



Plano de Branding Territorial para **Bandeirantes**



CONSELHO DELIBERATIVO ESTADUAL DO SEBRAE/MS

Associação das Microempresas do Estado do Mato Grosso do Sul – AMEMS

Banco do Brasil – BB S.A.

Caixa Econômica Federal – CAIXA

Federação das Associações Empresariais de Mato Grosso do Sul – FAEMS

Federação das Indústrias do Estado de Mato Grosso do Sul – FIEMS

Federação de Agricultura e da Pecuária do Estado de Mato Grosso do Sul – FAMASUL

Federação do Comércio do Estado de Mato Grosso do Sul – FECOMÉRCIO

Fundação de Apoio ao Desenvolvimento do Ensino, Ciência e Tecnologia do Estado de Mato Grosso do Sul – FUNDECT

Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS

Secretaria de Estado de Meio Ambiente, Desenvolvimento, Ciência, Tecnologia e Inovação - SEMADESC

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO DO SEBRAE/MS

Marcelo Bertoni

DIRETOR SUPERINTENDENTE

Cláudio George Mendonça

DIRETORA TÉCNICA

Sandra Amarilha

DIRETOR DE OPERAÇÕES

Tito Manuel Sarabando Bola Estanqueiro

GERENTE DA UNIDADE DE COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Jorge Tadeu de Barros Veneza

COORDENADORA DE COMPETITIVIDADE

Isabella Fernandes Montello

COORDENADORA DE POLÍTICAS PÚBLICAS

Kassiele Cristina Nardi Galvão de França

GESTÃO E EXECUÇÃO

Vagner Texeira Alexandre
Roger Victor Corona Garcia
Odair José Mombach

BANDEIRANTES

Gerente: Luzicarla Souza Softov
Analista: Priscila Alves de Souza Proença
Consultora: Sara Cristina Mann

METODOLOGIA E DESENVOLVIMENTO DE CONTEÚDO

Equipe UNISINOS – Universidade do Vale do Rio dos Sinos

COORDENAÇÃO DO IPM - UNISINOS

Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca
Prof. Dr. Fabricio Farias Tarouco

PESQUISA E PROJETAÇÃO

Prof. Ms. Gabriel Gallina Jorge
Ms. Francielle Daudt
Ms. Lucas Becker

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO

- 1.1 Propósito
- 1.2 Objetivos
- 1.3 Mapa Territorial do MS
- 1.4 Procedimentos Metodológicos
- 1.5 Documentos Produzidos

2. BRANDING TERRITORIAL

- 2.1 Conceituação
- 2.2 Imagens da Cidade
- 2.3 Proposta

3. EIXOS NORTEADORES

- 3.1 Eixos Norteadores
- 3.2 Organização
- 3.3 Encantamento
- 3.4 Experiências
- 3.5 Hospitalidade
- 3.6 Comunicação

4. PROJETOS ESTRATÉGICOS

- 4.1 Estética Urbana
- 4.2 Intervenções Criativas
- 4.3 Produtos Locais
- 4.4 Novas Atratividades
- 4.5 Imersão e Vivência
- 4.6 Eventos Temáticos

05

06

08

09

10

11

12

13

14

15

16

18

19

20

23

26

29

32

33

41

49

57

65

73

5. PROJETOS COMPLEMENTARES

- 5.1 Rua de Referência 82
- 5.2. Hospedagem e Estadia 90
- 5.3 Jornada Gastronômica 98
- 5.4 Marca e Identidade 106
- 5.5 Comunicação Visual 116
- 5.6 Presença Digital 127

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

- 6.1 Síntese Projetual 137
- 6.2 Colocando as diretrizes em prática 138
- 6.3 Próximos passos 139



Apresentação

APRESENTAÇÃO

Construção histórica, riqueza cultural e potencialidades econômicas são aspectos importantes que formam a identidade de um povo e a representatividade do local dentro de determinada região. Identificar esses pilares é um passo importante para um município, por trazer o sentimento de pertencimento à população e, também, proporcionar clareza na forma como a cidade se apresenta para o mundo.

Por entender a relevância da consolidação dessa imagem no processo de desenvolvimento econômico, o Sebrae, por meio do programa Cidade Empreendedora, auxiliou o município na construção do Plano de Branding Territorial. Um projeto estratégico que estabelece a identidade da cidade e a maneira como ela deve ser trabalhada para promover o local, em âmbito estadual e, até mesmo, nacional. Vale destacar que o acesso a novos mercados fortalece o empreendedorismo, que é uma das principais forças para o desenvolvimento sustentável.

A realização desse trabalho envolveu o poder público e representantes de diversos segmentos da sociedade, considerando a opinião dos moradores e lideranças. Nosso intuito com essa entrega é apoiar a administração municipal para tornar o município mais competitivo, atraindo novos investimentos. gerando na população o sentimento de orgulho e vontade de construir uma cidade melhor para todos.

É dessa forma que o Sebrae cumpre o seu papel e apoia o pequeno negócio, trazendo mais visibilidade para o município, novas oportunidades para os empreendedores locais e gerando na população o sentimento de orgulho e vontade de construir uma cidade melhor para todos.

Claudio Mendonça

Diretor-superintendente do Sebrae/MS

Desenvolvimento Sustentável e o Marketing Territorial

A interconexão entre territórios, desenvolvimento e sustentabilidade é fundamental para moldar um futuro próspero e equilibrado. Os territórios, sejam urbanos, rurais ou naturais, representam os espaços onde ocorrem as atividades humanas e as interações com o meio ambiente. O desenvolvimento, por sua vez, busca promover o crescimento econômico, social e ambiental desses territórios, garantindo que as necessidades presentes sejam atendidas sem comprometer as oportunidades das futuras gerações. Nesse contexto, a sustentabilidade surge como um princípio orientador, que busca conciliar o desenvolvimento humano com a preservação dos recursos naturais e a manutenção dos sistemas ecológicos.

Nesse contexto, o Marketing Territorial emerge como uma ferramenta de apoio na promoção do desenvolvi-

to sustentável, unindo estratégias de marketing com a conservação e valorização dos recursos locais. Ao direcionar esforços para destacar as características únicas de uma região, o marketing territorial não apenas atrai investimentos e turistas, mas também fortalece a identidade local e incentiva práticas sustentáveis.

Ao alinhar suas ações com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), o Marketing Territorial pode contribuir significativamente para o alcance de diversas metas. Por exemplo, ao promover práticas agrícolas sustentáveis, uma região pode apoiar o ODS 2 (Fome Zero e Agricultura Sustentável). Da mesma forma, ao enfatizar a preservação ambiental e o turismo responsável, contribui-se para o ODS 15 (Vida Terrestre) e o ODS 12 (Consumo e Produção Sustentáveis).

