

# Pato Branco

DESTINO TURÍSTICO  
INTELIGENTE

## Gastronomia

Negócios & Eventos

tecnologia ESPORTES

*Porque lá em  
**Pato Branco, daí!***

*se tem uma coisa que todo patobranquense  
gosta é de contar o que faz de bom!*



# Pato Branco SMART CITY\*

\*Ranking Connect Smart Cities

**5<sup>a</sup>** do Brasil, **2<sup>a</sup>** no Sul e **1<sup>a</sup>** no Paraná entre as cidades de 50 a 100 mil habitantes

**9<sup>a</sup>** entre as cidades do Paraná, **20<sup>a</sup>** no Sul e **77<sup>a</sup>** do Brasil de todos os portes  
*6<sup>a</sup> em Meio Ambiente | 29<sup>a</sup> em Saúde | 39<sup>a</sup> em Governança | 44<sup>a</sup> em TIC | 85<sup>a</sup> em Educação*

**01** Parque Tecnológico e **02** Incubadoras de Empresas

**5G** entre as **12 cidades do Brasil** escolhidas para o projeto piloto de implementação da **Tecnologia 5G** pela ABDI

**20%** do PIB da cidade vêm do setor de Tecnologia movimentando a economia, os negócios e o turismo com **12,8%** dos empregos formais

- Em Pato se produz o **software** que gerencia a **bilheteria dos maiores Parques do Brasil**
- Várias tecnologias e soluções para turismo são de Pato Branco: gestão de portaria de eventos, gestão de restaurantes e balanças
- Estão em desenvolvimento soluções inovadoras para a **gestão municipal do turismo**
- Nossa tecnologia está presente até **nos painéis de instrumento da aviação comercial!**

Principais Ativos do Sistema de Inovação:



## Porque lá em Pato Branco, daí!

se tem uma coisa que todo patobranquense  
gosta é de contar o que faz de bom!

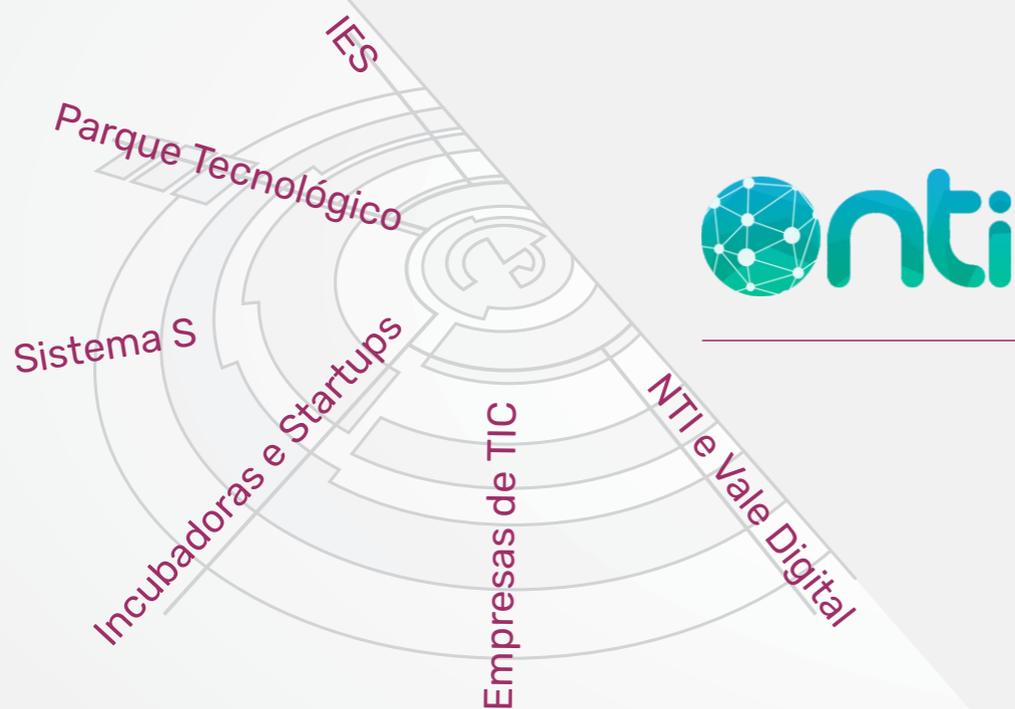


**Pato Branco**  
DESTINO TURÍSTICO  
INTELIGENTE





O **Parque Tecnológico de Pato Branco** é uma estrutura modelo, voltada à pesquisa, extensão e incubação de empresas de base tecnológica. No espaço, é possível criar e desenvolver projetos inovadores, que consolidam o ambiente tecnológico do município e a postura de Pato Branco enquanto Cidade Inteligente, inovadora e conectada com o futuro. O espaço dispõe de estruturas físicas compostas por **6 módulos industriais de 554 m<sup>2</sup>** cada para empresas âncoras, e **1.720 m<sup>2</sup> divididos em 32 salas de 25 m<sup>2</sup>** cada para empresas incubadas.



O **NTI - Núcleo de Tecnologia da Informação do Sudoeste PR** é uma associação sem fins lucrativos que visa ao fomento do desenvolvimento econômico e tecnológico de seus associados e da comunidade local.

Atua com a **missão** de promover o desenvolvimento da Tecnologia da Informação através do fortalecimento das empresas do setor disseminando o conhecimento e impulsionando o progresso para toda a comunidade. Propõe-se a coordenar e divulgar informações técnicas e mercadológicas da área, fomentar a troca de experiências entre profissionais e empresas associadas com foco em ações empresariais que gerem emprego e renda.

Iniciou seus trabalhos em 2003 e, em 2009, recebeu o reconhecimento como **OSCIP** – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, por suas atividades em prol do desenvolvimento tecnológico no Sudoeste do Paraná. O NTI é membro fundador e atuante do **Arranjo Produtivo Local de TI do Sudoeste do Paraná**, que reúne empresas, órgãos públicos, entidades e profissionais de TI da comunidade sudoestina.

Em 2022, estavam associados ao NTI **53 empresas** e outros ativos de inovação das áreas de desenvolvimento de software, hardware e tecnologia da comunicação, exportando seus serviços digitais para o Brasil e o mundo.

Em sua cidade sede o NTI opera um tour pelos principais ativos de inovação conhecido como **Roteiro Tecnológico de Pato Branco**. Milhares de visitantes dentre clientes, investidores, gestores públicos e estudantes já percorreram os diversos empreendimentos e iniciativas para conhecer a força da inovação local.



O **Sudoeste do Paraná** reuniu elementos peculiares para o desenvolvimento de um território propício à inovação em tecnologia da informação. As lutas e ideais deste território historicamente conhecido pelas questões do Contestado e pelo pioneirismo de seus colonizadores desenvolveu capital social único que valoriza o modo criativo, inovador e competitivo de seu povo e produz novos conhecimentos.

Nesta região de serras e vales delimitados pelo Rio Iguaçu e pelas fronteiras com a Argentina e Santa Catarina o NTI lançou o **Vale Digital** uma iniciativa que visa à promoção do setor de TI do Sudoeste do Paraná.

As áreas de maior concentração das empresas do Vale Digital compreendem soluções em forma de sistemas de gestão empresarial, comercial, industrial e agroindustrial, gestão do turismo, arquitetura de redes e logística, automação e softwares embarcados, telecomunicações, e-commerce e marketing digital, aplicações para dispositivos móveis, segurança de dados e *outsourcing*.

No Vale Digital as empresas de TI contam com condições ideais para atuarem, um verdadeiro **Sistema Regional de Inovação**. São milhares de profissionais preparados nos cursos superiores na área de tecnologia da informação ofertados por universidades e centros universitários, incentivos econômicos e fiscais concedidos por municípios para instalação de empreendimentos de TI, ampla rede de fibra óptica nas principais cidades, incubadoras e condomínios empresariais que fomentam o surgimento de *startups*. Aliás, o movimento de conexão, eventos e empreendedorismo na área de inovação com as *startups* ganhou força e ficou conhecido como **Sudovalley**.

Como se vê, o Vale Digital consolidou-se como um **território atrativo** para os negócios da Era da Informação. Um ambiente colaborativo e inovador de valor comprovado para atuais e futuros clientes e investidores.

