náutico do Município;

Na primeira fase foram levantadas as informações e dados do município para compor a realidade local, para assim estruturar a matriz SWOT. Tendo em vista os aspectos observados, na segunda fase foi realizados encontros junto aos principais agentes locais – representantes ligados ao setor dos órgãos municipais e estaduais, associações de classe, pescadores, comunidade entre outros – para debate e estruturação da análise GUT e assim definidas as ações prioritárias. A partir disso, na terceira fase foi elaborado o plano de ação composto de programas, objetivos, ações/metas e prazos. O plano servirá como base para execução das ações definidas assim como ponto de partida para o desenvolvimento de novas ações, que se faça necessária, ao longo da execução do plano.

Levando-se em conta o que foi observado durante a estruturação do trabalho percebe-se a vocação do município, principalmente, como polo de comércio e de prestação de serviços náuticos. Desse modo, é necessário atrair empresas, que trabalham com construção (estaleiros), manutenção e serviços, para se instalar no município e desta forma aproveitar a demanda, atualmente, com atendimento insuficiente. É visto como uma grande oportunidade a instalação de uma marina de serviços, no conceito americano e europeu, em que a marina além da guarda de embarcações, possui um complexo de serviços como restaurantes, lojas, escolas náuticas, manutenção de barcos, centro de práticas desportivas, pesca, entre outros. E essa tendência é favorável para o município pela existência de muitos terrenos disponíveis.

O Plano de Desenvolvimento do Polo Náutico no Município de Tijucas – SC é o primeiro passo para o desenvolvimento do setor náutico no município, e a continuidade do trabalho e a organização de uma Câmara Técnica a frente do processo é essencial para que o estímulo gerado nas reuniões não se perca.

A vontade já existe na mente e no coração das pessoas que querem o desenvolvimento do município e sonham com as infinitas possibilidades que ocorrerão através do uso e valorização do rio e mar, mas além dos sonhos é fundamental atitude para começar.

O trabalho é árduo para tornar o município de Tijucas referência em polo náutico nacional, por isso o compromisso e a persistência devem ser o sustentáculo para transpor cada fase. E o desejo de realização deve ser a força motriz para que as conquistas sejam alcançadas e comemoradas, sendo o sucesso o resultado e o reconhecimento de todo esforço.



Serviço de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas

Santa Catarina