Além disso, o Marketing Territorial pode desempenhar um papel fundamental na sensibilização e

engajamento da comunidade local em questões ambientais e sociais, promovendo a participação ativa e o desenvolvimento de soluções coletivas. Dessa forma, as estratégias de marketing não apenas aumentam a visibilidade e competitividade do território, mas também promovem um desenvolvimento mais equitativo, inclusivo e sustentável, alinhado aos objetivos globais de desenvolvimento.

OBJETIVOS DO MILÊNIO



O Desafio do

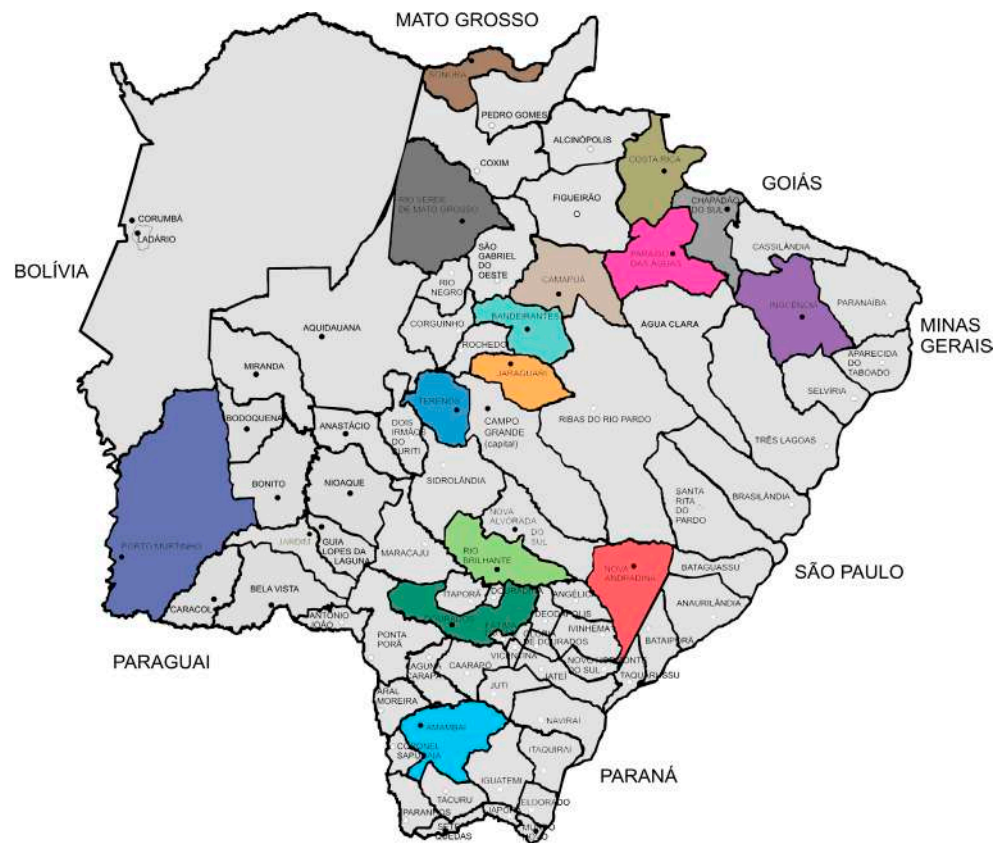
Plano de Branding

Desenvolver projeto estratégico de branding territorial para subsidiar atores locais e agentes do SEBRAE a comunicar, qualificar e promover estrategicamente cidades empreendedoras do estado do Mato Grosso do Sul, no Brasil.

O branding desempenha um papel crucial no cenário atual. É uma ferramenta indispensável para o sucesso dos territórios no contexto da competitividade. Trata-se de uma ponte entre os lugares e o público-alvo que pretende-se alcançar, estabelecendo uma presença significativa no contexto territorial e diferenciando-se dos demais, ao apresentar características exclusivas que o fazem único e especial. Assim, a cidade se desenvolve de forma criativa e sustentável do ponto de vista econômico, social e ambiental.



MAPA TERRITORIAL DO MS



As cidades contempladas pelo

Projeto Estratégico

Ao todo foram 15 cidades contempladas pelo projeto de construção do Plano de Branding Territorial desenvolvido pelo Sebrae.

A partir do trabalho desenvolvido pelo Sebrae e pela equipe do Instituto de Pesquisas de Mercado da Unisinos, os municípios contemplados pelo projeto passam a contar com este Plano de Estratégias elaborado especialmente para a cidade. Com o material em mãos, gestores públicos e comunidade poderão traçar ações que visem o desenvolvimento territorial por meio de seu posicionamento no âmbito regional, estadual e nacional, diferenciando-se de outros municípios. No mapa ao lado é possível visualizar as cidades contempladas pelo projeto e perceber a dimensão do trabalho realizado.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

As etapas do

Trabalho desenvolvido



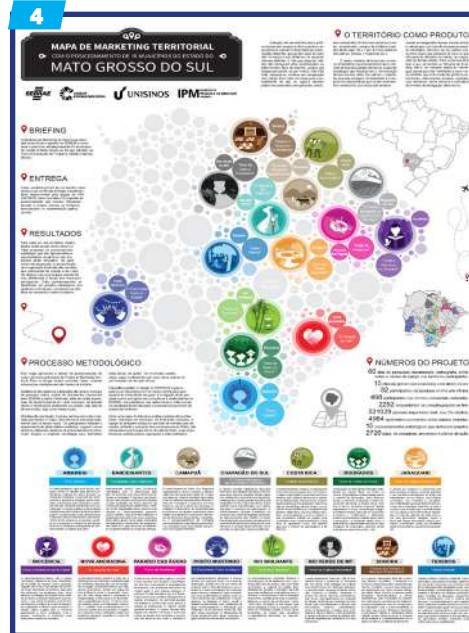
DOCUMENTOS PRODUZIDOS

1

BANDEIRANTES	Processos metodológicos de cocriação	Atividades de cocriação	Atividades de cocriação
Atividades de cocriação	Atividades de cocriação	Atividades de cocriação	Atividades de cocriação
Atividades de cocriação	Atividades de cocriação	Atividades de cocriação	Atividades de cocriação
Atividades de cocriação	Atividades de cocriação	Atividades de cocriação	Atividades de cocriação
Atividades de cocriação	Atividades de cocriação	Atividades de cocriação	Atividades de cocriação
Atividades de cocriação	Atividades de cocriação	Atividades de cocriação	Atividades de cocriação
Atividades de cocriação	Atividades de cocriação	Atividades de cocriação	Atividades de cocriação
Atividades de cocriação	Atividades de cocriação	Atividades de cocriação	Atividades de cocriação
Atividades de cocriação	Atividades de cocriação	Atividades de cocriação	Atividades de cocriação
Atividades de cocriação	Atividades de cocriação	Atividades de cocriação	Atividades de cocriação