*Visitas no Roteiro Tecnológico*

*lá de Pato Branco, daí!*

**Pato Branco**  
DESTINO TURÍSTICO  
INTELIGENTE



# Pato Branco

## SPORTS CITY

**3 Grandes Times** disputando ligas importantes

**Pato Basquete**, Tetracampeão Paranaense, integra a NBB com a Super Copa de Basquete, e o internacional Torneio Interligas

**Azuriz**, Campeão Paranaense 2ª Divisão, 2 edições do Paranaense 1ª Divisão, 1 edição do Campeonato Brasileiro Série D, 3ª Fase da Copa do Brasil

**Pato Futsal**, Bicampeão Paranaense Chaves Ouro e Prata, Campeão Regional Liga Sul e Copa Uniasselvi, Campeão da Copa do Brasil e da Taça Brasil, Bicampeão da Liga Nacional de Futsal

 Movimento expressivo de **Cicloturismo** com circuitos permanentes, provas e eventos esportivos integrando as melhores paisagens do município

 Diversas **Corridas de Rua** atraem milhares de atletas, assim como outros espaços propícios para a prática de caminhadas e corridas

 **Esportes de luta** com campeões estaduais, brasileiros e sulamericanos: jiu jitsu, taekwondo, karatê e kickboxing

 Desenvolvimento de equipes e atletas com destaques para várias conquistas em esportes como: **ginástica rítmica e artística, kart, tiro esportivo, triatlo**

 Sede de **campeonatos oficiais das federações** de diversas modalidades, além de palco frequente de etapas dos **JAPs, JEPs e JOJUPs**

 Investimento de **R\$ 2 milhões** nas modalidades de alto rendimento e de competição em 2022 retornando em projetos sociais de fomento à base e atendimento à população

 Investimentos em **infraestrutura** de esporte e lazer entre 2020-2023\*  
\*executados, em execução, previstos até dez./2022

**27,7 milhões**

Arena  
Pato Branco

**4,5 milhões**

Quadras, Ginásios  
Campos, Praças e  
Playgrounds

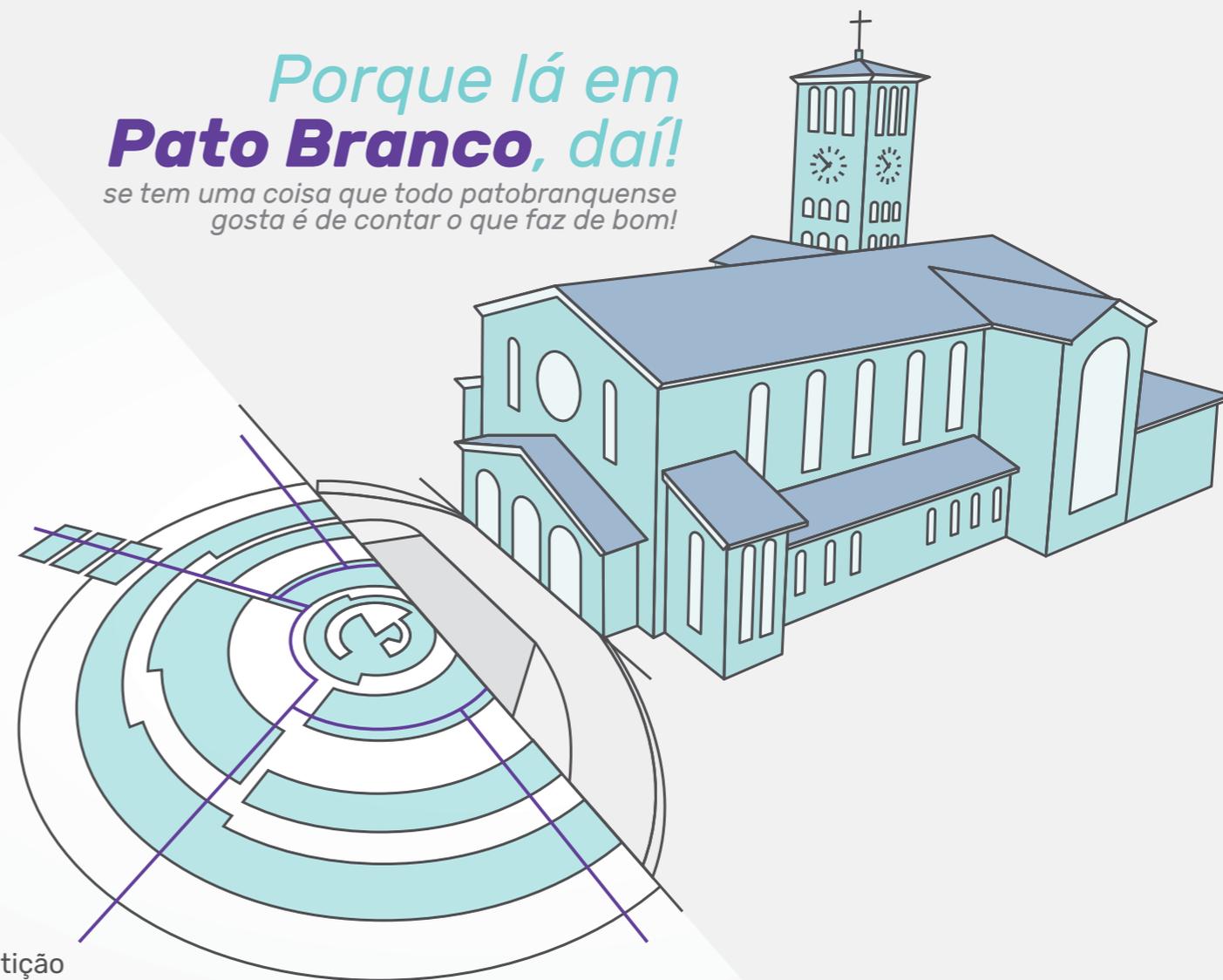
**3 milhões**

Complexo Centro  
de Treinamentos  
e Disputa de Bocha

*é tradição,  
não é moda!*

*Porque lá em  
**Pato Branco, daí!***

*se tem uma coisa que todo patobranquense  
gosta é de contar o que faz de bom!*



**Pato Branco**  
DESTINO TURÍSTICO  
INTELIGENTE



# Pato Branco

## EVENTS CITY



Sede da **Inventum**, Feira de Ciência, Tecnologia e Inovação recebendo a **Campus Party** em duas edições



Feira **Casa e Construção** traz à região o que há de melhor no mundo da decoração, arquitetura e construção



**Eventos esportivos** com partidas pela NBB, Liga Futsal, Paranaense e Brasileiro de Futebol, Corridas de Rua, Cicloturismo, JAPS, JEPS, JOJUPs



**Eventos culturais** como feiras de rua, apresentações de grupos dos premiados Centros Tradicionalistas Gaúchos (CTGs), orquestra sanfônica, corais, promoções musicais com artistas locais



**Eventos científicos** de escala regional nas áreas de gestão, agronegócios, ciências biológicas, arquitetura e engenharias, direito, inovação e sistemas promovidos pelas Instituições de Ensino Superior, Cooperativas e outros órgãos



**Eventos do agronegócio** de escala nacional incluindo leilão de gado de corte e leite, dias de campo, comercialização de tecnologia e serviços especializados



Maior **Desfile de Natal** do Paraná, em 2022 contou com mais de **350 figurantes** voluntários, **11 carros alegóricos**, **40 alas** e **06 alegorias** principais, mais de **100 voluntários no apoio** no dia do desfile. Além disso, toda uma **decoração natalina** ilumina a cidade e em conjunto com uma programação recheada de **atrações culturais** atrai milhares de pessoas totalizando **R\$ 5 milhões de investimento**.



Investimentos em **infraestrutura** de eventos entre 2020-2023\*  
\*executados, em execução, previstos até dez./2022

**20 milhões**

Centro de Eventos  
de Pato Branco

**5 milhões**

Teatro Naura Rigon  
de Pato Branco

**1,8 milhões**

Casa Temática

## Porque lá em Pato Branco, daí!

se tem uma coisa que todo patobranquense gosta é de contar o que faz de bom!