3



Ao longo de 8 meses, os profissionais envolvidos desenvolveram uma série de atividades e documentos que embasaram o plano de branding territorial proposto. Citam-se os materiais mais relevantes produzidos:

1. *Framework da Análise de Contexto*
2. *Síntese da Oficina de Cocriação*
3. *Pesquisa online e tabulação*
4. *Mapa de Marketing Territorial*
5. *Plano de Branding Territorial*

Além disso foram:

- 60 dias** de pesquisa documentais, netnografia, entrevistas e saídas de campo;
- 32 participantes** na pesquisa online pós-oficina;
- 498 participantes** nas oficinas presenciais;
- 2252 respondentes** na consulta popular; online;
- 531.029 pessoas** impactadas (hab. das 15 cidades);
- 4984 quilômetros** percorridos;
- 15 posicionamentos** estratégicos.
- 2720 páginas** de pesquisas, processos e planos de ação.



Branding Territorial

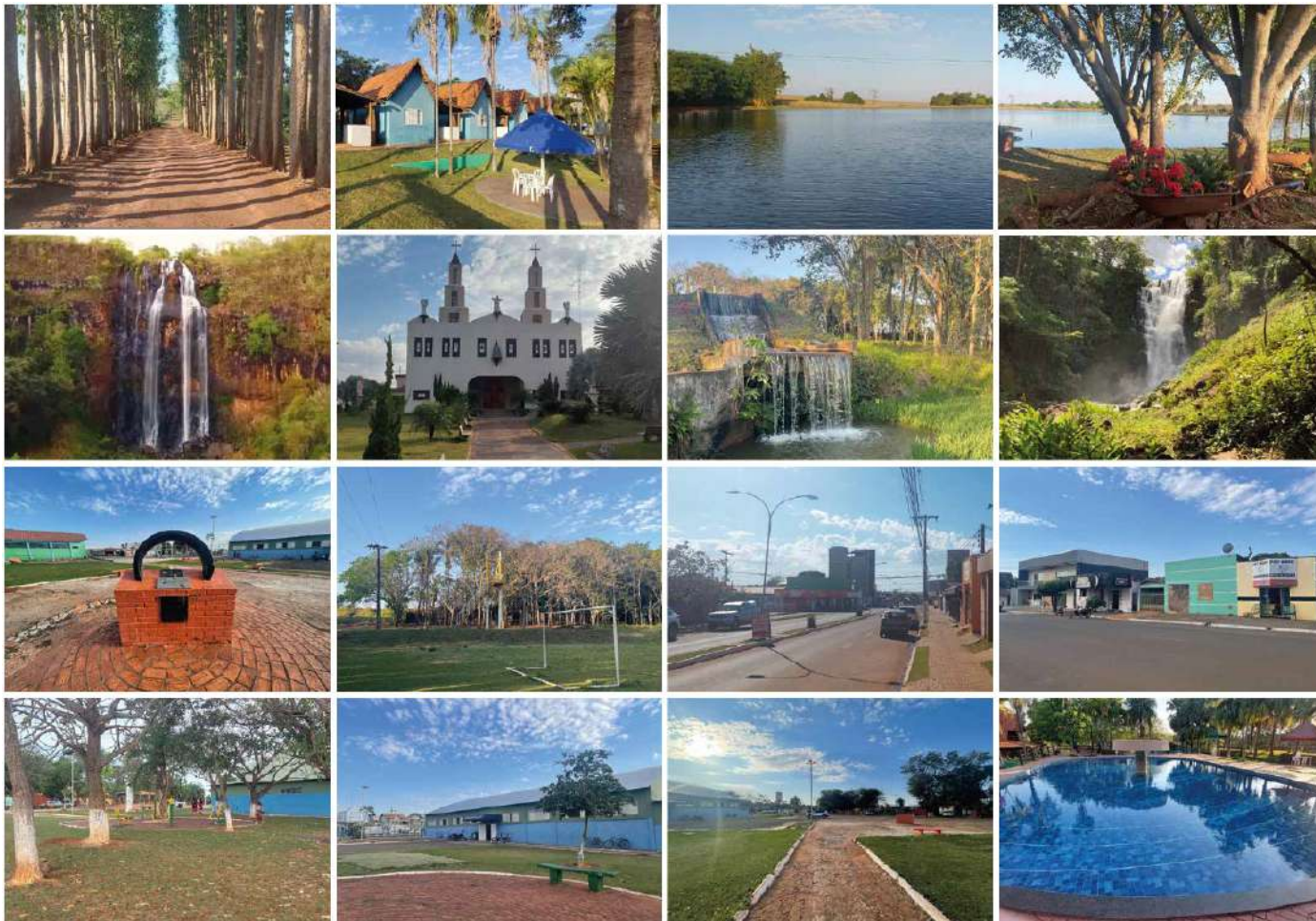
CONCEITO

- É um argumento único e distintivo;
- É próprio e autêntico;
- Entrega valor para o público-alvo.

É a estratégia de cocriação de oferta de valor única e distintiva para um determinado território, de modo que as pessoas o associem a atributos específicos e diferenciadores.

O conceito é projetado a partir da identificação dos elementos locais com potencial para construir a oferta de valor de um determinado território.

IMAGENS DA CIDADE



Bandeirantes possui uma localização estratégica, pois é atravessada pela BR-163, gerando um intenso fluxo de visitantes e passantes. É também reconhecida por suas belezas naturais, festividades e pelo Santuário de Nossa Senhora Aparecida e pelo Museu Antônio Paulo Oremüller. Esses atrativos dão origem ao posicionamento proposto para a cidade: 'O Santuário dos Viajantes'. A religiosidade local é vista como uma força para atrair quem passa pelo município, fortalecendo a identidade de Bandeirantes como um lugar de pausa, acolhimento e espiritualidade ao longo da jornada.

PROPOSTA

Bandeirantes

O Santuário dos Viajantes

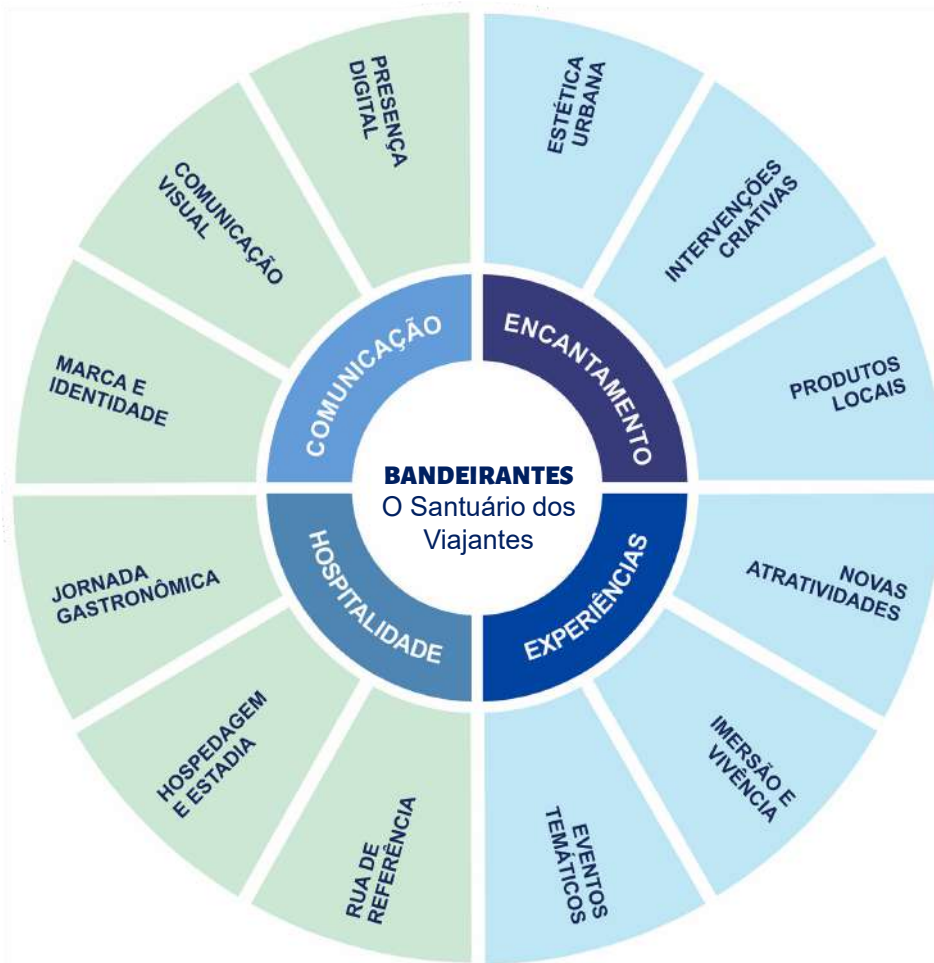


Eixos Norteadores

Os Eixos Norteadores

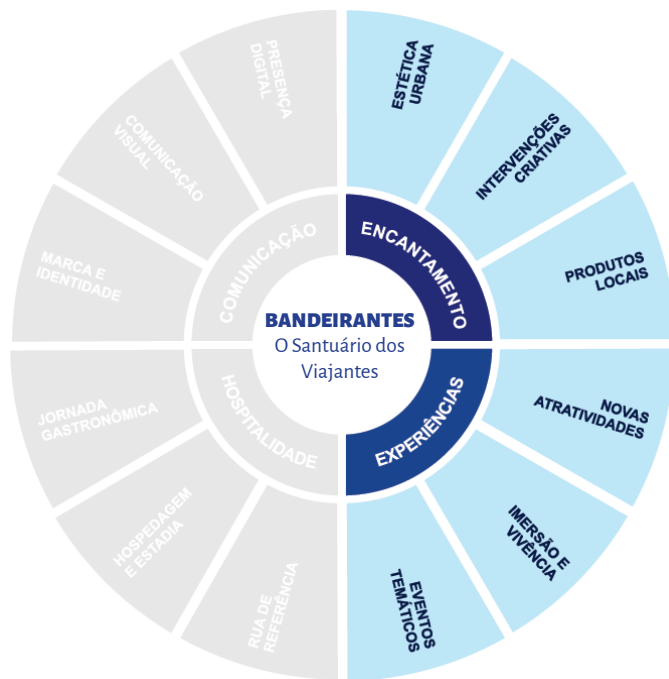
Organizar o trabalho por partes é fundamental para a compreensão e condução eficiente de projetos complexos. A partir de pesquisas de campo, consultas online, workshops com atores locais e processos criativos de projeção, propõe-se quatro eixos norteadores que sustentarão o novo posicionamento da cidade.

Esses eixos funcionam como frentes de ação, permitindo uma gestão mais organizada do grande projeto. Divididos em grupos menores de trabalho, os eixos facilitam a articulação dos envolvidos na implementação do posicionamento estratégico do município. Cada um desses eixos foi desdobrado em 3 frentes estratégicas, totalizando 12 projetos que tangibilizam a proposta de valor do 'branding territorial'. Essa organização modular atende às nuances das diferentes possibilidades projetuais, fortalecendo cada dimensão local.

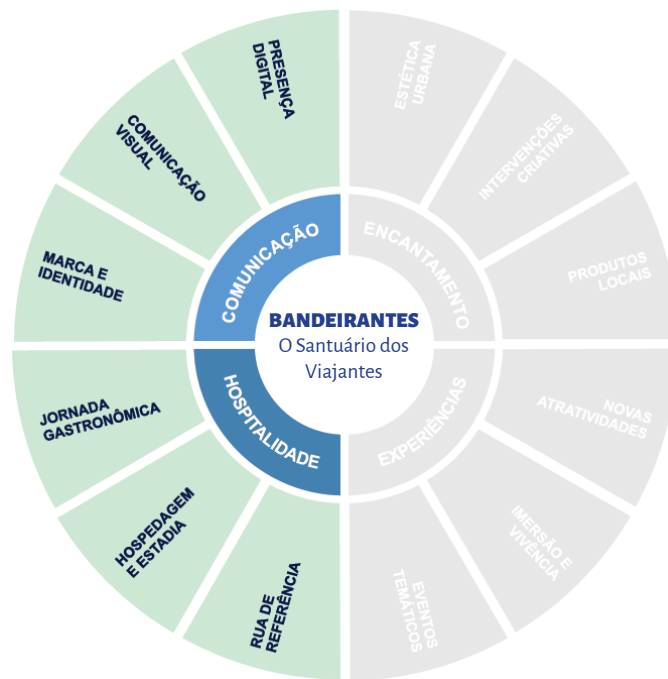


ORGANIZAÇÃO

Os eixos norteadores da metade direita, chamados de **Encantamento e Experiências**, tratam dos projetos estratégicos pensados exclusivamente para a cidade. Aqui, são apresentadas propostas contextualizadas para a qualificação da imagem e experiência local, especialmente elaboradas para transformar a percepção do visitante e orgulhar os moradores.