## só acontece em Pato Branco, daí!

**Pato Branco**  
DESTINO TURÍSTICO  
INTELIGENTE



# Pato Branco

## BUSINESS CITY



Cidade **Polo Regional** de Educação, Saúde, Comércio e Serviços atrai visitantes do entorno à busca de compras no varejo e serviços



Cidade **Polo Nacional** de Tecnologia & Inovação, Agronegócios, Indústria de Eletrodomésticos atraindo turistas de negócios do Brasil e do exterior



Capacidade hoteleira de **1238 leitos**, além de ampla oferta de hospedagens pelo **Airbnb**



Equipamentos como o **PB Shopping** e grandes lojas de departamento dão apoio aos visitantes em suas visitas de compras e negócios



Oferta **gastronômica** variada em opções e estilos, desde pratos inspirados na cultura e tradição local até opções da culinária internacional



**Aeroporto de Pato Branco** operando para atender a demanda regional do turismo de negócios com obras de ampliação de sua capacidade

**198**

voos comerciais até novembro 2022

**7°**

mais movimentado do interior do Estado

**21,4 mil**

embarques e desembarques até novembro 2022

**2 mil +**

embarques e desembarques/mês de julho em diante



Investimentos em **infraestrutura** no aeroporto 2020-2023\*  
\*executados, em execução, previstos até dez./2022

**50 milhões**

Ampliação da Categoria do Aeroporto Regional de Pato Branco

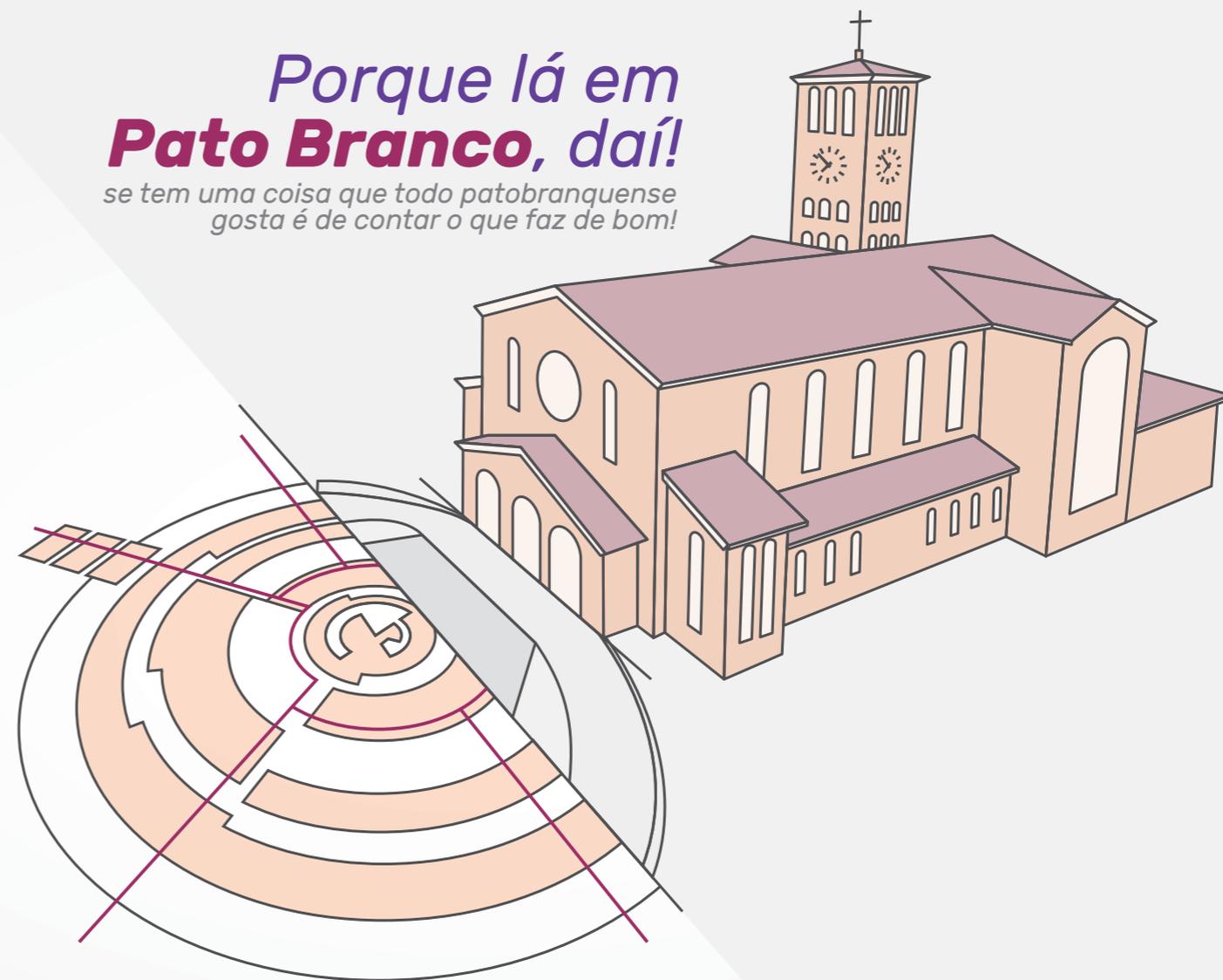
**20 milhões**

Ampliação da Pista do Aeroporto Regional de Pato Branco

sou de  
**Pato Branco,**  
daí!

Porque lá em  
**Pato Branco, daí!**

se tem uma coisa que todo patobranquense gosta é de contar o que faz de bom!



**Pato Branco**  
DESTINO TURÍSTICO  
INTELIGENTE



## PERSONA 1:

### Buscadores de Experiências de Negócios

*As principais motivações são Negócios, Eventos Comerciais, Técnicos e Científicos, Integração e Desenvolvimento Profissional*



Carlos tem 45 anos, vive em São Paulo com sua esposa, cursou Administração em um das melhores faculdades do Brasil e possui MBA em renomada universidade dos Estados Unidos. É executivo de uma das maiores empresas do ramo de agronegócios da América Latina e está sempre à busca de soluções tecnológicas e inovadoras para novos empreendimento no ramo. Frequentemente, viaja a trabalho para acompanhar negócios da empresa e para participar de feiras e eventos técnico-científicos pelo Brasil, principalmente nos grandes centros comerciais onde sua empresa atua como Rio de Janeiro (RJ), Porto Alegre (RS), Florianópolis (SC) e Belo Horizonte (MG), mas também nos principais destinos de negócios do Paraná como Curitiba e Região Metropolitana, Londrina, Maringá, Cascavel e Ponta Grossa. Viaja sozinho na maioria das vezes e eventualmente com outro colega de trabalho ou comitiva. Em suas viagens, quando encerra os compromissos da agenda de trabalho e antes de regressar, aproveita o que há de melhor no destino no resto do tempo de seu curto período de estadia, de até dois dias, com atividades de lazer e entretenimento para amenizar a rotina estressante, compromissada e conturbada de São Paulo.

### Pré-consumo

Quando vai a Pato Branco a negócios ou eventos, usa seu *smartphone* para pesquisar na internet informações sobre opções de aéreo, hospedagem, principais atrações turísticas e experiências do destino, principalmente em sites especializados em viagens como o TripAdvisor onde encontra o depoimento de outros viajantes. Em sua decisão sobre o que fazer é crucial a opinião dos clientes executivos das empresas que irá visitar. Eles lhe indicam opções de restaurantes, bares, casas noturnas e programação cultural local para encaixar no tempo livre de sua viagem.

### Compra

A empresa em que trabalha possui um setor responsável pela reserva e compra das passagens até Pato Branco, em classe executiva quando disponível, e também faz a reserva da hospedagem para o período nos hotéis mais bem avaliados, inclusive paga todas as diárias de hospedagem e alimentação. *Heavy user* de viagens aéreas, leva apenas bagagem de mão e faz seu check-in online para ganhar tempo nos embarques e desembarques. Na chegada do seu voo, à tarde, muitas vezes é recepcionado pelo próprio cliente executivo ou algum funcionário de confiança seguindo até à empresa para iniciar as negociações que se estendem até à noite, encerrando com um jantar acompanhado do cliente em restaurante que este definiu. Quando a agenda com o cliente ou evento é apenas no dia seguinte, ao desembarcar opta por um táxi e segue ao hotel, escolhendo o que fazer, em partes baseado nas pesquisas que fez na internet, mas agora com as indicações dos recepcionistas do hotel, taxistas e dicas que recebeu do cliente antes de viajar. Muitas vezes, o cliente da empresa que irá visitar ou responsável pelo evento o acompanha também nas atividades de jantar, opções de lazer e outras programações culturais, atuando como um anfitrião mostrando-lhe o melhor da cidade. Sempre que pode, em suas viagens a trabalho busca acumular pontos em seus programas de fidelidade, aproveitando os benefícios em momentos de férias ou no lazer cotidiano.

### Consumo Central

Uma vez que o objetivo central é realizar negócios, seu tempo se concentra nas atividades com a empresa-cliente, eventos e programação por ela previamente definidos, sendo este seu motivo central de consumo. No tempo livre que possui gosta de aproveitar a gastronomia local e se surpreende quando encontra uma oferta à altura de grandes centros. Em boa parte das experiências no destino está acompanhado do cliente a quem foi visitar, o qual trata de oferecer e mostrar o melhor, servindo-lhe como um guia e chofer da cidade. Surpreende-se com a verticalização das edificações de Pato Branco e com a organização e ajardinamento no centro urbano, além de decoração temática em determinadas épocas do ano. Acha peculiar o modo de falar dos moradores e lembra-se da personagem Bozena do programa de humor Sai de Baixo, adquirindo algum souvenir conectado a esta temática.