Os eixos norteadores da metade esquerda, intitulados **Hospitalidade e Comunicação**, tratam de projetos complementares que exploram aspectos adicionais que também são importantes. São diretrizes extras para ajuste e melhorias da entrega destes serviços, funcionando como base de sustentação das atratividades propostas.



Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Encantamento

*“Ações e intervenções para
surpreender quem chega”*



ENCANTAMENTO



Este eixo se dedica aos elementos que despertam o interesse no visitante e impactam a sua chegada.

Uma frente dedicada ao encantamento do visitante é essencial para criar uma primeira impressão marcante da cidade.

Intervenções criativas despertam interesse, tornando as ruas visualmente atraentes para registros fotográficos e compartilhamento nas redes sociais, promovendo a cidade de forma orgânica.

Além disso, oferecer produtos autênticos possibilita ao turista levar consigo lembranças genuínas da experiência vivenciada.

Ao valorizar a estética urbana e os produtos típicos locais, a cidade não apenas cativa, mas também fideliza e fomenta uma divulgação positiva e espontânea, enriquecendo a percepção do visitante e fortalecendo a identidade e atratividade local.

Eixo Norteador

Encantamento

Este Eixo promove a percepção sensorial envolvendo espaços urbanos e produtos. Focado na tangibilização do posicionamento, oferece conexão com o que a cidade tem de mais encantador. Suas ações se organizam nos seguintes projetos estratégicos:

ESTÉTICA URBANA

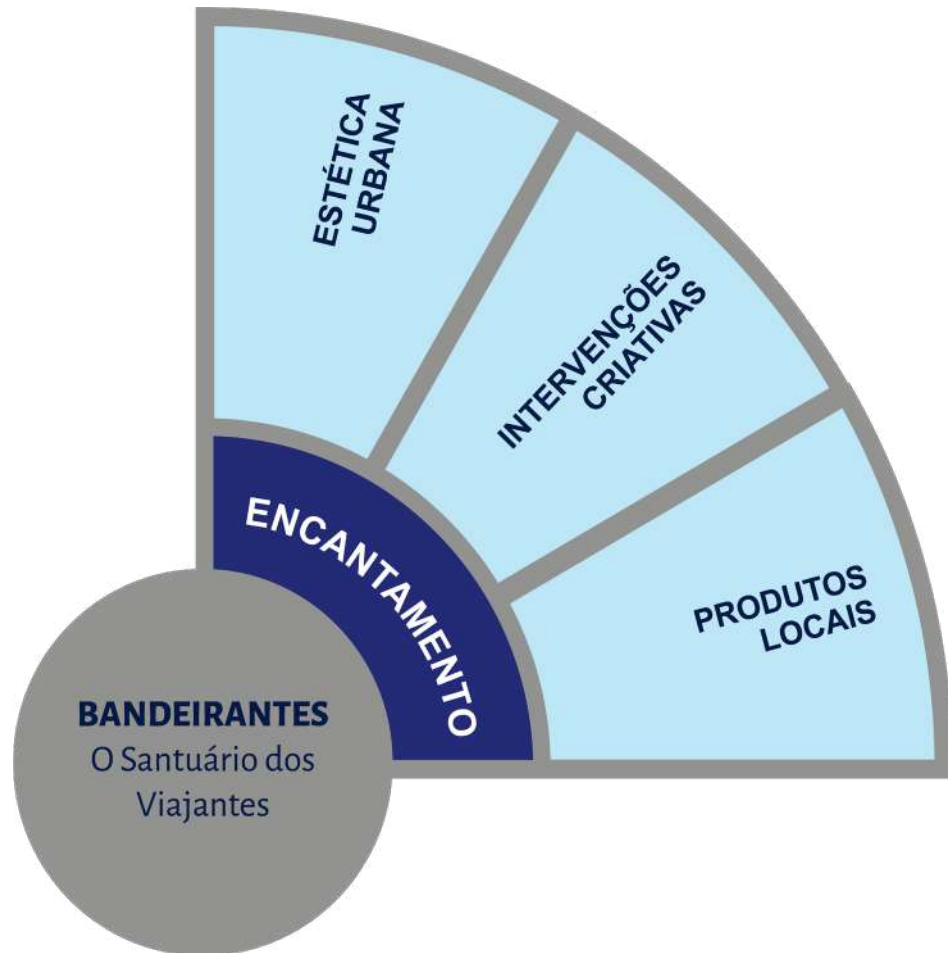
Estratégias para renovar a estética das ruas e dos espaços públicos.

INTERVENÇÕES CRIATIVAS

Estratégias para aperfeiçoar o acesso da cidade e criar marcos de referência urbana.

PRODUTOS LOCAIS

Estratégias para qualificar o artesanato e os produtos locais encontrados e comercializados na cidade.





Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Experiências

“Atividades para entreter e fidelizar quem chega na cidade”

Este eixo se dedica a criar momentos inesquecíveis e atividades para vivenciar a cidade.

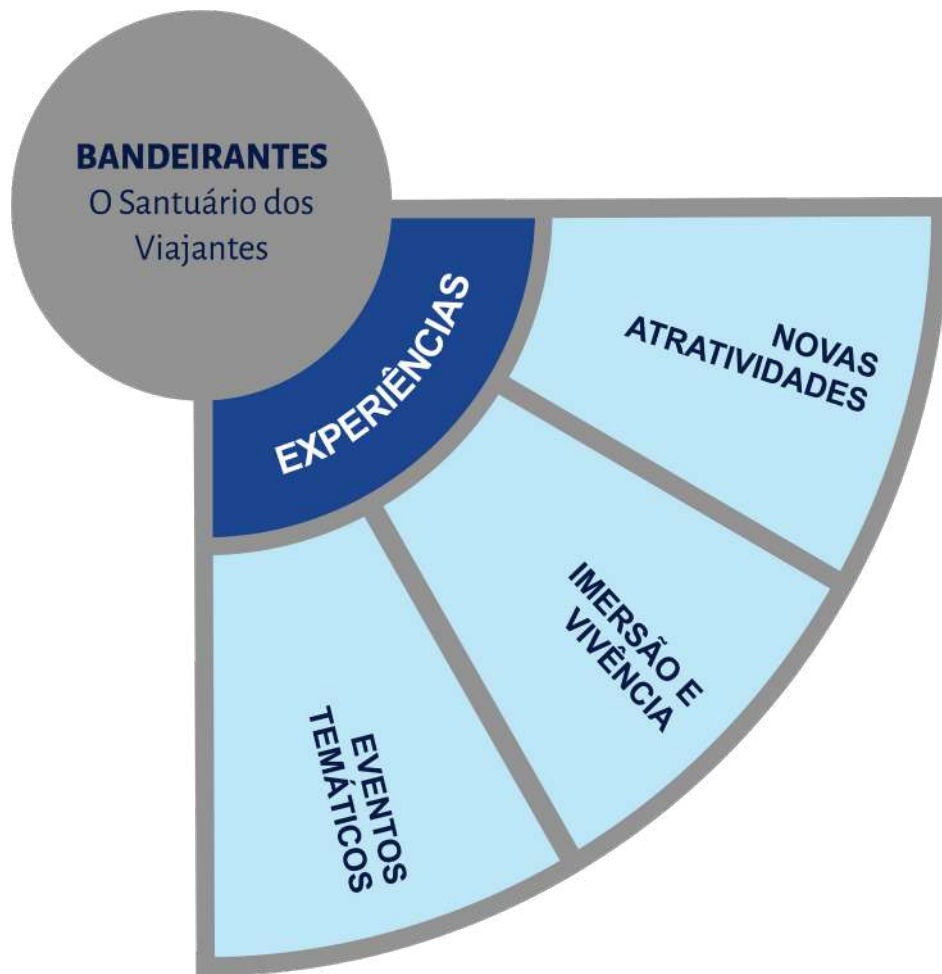
Proporcionar ao visitante uma estadia acima das expectativas é fundamental para a sua percepção positiva da cidade.

Criar um pacote de atratividades, desde pontos turísticos até programas imersivos na cultura local, é essencial para a satisfação do cliente.

Oferecer experiências que permitam a vivência genuína da cidade, suas tradições e festividades, estabelece uma conexão significativa.

Festas e eventos autênticos proporcionam contato direto com a essência do lugar e seu povo, deixando memórias vívidas e uma impressão agradável, garantindo que a estadia seja mais do que uma simples visita, mas também uma experiência marcante, única e enriquecedora realizada na cidade.





Eixo Norteador

Experiências

Proporciona experiências memoráveis ao visitante. A proposta é envolver o público-alvo no universo do posicionamento, oferecendo muitas atividades e entretenimento. Suas ações se organizam nos seguintes projetos estratégicos:

NOVAS ATRATIVIDADES

Estratégias para qualificar a oferta de lugares e empreendimentos para visitação e consumo.

IMERSÃO E VIVÊNCIA

Propõe atividades onde o turista experimenta a cultura local e coloca a mão na massa.

EVENTOS TEMÁTICOS

Propõe ocasiões planejadas e organizadas para celebrar temas específicos que possuam relação com o território, reformulando o que já existe e criando novas atrações.

Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Hospitalidade

*“Estratégias para receber
e acolher bem o turista”*



HOSPITALIDADE



Este eixo se dedica aos detalhes que reforçam uma impressão positiva para quem visita a cidade.

Uma base sólida em hospedagem e gastronomia é crucial para uma experiência territorial positiva. O acolhimento vai além de dormir e comer; é sentir-se bem-vindo ao explorar as ruas e serviços.

Detalhes cuidadosos criam uma impressão marcante, gerando recomendações boca a boca. Hospedagem e gastronomia são aspectos sempre enaltecidos, fundamentais para que o visitante se sinta não apenas bem cuidado, mas também encantado pela cidade.

Recomendações pessoais carregam o peso da confiança, sendo o melhor meio de divulgação. Uma cidade que investe nessas áreas não só atrai, mas cativa seus visitantes, criando laços que ultrapassam o momento da estadia e causam o desejo de voltar e também de indicar a cidade para outras pessoas.

Eixo Norteador

Hospitalidade

O Eixo foca em aspectos básicos da experiência turística: onde ficar, o que comer e por onde começar.

A proposta é identificar oportunidades para acolher bem o visitante. Suas ações se organizam nos seguintes projetos complementares:

HOSPEDAGEM E ESTADIA

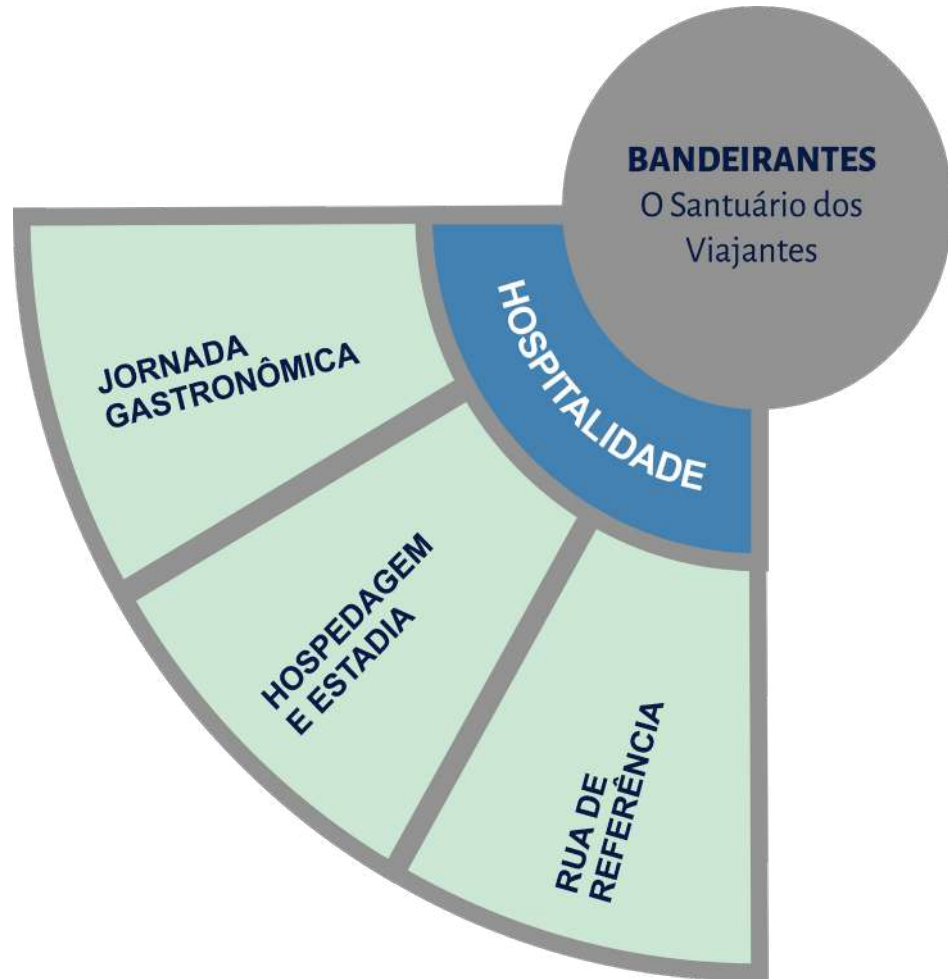
Estratégias para melhorar o que existe e inovar na oferta de acomodações para turistas.