### Pós-consumo

Usa seu *smartphone* para compartilhar fotos e vídeos da vivência no destino com a namorada, amigos, familiares e colegas, principalmente por meio de WhatsApp, muitas vezes tentando imitar o sotaque local utilizando o termo «daí!» solto ao final das frases, eternizado pela personagem Bozena do programa de humor Sai de Baixo. Publica em tempo real nas redes sociais Instagram e Facebook as experiências mais inusitadas, utilizando o «daí!» nas legendas.

*Porque lá em Pato Branco, daí!*



## Pato Branco

### PERFIL DO TURISTA\*

*quem vem pra Pato Branco, daí?*

## PERSONA 2:

### Buscadores de Experiências de Meio Urbano

*As principais motivações são o Ambiente Urbano, Cultura, Compras, Gastronomia, Entretenimento e Saúde.*



Flávia tem 30 anos, é dentista, proprietária de uma clínica com 3 funcionários. Casada com um fazendeiro tem 2 filhos, mora em Chopinzinho, PR, cidade de 19 mil habitantes a 55 km de Pato Branco onde nasceu e viveu, exceto pelo tempo em que morou em Curitiba para estudar. Apesar de gostar de sua cidade, sente falta de opções de compras, serviços, lazer e entretenimento. Ao menos duas vezes ao mês, recorre a cidades maiores nas proximidades para suprir as necessidades e vontades suas e de sua família. Além de Pato Branco, às vezes opta por Francisco Beltrão, Cascavel ou Chapecó, SC. As viagens são de um dia em carro próprio, sem necessidade de alojamento. Quando viaja nos finais de semana é acompanhada da família que vai às compras no varejo da área central ou no PB Shopping. Aproveita a oferta gastronômica, passeia pelo Parque Estadual Vitória Piassa e curte a decoração temática da cidade, em época de Páscoa e Natal. As viagens de dia de semana são mais curtas e incluem a busca por serviços de estética, saúde e bem estar, às vezes acompanhada de amigas, aproveitando o ambiente das cafeterias e as oportunidades de compra. Duas vezes ao ano, em média, vai a Pato Branco para usar o serviço do aeroporto regional em sua viagem de férias com a família ou em viagem para o congresso em sua área profissional.

### Pré-consumo

Antes de ir a Pato Branco, usa seu *smartphone* para pesquisar na internet informações sobre compras e serviços principalmente no Instagram e Facebook das empresas que já conhece com as quais também mantém contato através do WhatsApp para descobrir os melhores negócios. Também é bastante influenciada por outras amigas de sua cidade ou de Pato Branco que lhe informam de oportunidades e da agenda cultural a aproveitar. Busca experiências urbanas autênticas, desfrutando e vivenciando o que a cidade tem de melhor para oferecer utilizando também diversos espaços culturais e turísticos. Procura fazer toda a programação da viagem para otimizar o tempo, definindo de antemão as empresas que pretende frequentar, local de almoço e opções de lazer.

### Compra

Planeja sua viagem com poucos dias de antecedência, geralmente atrelada às agendas de procedimentos clínicos ou outros serviços contratados de antemão. Para ganhar tempo, inicia sua viagem de carro logo cedo, antes da abertura do comércio no destino. Feitas as compras de sua lista e consumidos os serviços de seu interesse, aproveita o tempo para passear pelo PB Shopping, encontrar amigos da cidade e compartilhar o momento em uma cafeteria, lanchonete ou restaurante, andar pelas trilhas do Parque Estadual e fazer compras na Planta Garden antes de retornar para casa. Em épocas de Páscoa ou Natal, estende a viagem até à noite para ver a decoração e iluminação temáticas, tirar fotos e aproveitar a programação cultural, retornando após jantar em um dos restaurantes. Costuma se informar do nível de preço nas empresas onde pretende comprar antes mesmo de sair de casa comparando os valores com outras empresas do mesmo segmento. As compras são pagas todas no momento de consumo com uso de cartão de crédito ou serviços de pagamento digital (Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay).

### Consumo Central

O objetivo principal da viagem são as compras no comércio ou o consumo de serviços locais considerados de boa relação custo-benefício, sendo o principal gasto no destino, além do consumo em restaurantes, lanchonetes, cafeterias, sorveterias e locais de entretenimento. É visitante recorrente do destino regressando em média a cada duas semanas, sempre acompanhada de familiares ou amigos. Percorre toda a cidade de forma independente, com carro próprio, guiando-se por GPS, geralmente usando o Google Maps para chegar até os locais de interesse. Apesar de planejar as atividades da viagem, é flexível em relação aos horários e programação para descobrir coisas novas, apreciar alguma atração cultural ou passar um tempo maior percorrendo algum lugar com o qual se identificou. Agrada-lhe utilizar a estrutura dos parques urbanos para passear, ofertadas de forma gratuita pela cidade.

### Pós-consumo

Usa seu *smartphone* para compartilhar em tempo real no Instagram e no Facebook fotos e vídeos de sua visita à cidade, empresas e locais em que esteve, principalmente aquelas experiências 'instagramáveis', além de avaliar os locais - como no Google Local Guides. Isso propaga seu status pessoal e a imagem da cidade para seus familiares, amigos e conhecidos, muitas vezes informando e promovendo as oportunidades a serem aproveitadas no destino.

*Porque lá em Pato Branco, daí!*



# Pato Branco

## PERFIL DO TURISTA

*quem vem pra Pato Branco, daí?*

## PERSONA 3:

### Buscadores de Experiências Esportes

*As principais motivações são Esportes, Náutica, Aventura e Pesca.*



Marcelo tem 32 anos de idade, mora em Curitiba, é solteiro e sem filhos. Arquiteto de profissão e esportista por paixão, é movido por esportes, principalmente os esportes ao ar livre ou que permitam contato próximo com a natureza. Consegue conciliar sua rotina de trabalho com treinos e a prática de atividades físicas diversas como correr, pedalar, nadar, surfar e fazer trilhas. Também gosta muito de viajar para destinos de turismo náutico, de aventura e praticar a pesca esportiva com seus amigos em diversos destinos turísticos nacionais e internacionais, com permanência média de aproximadamente sete dias. As viagens de cicloturismo têm um valor sentimental muito grande, pois se lembra dos momentos que compartilhou com seu pai em uma viagem de bicicleta antes de vir a falecer. Viaja de avião para destinos distantes, ou de carro com seu grupo de amigos para correr em maratonas e participar de provas de mountain bike. Prefere ficar hospedado em pousadas, airbnb e hotéis de cadeias locais, pois se sente mais acolhido ao ter mais contato e interagir com a comunidade local. Também se preocupa com os impactos de sua visita na comunidade local, buscando sempre contribuir com a melhoria da qualidade de vida e desenvolvimento da economia.

### Pré-consumo

Tem perfil de liderança e é quem toma frente e organiza a viagem para si e seu grupo de amigos esportistas. Por conta própria, pesquisa e compara na internet os preços de hospedagem, passagens aéreas em comparação com deslocamento rodoviário, passeios, competições e atividades esportivas e de aventura, sobretudo em blogs esportivos e de viagens, sites e aplicativos móveis de opiniões de usuários como o TripAdvisor, Decolar.com, Booking.com, Airbnb, Strava, Wikiloc, AdventureBox, Agenda Offroad e grupos de viajantes no Facebook utilizando principalmente seu *smartphones*, com o qual também realiza as compras no cartão de crédito. Encontra o contato de esportistas locais e busca interagir com eles à busca de informações do destino. De acordo com suas pesquisas, além de Foz do Iguaçu, também ficou interessado em conhecer a beleza natural inexplorada do Sudoeste do Paraná com suas serras, florestas, rios e lagos, especialmente para a prática de cicloturismo, por influência de outros esportistas que conheceu em competições Brasil a fora.

### Compra

Faz sua compra após comparar valores, avaliações, notas e reputação de hospedagem nos sites e aplicativos do Booking.com, TripAdvisor e Airbnb. A escolha pelo destino, muitas vezes está atrelada a uma competição que visualizou no site Agenda Offroad o qual acessa com frequência cuja data está livre em seu calendário. Tal decisão ocorre com um mês de antecedência para dar tempo de organizar a viagem com seu grupo. Inscreve-se no evento esportivo e efetiva a reserva e compra da hospedagem pela internet utilizando seu notebook ou *smartphone*. A passagem aérea também é comprada pela internet, parcelada no Cartão de Crédito ou utilizando os pontos de seus programas de fidelidade. Em sua bagagem, carrega todo seu equipamento esportivo. No destino, ainda avalia as opções gastronômicas, de entretenimento e lazer e adquire os serviços que mais se identificam com seu perfil aventureiro e despojado, muitas vezes pela influência de esportistas que conheceu durante a viagem. As compras são pagas todas no momento de consumo com uso de cartão de crédito ou serviços de pagamento digital (Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay).