JORNADA GASTRONÔMICA

Estratégias para despertar o interesse dos visitantes por sabores locais.

RUA DE REFERÊNCIA

Estratégias para preparar uma rua que transmita a essência e identidade da cidade, fazendo com que o turista seja surpreendido com o que há de melhor na cidade.





Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Comunicação

“Estratégias para informar, promover e entregar identidade”

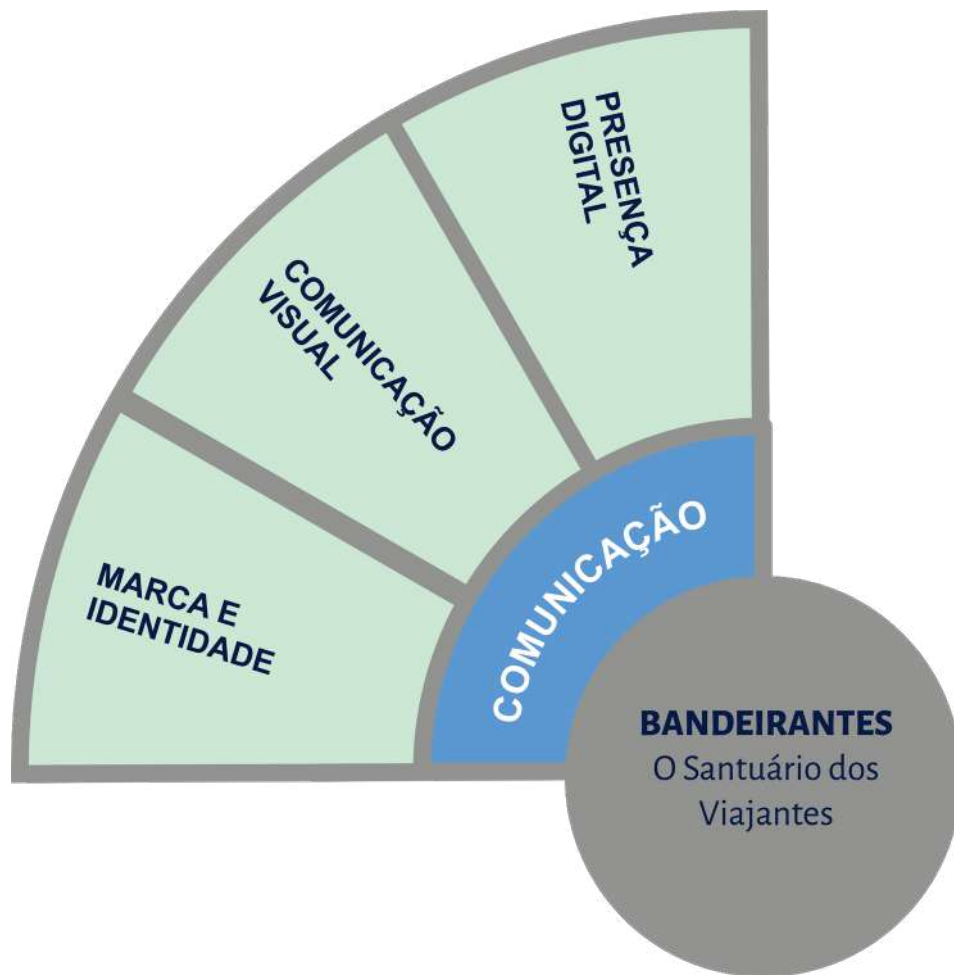
Este eixo se dedica à manifestação da identidade visual e plataformas de ampla divulgação da cidade.

A construção de uma marca para a cidade é essencial. Uma identidade gráfica coesa e alinhada ao posicionamento é poderosa na divulgação dos atrativos, tornando-a mais convidativa e comercialmente viável.

Vestir a cidade com essa identidade visual reforça a experiência do visitante e promove um senso de pertencimento ao residente. A presença digital é outra frente indispensável atualmente, permitindo que a cidade seja consumida globalmente.

Integrar isso em um planejamento estratégico é fundamental para comunicar efetivamente os valores e diferenciais, garantindo que a mensagem do posicionamento seja transmitida de maneira consistente e eficaz.





Eixo Norteador

Comunicação

O Eixo foca na construção da identidade visual e meios físicos e virtuais de sua manifestação. A proposta é identificar os principais meios de comunicar o posicionamento de forma coerente e consistente. Suas ações se organizam nos seguintes projetos complementares:

MARCA E IDENTIDADE

Estratégias para criar uma identidade e suas aplicações a fim de dar vida ao posicionamento proposto.

COMUNICAÇÃO VISUAL

Estratégias para fazer o posicionamento estar presente nas ruas da cidade.

PRESENCIA DIGITAL

Estratégias para marcar presença no mundo virtual, estimulando os canais de comunicação como redes sociais e plataformas de vídeo.



Projetos Estratégicos



Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

Estética Urbana

*“Estratégias para reforçar os encantos
da cidade”*

O que é?

Este projeto traz orientações para itens replicáveis que criam a atmosfera do posicionamento no contexto urbano.

É importante que o turista sintam-se imerso em um novo cenário ao percorrer as ruas de Bandeirantes. A diferenciação estética nas paisagens urbanas não apenas impressiona, mas também induz a uma imersão no tema escolhido como posicionamento da cidade. Além dos aspectos relacionados à religiosidade, Bandeirantes tem muito potencial a explorar através da estética de temáticas como 'viajantes' e 'bandeirantes'. Entendendo a relação com a rodovia que corta a cidade como favorável, a ideia é oferecer uma ambiência atrativa e que convide o passante a dar uma pausa na viagem para conhecer os encantos de Bandeirantes. Elementos replicados como calçadas, muros, paisagismo e mobiliário urbano são oportunidades valiosas para expressar e reforçar esse conceito, criando uma atmosfera singular. Essa abordagem estética encanta os visitantes e envolve a população local.