### Consumo Central

O motivo da viagem é a participação em atividades esportivas, sejam *tours* ou competições, principalmente em espaços de beleza cênica, sempre acompanhado de seu grupo. Se interessa pelas atividades relacionadas a turismo de aventura como trilhas, arvorismo, rapel, rafting, bóia-cross, caiaque, bem como praticar esportes ao ar livre incluindo montanhismo, escalada, trilhas e caminhadas, principalmente se tiver uma cachoeira para se refrescar e um vista sensacional que lhe transmita uma sensação indescritível de conquista e liberdade. Está sempre atento às normas de segurança, gosta de realizar as atividades por conta própria, é exímio usuário de GPS pelo qual se guia no destino quando não contrata serviços locais de receptivo. Quando os contrata, busca serviços especializados e pode recorrer ao aluguel de equipamentos que não levou na bagagem. Gosta de viajar sempre a novos lugares para aumentar sua coleção de experiências, retornando apenas se houver novas competições a fim de melhorar seu desempenho. Em vez de souvenirs, leva as lembranças na memória.

### Pós-consumo

Compartilha suas experiências durante as fases de consumo através das redes sociais e aplicativos que o mesmo utiliza para se relacionar online com seus amigos, familiares e colegas de trabalho, principalmente Facebook, Instagram, Strava, AdventureBox, WhatsApp e também em seu canal de YouTube, após a viagem e edição do vídeo. Orgulha-se de suas viagens, aventuras, atividades esportivas e gosta de compartilhar com a audiência que o acompanha.



*Porque lá em Pato Branco, daí!*



# Pato Branco

## PERFIL DO TURISTA

*quem vem pra Pato Branco, daí?*

# Pato Branco

## ORGANIZAÇÃO DO TURISMO



Marca da Região Turística na qual Pato Branco figura no Mapa do Turismo Brasileiro



### Conselho Municipal de Turismo

A Lei Nº 1.939 de 4 de julho de 2000 instituiu o Conselho Municipal de Turismo. A Lei Nº 6.031, 8 de novembro de 2022 altera o Art. 5º adequando a lista de instituições e representantes para o atual momento do turismo local. O Conselho é presidido por representante da iniciativa privada, sendo consultor e turismólogo com experiência de mais de 25 anos na atividade turística. As reuniões ocorrem a cada dois meses.

O colegiado é formado por **32 membros** e possui caráter consultivo e deliberativo.

- **07 vagas** são para o setor **Governamental** ocupadas pelas Secretarias Municipais de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação, Educação e Cultura, Esporte e Lazer, Meio Ambiente, Agricultura, e Planejamento Urbano.
- **10 vagas** são ocupadas pelo setor **Não Governamental** com ênfase no apoio e fomento ao turismo incluindo Instituições de Ensino Superior (UNIMATER, UNIDEP e UTFPR), Instituições e Empresas de Fomento (SEBRAE, SENAC, SESC, IRDES), Associações e Entidades de Classe (Núcleo de Tecnologia da Informação - NTI, Sindicato dos Empregados em Turismo e Hospitalidade - SETH), e representante entre as Cooperativas do Município.
- **15 vagas** são destinadas à **Iniciativa Privada e Sociedade Civil Organizada** incluindo Entidades de Classe (Sindicato de Hotéis e Restaurantes, Associação de Artesãos, Associação Comercial e Empresarial, Núcleo de Eventos, Núcleo Cervejeiro, Sociedade Rural, Sindicato do Comércio), representantes de atividades turísticas não organizados em classes (agências de viagem, locais de evento, taxistas, motoristas de aplicativo de transporte) e representantes de associações esportivas e recreativas (com ênfase para os clubes profissionais de esporte, cicloturismo e corrida de rua, CTGs)

Em Dezembro, foi aprovada a Lei nº 6.056 que instituiu o **Fundo Municipal de Turismo**, conta a ser administrada pelo COMTUR.

### 32 conselheiros

- 07 - Governamental
- 10 - Não Governamental
- 15 - Iniciativa Privada

### 1 Fundo

Aprovado em 2022

### Órgão Oficial de Turismo

Em Pato Branco a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico mantém em sua estrutura administrativa a **Divisão de Desenvolvimento e Turismo** que responde como Órgão Oficial de Turismo.

O Município integra o Mapa do Turismo Brasileiro participando da **Região Turística Vales do Iguaçu - Sudoeste do Paraná**, classificado na Categoria B. O órgão gestor da Instância de Governança Regional (IGR) é a Agência de Desenvolvimento Regional do Sudoeste PR com a qual a Prefeitura firmou convênio com repasses financeiros mensais tendo como contrapartida apoio no planejamento, gestão e promoção do turismo em ações regionais integradas.

O cargo de Chefe de Divisão é ocupado por turismóloga com graduação em Administração e 20 anos de atuação na área de organização de eventos e agenciamento turístico, tendo assumido a função em Abril de 2022.

### Política Pública de Turismo

A Prefeitura mantém o **Programa PatoTour** com diversas ações voltadas ao planejamento, organização e promoção turística, dentre elas:

- Assessoria técnica com consultoria especializada para **estruturação do OOT**.
- **Missão de benchmarking** a Gramado, RS para reconhecimento de boas práticas de gestão.
- Planejamento e Realização do **Festival Gastronômico** de Pato Branco já em 2 edições.

### PatoTour

Programa com Política Pública de Turismo

### Vales do Iguaçu

Adesão à Região Turística

- **Capacitação e Formação de grupo** de empresários e instituições ligadas ao turismo.

- Apoio ao COMTUR na **revisão da legislação** de turismo no município.

- Início do **Inventário da Oferta Turística**.

- Início do **Estudo de Inteligência do Turismo**.

- Apoio na estruturação do **Programa Pato Branco Destino Turístico Inteligente**.

- Programa **Capacitação profissional** de turismo

Tais ações são realizadas em conjunto com as diversas instituições e empresas participantes, especialmente com o apoio do SEBRAE.

Além do Programa PatoTour, há ações de impacto no turismo mantidas por outras Secretarias Municipais com apoio do OOT. Em especial, cabe mencionar os **eventos** promovidos pela **Secretaria de Esporte e Lazer** envolvendo competições que atraem atletas e delegações de fora da cidade. Também a Feira **Inventum** promovida pela Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação em conjunto com os atores tecnológicos do Município. Ainda o **Natal de Pato Branco** sob responsabilidade da Secretaria de Educação e Cultura, Divisão de Natal, atraindo muitos visitantes de cidades do entorno e também turistas.



**Pato Branco**  
DESTINO TURÍSTICO  
INTELIGENTE



# Pato Branco

## DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

*Destino Turístico Inteligente é aquele destino turístico inovador, consolidado sobre uma infraestrutura tecnológica de vanguarda que garanta o desenvolvimento sustentável do território turístico. Acessível a todos, facilita a interação e integração do visitante com o meio ambiente e melhora a qualidade de sua experiência no destino.*

*(SEGITTUR, 2015, p. 13)*

O conceito Destino Turístico Inteligente é inovador, derivado da ideologia de Cidades Inteligentes. Enquanto este tem foco na qualidade de vida para o cidadão, aquele busca a oferta de um destino de qualidade para o turista.

Um DTI está fundamentado em 4 dimensões principais: **tecnologia, sustentabilidade, experiência da visita, e governança do turismo.**

Não se pode conceber um DTI sem **Tecnologia**. O turista hoje tem um perfil hiper conectado e busca comunicar-se por meio de experiências digitais antes, durante e após o consumo. Por isso, as empresas que operam o turismo e os gestores municipais da atividade precisam implantar mecanismos que garantam a conectividade digital com o

visitante, além de levantar dados de maneira estratégica da demanda e consumo por meio de Business Intelligence (BI).

Espera-se também que as empresas e os gestores públicos de turismo melhorem cada vez mais seus indicadores sociais, econômicos e ambientais. A **Sustentabilidade** permitirá que tanto os atuais visitantes quanto os visitados e as futuras gerações sigam tendo acesso aos benefícios do turismo. A acessibilidade também é um fator a ser atendido neste quesito.

Em termos de visitação e atratividade, o **Turismo de Experiências** é a tônica de um DTI. Além da qualidade e do bom atendimento, espera-se que a oferta turística seja autêntica, original, baseada nos valores, culturas e histórias próprias do destino e/ou do atrativo, oportunizando vivências e momentos memoráveis durante a visita.

A **Governança** em um DTI tem papel fundamental. A sociedade local, mais os setores de inovação, tecnologia da informação e comunicação devem se unir à rede empresarial de turismo criando engajamento para compor um verdadeiro ecossistema, fluido, natural, seguindo um ordenamento pactuado e administrado de forma colegiada em prol de atrair e satisfazer os visitantes.

## DTI em Pato Branco, PR

O conceito DTI surgiu em 2012 na Catalunha, Espanha. O Paraná foi pioneiro em adaptar sua estratégia de desenvolvimento turístico, incorporando os preceitos DTI já em 2016. Em 2020-21, o Ministério do Turismo rodou o DTI como programa piloto em 10 destinos, 2 em cada região, dentre eles Curitiba.

Em 2022, o SEBRAE decidiu disseminar as experiências do piloto pelo país. O SEBRAE-PR optou por implantar/seguir com o programa em 15 Municípios: Curitiba, São José dos Pinhais, Antonina, Morretes, Lapa, União da Vitória, Foz do Iguaçu, Guarapuava, Umuarama, Apucarana, Maringá, Londrina, Ponta Grossa, Carlópolis e Pato Branco.

Entre agosto e dezembro/2022, o Programa DTI atuou em Pato Branco com **três macroações** principais:

1. Aplicação de **Diagnóstico Maturidade do DTI** - com levantamento de dados nas 4 dimensões para compreensão panorâmica do destino (nota = 7,16).
2. **Fortalecimento do Ecossistema DTI**, - sensibilização, articulação e mobilização de atores e instituições em prol de pactuar ações para o desenvolvimento dos indicadores compondo um Grupo de Trabalho junto ao COMTUR.
3. **Jornada de Desenvolvimento de Produtos Turísticos de Experiência** - junto à iniciativa privada e operadores a fim de aprimorar o produto turístico tendo por base os fundamentos da economia da experiência, sendo atendidos 15 empreendimentos com

workshops e mentorias resultando em 08 produtos de experiência, dentre os 77 do Catálogo Experiências Paraná.

Outras ações incluíram:

- **orientação ao OOT e COMTUR** para a reconfiguração do rol de instituições-membro do colegiado com base na vocação turística local;
  - **ativação do Grupo de Trabalho DTI** junto ao COMTUR;
  - definição de **3 Personas** tipificando o turista/visitante típico de Pato Branco;
  - elaboração do Documento **Diretrizes de Planejamento DTI** com vistas à melhoria dos indicadores nas 4 dimensões;
  - redação de textos e levantamento de documentação em atendimento ao **Edital «Programa Turismo Futuro Brasil»** para captação de recursos junto ao BID/SEBRAE para desenvolvimento de Pato Branco enquanto DTI.
- Em 2023, o SEBRAE-PR segue com atividades nas 3 macroações. Uma ação de planejamento está marcada para o mês de janeiro com o objetivo de criar uma força tarefa junto às instituições em busca da melhoria dos indicadores, além do atendimento da segunda etapa do Edital BID/SEBRAE. Também há previsão de ampliação no atendimento de empresas e operadores de produtos turísticos aumentando a oferta de produtos de experiência no DTI Pato Branco.

**Pato Branco**  
DESTINO TURÍSTICO  
INTELIGENTE



# Pato Branco

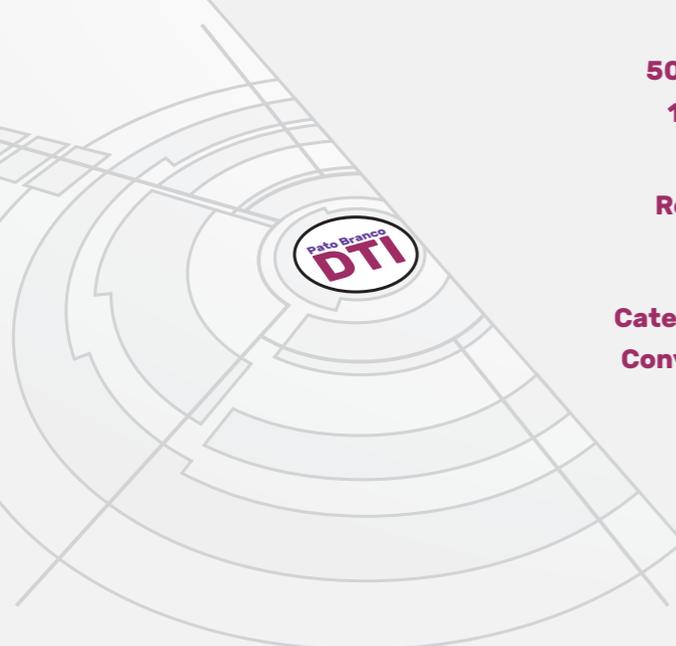
## INDICADORES DTI

# NOTA: 71,63

Diagnóstico de Maturidade de Destinos Turísticos Inteligentes

<https://diagnostico.sebrae.com.br/atuacao:12/12/2022.responsavel:Jr.Baggio>

Jr. Baggio - Agente de Turismo | Programa DTI SEBRAE-PR | Boletim Informativo | Dezembro/2022



**Pato Branco**  
DESTINO TURÍSTICO  
INTELIGENTE



## DIMENSÃO GOVERNANÇA

### Conselho Municipal de Turismo

**07** - Governamental  
**32** membros **10** - Não Governamental  
**15** - Iniciativa Privada/Soc. Civil

**Lei** nº 1.939 de 04/07/2000 e 6.031 de 08/11/2022

- presidência exercida pela iniciativa privada  
- caráter consultivo e deliberativo  
- reuniões bimestrais (70% de comparecimento)

### Fundo Municipal de Turismo

**Lei** nº 6.056 de 01/12/2022

### Órgão Oficial de Turismo

Divisão de Desenvolvimento e Turismo da Sec. Municipal de Desenvolvimento Econômico

**01** profissional turismóloga/técnica

**sim** ações de capacitação/assessoria técnica

**500 mil** orçamento específico para o turismo (R\$)

**1,89%** do orçamento global da Prefeitura

### Programa de Regionalização do Turismo

**Região** Região Turística Vales do Iguaçu

**IGR** Agência Desenv. Regional Sudoeste PR  
30 municípios na RT (22 conveniados)

**Categoria** Município B (entre A-E)

**Convênio** Termo N° 03 de 17 de Maio/2022

### Núcleos Empresariais ligados ao Turismo

- Sindicato Hotéis e Restaurantes SHRBS  
- Núcleo de Tecnologia da Informação NTI  
- Núcleo de Eventos NEVE  
- Núcleo Cervejeiro NCPB  
- Sindicato Taxistas  
- Quebra-freio Bike Clube  
- Sind Emp. Transp. Passageiros SINTRAESC

**CADASTUR** **Lei** nº 11.771, 17/09 2008

**50** Registros **40%** Hotéis registrados

**06** \*Meio de Hospedagem  
**16** Restaurante/Similar  
**13** Agência  
**09** \*Transportadora  
**02** Prestador Especializado  
**01** \*Organizadora de Eventos  
**01** Locadora de Veículos  
**01** Pq. Aquát. Empreend. Lazer  
**01** Prestador Infra. Eventos

*Sem incidência:*  
Acampamento Turístico  
Casa Espetáculos/Animação  
Centro de Convenções  
Apoio Turismo Náutico/Pesca  
Guia de Turismo  
Parque Temático

## DIMENSÃO EXPERIÊNCIA DO TURISTA

### Oferta de Experiências

- Rota do Chá - Silica Shop  
- Terapias Brasileiras - Silica Spa  
- Hãzbier Experience - Cervejaria Hãzbier  
- Brunch Pato Branco - CupCake Shop Café  
- Infâncias de Pato - Chris Trattoria  
- Pato Branco Bike Tour - Quebra-Freio Bike Club  
- Pato Branco Tech Tour - NTI  
- Suíte Natalina - Hotel San Pietro



### Serviços Colaborativos

- Hospedagem: Airbnb  
- Alimentos: AiFood, AiqFome  
- Mobilidade: Garupa, Chofer 46, Flash Mobil  
Urban-BR, Urbano Norte



*Lei* nº 5.705/2021 transporte motorizado por aplicativos

### Reputação Online

**8,7** média hospedagem **booking.com** (5 hotéis)  
**80%** mais bem avaliados nota 8,5 ou acima  
**4,7** média atrativos **tripadvisor** (6 hotéis)  
**56%** alimentos tripadvisor nota 4,5 ou 5 (de 125)

### Fomento à Inovação Tecnológica

- Polo de Inovação  
- Eventos de Estímulo à inovação  
- Incubadoras e Hotel Tecnológico  
- Parque Tecnológico

## DIMENSÃO TECNOLOGIA



**100%** wi-fi ou 4G nos atrativos turísticos

*Município carece de:*

- software de gestão do turismo  
- website responsivo e atualizado  
- rede social voltada ao turista  
- aplicativo do destino ou PWA  
- wi-fi no CAT  
- atrativos com sinalização e QR Code  
- sistemas de geolocalização para uso turístico  
- uso de realidade virtual aumentada

## DIMENSÃO SUSTENTABILIDADE

### Ambiental

**100%** Coleta de lixo  
**100%** Coleta seletiva de lixo  
**100%** Abastecimento de água  
**100%** Coleta de esgoto  
**100%** Iluminação LED áreas turísticas  
**0%** Combustível alternativo frota transporte  
**sim** política de gestão ambiental  
**09** áreas naturais SNUC **02** com visitação  
**01** cooperativa de reciclagem



### Social

**0,782** IDHM (IBGE, 2010)  
**43,8%** População ocupada (IBGE, 2020)  
**1074** empregos alojamento e alimentação (IBGE (2010) do total de empregos do município (IBGE, 2010)  
**2,80%** não atrativos culturais tombados



### Econômica

**48,3 mil** PIB per capita (R\$) 39º no PR (IBGE-19)  
**267** empresas alojamento e alimentação (IBGE, 2020) do total de empresas do município (IBGE, 2020)  
**7,8%** ISS alojamento e alimentação (Prefeitura, 2021) do total ISS município (R\$ 31.251.680,31)  
**0,83%** orçamento do OOT 2023 (R\$)  
**500 mil** do orçamento global da prefeitura  
**0,1%** PIB Turismo (R\$)  
**18,9 mi** do PIB total do Município (R\$ 4,004 bi)  
**0,47%** Total de empresas de turismo (Prefeitura, 2022)  
**546** Número de MEI, MPes do turismo  
**100%** MEIs de turismo (38,3% do total)  
**209**



### Acessibilidade

**34** veículos transporte público adaptados para PCD  
**100%** semáforo área turística, 01 sonoro  
**100%** calçada adaptada atrativos principais atrativos  
**20** de atrativos adaptados para PCD  
**80%** empresas de A&B  
**239** de empresas de A&B adaptadas para PCD  
**40%** meios de hospedagem  
**15** meios de hospedagem adaptados para PCD  
**40%** passeio turístico adaptado PCD  
**01** sanitários públicos adaptados  
**sim**



# Pato Branco

## DIRETRIZES DTI

### DIMENSÃO GOVERNANÇA



#### Estruturação e Qualificação do Órgão Oficial de Turismo e COMTUR

- Ampliar o corpo técnico da Divisão de Turismo
- Realizar o inventário da oferta turística
- Ampliar os registros no CADASTUR de empresas em Atividades Características de Turismo (ACTs), principalmente os obrigatórios por lei
- Incentivar os registros no CADASTUR de empreendimentos que atendem a segmentos especializados em turismo
- Providenciar capacitação em gestão municipal de turismo para os funcionários do OOT e conselheiros de turismo

#### Planejamento e Desenvolvimento do DTI

- Elaborar o Plano Municipal de Turismo com ênfase em DTI e turismo de experiências
- Instituir a Política Pública DTI no Município
- Fomentar a criação de leis de incentivo ao turismo
- Elaborar projetos para captação de recursos para o turismo de modo próprio e transversalmente em conjunto com as demais secretarias municipais, legislativo e instituições de apoio
- Garantir dotação orçamentária ao Fundo Municipal de Turismo

**Pato Branco**  
DESTINO TURÍSTICO  
INTELIGENTE



### DIMENSÃO EXPERIÊNCIA DO TURISTA



#### Ampliação e Qualificação da Oferta de Produtos Turísticos de Experiência

- Monitorar a efetividade dos produtos de turismo de experiência constituídos e verificar a necessidade de ajustes
- Criar catálogo local de experiências turísticas de Pato Branco para dar visibilidade aos produtos participantes
- Instituir critérios para figurar e continuar no catálogo de Experiências Pato Branco, mesmo aos produtos que não participam de um programa formal
- Realizar a Jornada de Desenvolvimento de Produtos Turísticos de Experiência para novos empreendimentos, inclusive empresas de TIC integrantes do Roteiro Tecnológico e produtos do entorno
- Realizar o cadastro dos produtos de turismo de experiências em sites especializados
- Criar uma rede entre os produtos de experiência fomentando as parcerias, indicações e mini roteiros

#### Melhoria da Reputação Online

- Orientar os produtos turísticos a perseguirem a melhoria na reputação online melhorando os indicadores do destino
- Garantir recursos junto à prefeitura e instituições parceiras para o desenvolvimento e inovação em turismo

*a fim de promover cursos, hackatours, maratonas de projeto arquitetônico para construção de realidade virtual, maratona de projeto para soluções urbanas, soluções com o uso de câmeras de monitoramento para fins de turismo, uso de QR codes para fins de turismo, uso de código de endereçamento rural para fins de turismo, aplicativos de divulgação e aquisição de produtos de experiência*

### DIMENSÃO TECNOLOGIA



#### Implantação do Sistema de Informações Turísticas

- Implantar software de gestão municipal do turismo no OOT incluindo BI para subsidiar as decisões estratégicas
- Implantar Centro de Atendimento ao Turista com garantias de conectividade
- Instalar Sistema de Sinalização com QR Codes nos atrativos com links direcionando a leitura para o portal de turismo e redes sociais a fim de garantir informações da movimentação interna e jornada do turista

#### Implantação da Presença Digital

- Implantar o portal online de turismo responsivo e categorizado em conexão com aplicação móvel
- Implantar perfis/páginas/canais oficiais nas redes sociais dedicadas ao turismo para comunicação com o público-alvo (Instagram, Facebook, YouTube, Strava, TikTok e outras)
- Manter o portal e perfis/páginas/canais atualizados
- Desenvolver a cidade de Pato Branco no Metaverso, iniciando pela malha viária e principais edificações, parques e atrativos turísticos

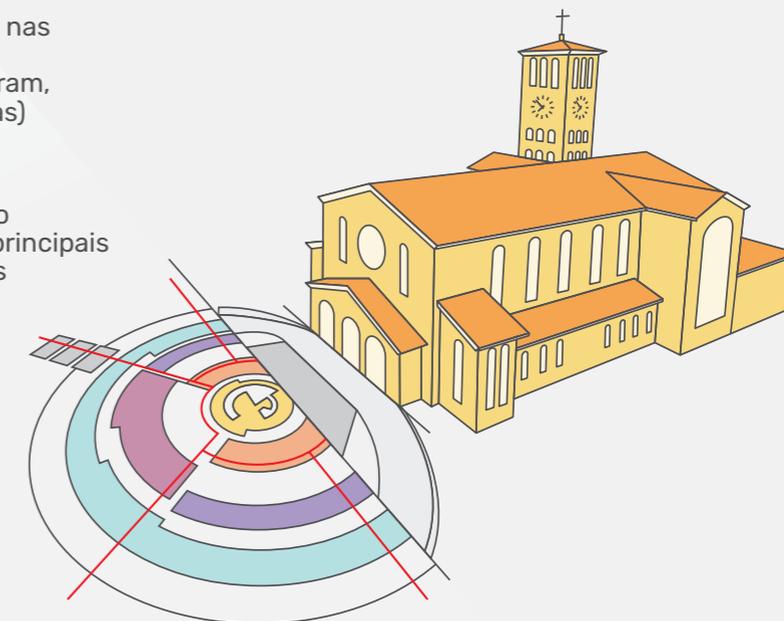
**Porque lá em Pato Branco, daí!**

### DIMENSÃO SUSTENTABILIDADE



#### Melhoria dos indicadores de sustentabilidade

- Incentivar o uso de combustíveis alternativos na frota de transporte público
- Criar instrumentos de incentivo ao empreendedorismo, emprego e melhoria da renda no turismo garantindo oportunidade de crescimento profissional e qualidade de vida
- Instituir lei de proteção do patrimônio cultural material e imaterial
- Ampliar os investimentos públicos voltados para o turismo em qualificação da infraestrutura, qualificação profissional, gestão e promoção
- Melhorar os indicadores de acessibilidade em empresas e espaços turísticos



## CONHECIMENTO E TECNOLOGIA

01. UTFPR
02. UNIMATER
03. UNIDEP
04. SENAI
05. SENAC
06. Prefeitura - Capacitação
07. Parque Tecnológico

## PÚBLICO/GOVERNAMENTAL

08. **SMDE - Sec. Mun. Desenv. Econômico\***
09. **Divisão de Desenv. Turismo\***
10. SMCTI - Sec. Mun. Ciência. Tec. Inovação
11. **Divisão Programa Cidades Inteligentes\***
12. SMMA - Sec. Mun. Meio Ambiente\*
13. SMPU - Sec. Mun. Planejamento Urbano\*
14. SMEL - Sec. Mun. Esporte e Lazer\*
15. SMA - Sec. Mun. Agricultura\*
16. IPPUPB
17. Divisão Aeroporto
18. Divisão Parque de Exposições
19. Câmara de Vereadores
20. IGR Vales do Iguaçu

## INICIATIVA PRIVADA

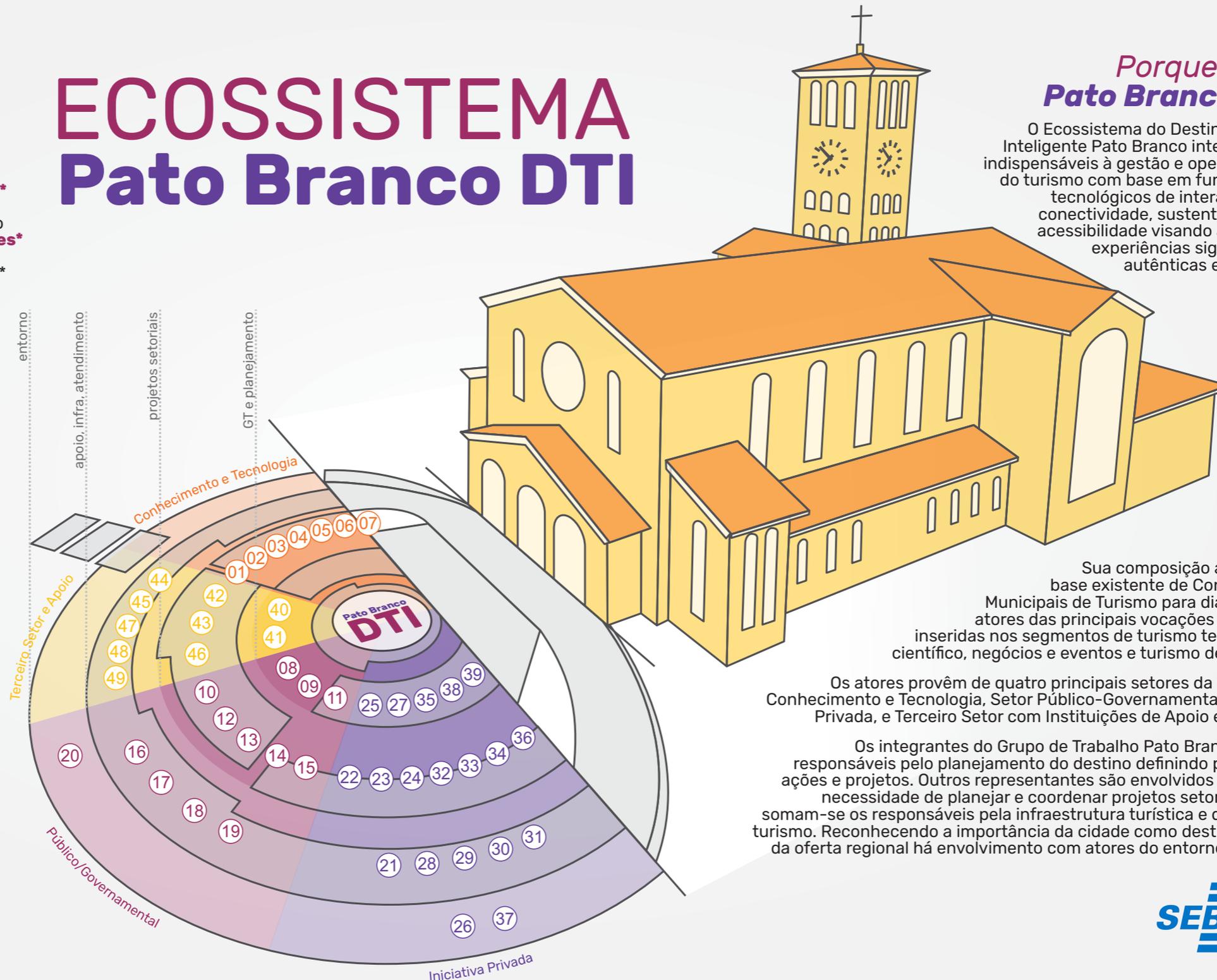
21. Espaços de Evento\*
22. Atlas Eletrodomésticos
23. Hi-mix
24. InoBram
25. **Cervejaria Hazbier\***
26. Vinícola RH
27. **NTI\***
28. Chris Trattoria
29. Benedito Trattoria
30. Hotel San Pietro\*
31. Silica Suites
32. Pato Basquete
33. Azuriz
34. Pato Futsal
35. **Quebra-Freio\***
36. Acorpato
37. TI Mangueirinha
38. **Limber Software\***
39. **Zapping Consultoria\***

## TERCEIRO SETOR E APOIO

40. **SEBRAE-PR\***
41. **SHRBS\***
42. SINDICOMÉRCIO\*
43. ACEPB\*
44. ACEPB/NEVE\*
45. ACEPB/NUCE\*
46. Sistema Fecomércio/SESC e SENAC\*
47. SETH\*
48. IRDES\*
49. Rede de Cooperativas\*

\* Conselheiros Municipais de Turismo

# ECOSSISTEMA Pato Branco DTI



## Porque lá em Pato Branco, daí!

O Ecossistema do Destino Turístico Inteligente Pato Branco integra atores indispensáveis à gestão e operação local do turismo com base em fundamentos tecnológicos de interatividade e conectividade, sustentabilidade e acessibilidade visando à oferta de experiências significativas, autênticas e genuínas.

Sua composição aproveita a base existente de Conselheiros\* Municipais de Turismo para dialogar com atores das principais vocações do destino inseridas nos segmentos de turismo tecnológico-científico, negócios e eventos e turismo de esportes.

Os atores provêm de quatro principais setores da sociedade: Conhecimento e Tecnologia, Setor Público-Governamental, Iniciativa Privada, e Terceiro Setor com Instituições de Apoio e Fomento.

Os integrantes do Grupo de Trabalho Pato Branco DTI são responsáveis pelo planejamento do destino definindo programas, ações e projetos. Outros representantes são envolvidos quando da necessidade de planejar e coordenar projetos setoriais. A eles somam-se os responsáveis pela infraestrutura turística e de apoio ao turismo. Reconhecendo a importância da cidade como destino indutor da oferta regional há envolvimento com atores do entorno imediato.



# Pato Branco

## DESTINO TURÍSTICO

### INTELIGENTE

**Jaqueline Andria**  
Gestora Regional

Programa DTI  
SEBRAE-PR  
Regional Sul  
Pato Branco, PR

**Jr. Baggio - Agente de Turismo**

Designer, Arquiteto e Urbanista  
Administrador e Tecnólogo em Hotelaria  
Mestre em Ciências Sociais Aplicadas

Presidente do Conselho Municipal de  
Turismo de Pato Branco, 2022.

## Boletim Informativo do Programa DTI SEBRAE-PR

realização:  
SEBRAE-PR - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas  
Empresas do Estado do Paraná

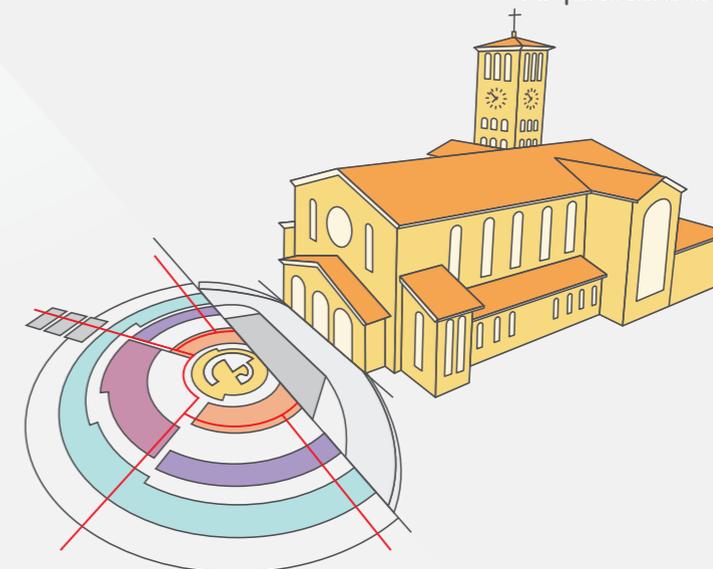


Regional Sul SEBRAE-PR  
**Jaqueline Andria**  
Gestora de Turismo

apoio:  
**Suzana Baggio**  
Chefe da Divisão de Desenvolvimento e Turismo. Secretária de  
Desenvolvimento Econômico. Prefeitura de Pato Branco, PR.

Conselho Municipal de Turismo de Pato Branco, PR.

criação, artes, textos, edição, diagramação:  
**Jr. Baggio**  
Zapping Consultoria  
Arquitetura & Design



As artes e textos utilizados neste projeto são de propriedade de terceiros. Estes são titulares dos direitos autorais de suas obras. É vedado qualquer tipo de reprodução das referidas sem prévia e expressa autorização dos autores. Pato Branco, PR | Versão 1 | Dezembro, 2022.