Como é?

Despertando a curiosidade dos passantes

Transformar o trecho urbano de 1km cortado pela estrada em uma exibição visual cativante pode ser a chave para atrair a atenção dos viajantes. Uma revitalização estética surpreendente nesse espaço poderia despertar curiosidade, levando os passantes a parar e explorar, ampliando o interesse pela cidade, seus serviços e atrações adicionais.

Embelezando as ruas para um passeio mais interessante

Para que Bandeirantes se afirme como santuário dos viajantes, a personalização dos elementos urbanos é importante. Recomenda-se explorar a história dos bandeirantes, bandeiras e conexões visuais com o universo das viagens. Ao integrar esses elementos à cidade, busca-se comunicar sua identidade e proporcionar uma experiência imersiva. Essa combinação singular de temas se torna parte integrante da jornada do visitante, enriquecendo suas vivências na cidade e criando memórias inesquecíveis.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A implementação deste projeto é muito importante, com potencial de transformar a cidade com grande impacto visual a partir de uma estética visual pensada especialmente para este local, seguindo as diretrizes do Plano de Branding Territorial. Ao envolver a comunidade, promove-se a coletividade, fortalecendo o senso de pertencimento e inclusão na transformação urbana. A rápida mudança na paisagem da cidade através dos murais artísticos é propícia para a atração de turistas, assim como fortalece os laços locais.

Essa abordagem, alinhada às diretrizes propostas, aproveita a colaboração da comunidade, permitindo uma identidade turística autêntica e atraente, impulsionando o desenvolvimento sustentável e cultural da cidade de Bandeirantes.

Quem deve se envolver?

Poder público, iniciativa privada, artistas locais e moradores de Bandeirantes.

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Identificar espaços

Mapear áreas urbanas para esta renovação gradual da estética, priorizando locais visíveis aos turistas.

2. Engajar a comunidade

Incentivar participação local na implantação, promovendo aderência e sensação de pertencimento.

3. Definir temas

Escolher os temas relacionados ao posicionamento turístico da cidade.

4. Viabilizar a intervenção

Planejar e administrar recursos financeiros e materiais de forma eficaz.

5. Manter e dinamizar

Garantir a manutenção contínua das obras e promover atualizações.



Ideias e Inspirações

O trecho que é o cartão de visitas da cidade

Uma intervenção estética ao longo da rodovia, em um trecho de pouco mais de 1km, pode ser um chamariz para os viajantes. Transformando-o em um paraíso com serviços diversos, convida-os a parar e explorar Bandeirantes. A ambientação vibrante, pontuada por bandeiras e bandeiras de várias nações, sinaliza uma calorosa recepção a todos os viajantes do mundo. Essa área, como cartão de visitas da cidade, não só desperta curiosidade, mas também convida os visitantes a se conectarem com a comunidade, tornando essa parada obrigatória uma experiência enriquecedora e acolhedora para todos que passam por ali.

Definir os limites do trecho da rodovia para iniciar a ação em ambas as margens;
Qualificar as fachadas comerciais, canteiros, calçadas, muros, postes e sinalização;
Pontuar com mastros e iluminação cenográfica.

Ideias e Inspirações

Ruas que contam a história local e acolhem os viajantes

Em Bandeirantes, os abundantes muros das residências podem ser transformados em telas para murais artísticos criativos, uma prática comum em muitas cidades. Essa iniciativa ampliaria o apelo turístico, impulsionando a visitação, e também acrescentaria um colorido marcante à cidade. Os murais podem conter desde ilustrações de passagens históricas dos bandeirantes, como uma história em quadrinhos urbana, até a representação vibrante de bandeiras de estados e países. Essa diversidade visual não apenas embelezaria, mas também transmitiria uma mensagem de acolhimento aos viajantes de todos os lugares do mundo, enriquecendo a experiência cultural e promovendo uma conexão universal na cidade.

Incentivar os moradores a cederem estes espaços para intervenções artísticas;
Promover um concurso popular do 'muro mais criativo'.





Ideias e Inspirações

Muitas bandeirinhas pela rua

Uma intervenção simples e econômica, mas visualmente impactante, é a instalação de bandeirolas pelas ruas e residências da cidade. Inspiradas no nome “Bandeirantes”, as bandeirinhas estabelecem uma conexão entre as diversas origens e nacionalidades dos visitantes. Essa iniciativa não apenas celebra a diversidade, mas cria uma atmosfera acolhedora e receptiva para todos os viajantes. Com suas cores vibrantes e padrões diversos, essas bandeirolas narram a história da cidade e transmitem a mensagem universal de hospitalidade, transformando as ruas em um convite caloroso a todos, independentemente de sua origem ou destino.

Incentivar os moradores a realizarem esta ação na frente de suas residências;
Capacitar atores locais através de workshops e criação de repertório visual para atingir boa estética ;
Promover o concurso ‘da ‘rua mais bonita’.

Ideias e Inspirações

As mensagens dos viajantes

As árvores nas praças e ruas ou muros poderiam servir como suporte para os viajantes que chegam pendurarem papéis com recados, desejos e pedidos de graças, em uma adaptação da tradição dos montanhistas deixarem um bilhete ou artefato em determinados marcos da viagem. Essa prática, focada em árvores específicas de uma determinada rua, criaria um ambiente de intercâmbio cultural. Mensagens de esperança adornando essas árvores integrariam a paisagem urbana e também simbolizariam a conexão entre indivíduos diversos, enriquecendo a cidade com um aspecto participativo que aceita todas as culturas, agregando um toque único.

Definir uma rua para esta ação, de preferência com comércio e bares;
Disponibilizar papel e barbante para os visitantes pendurarem seus recados;
Comunicar, incentivar e divulgar a prática.



Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

Intervenções Criativas

*“Pontos de interesse que se destacam
na paisagem”*



O que é?

Este projeto traz orientações para o desenvolvimento de marcos referenciais urbanos que confirmam e reforçam o posicionamento.

As intervenções artísticas em Bandeirantes são essenciais para destacar o conceito proposto no posicionamento da cidade como O Santuário dos Viajantes.

Elas se tornam marcos referenciais únicos, atraindo turistas e proporcionando pontos de orientação.

Essas expressões artísticas despertam a atenção pela criatividade, seguindo uma estratégia global utilizada por muitas cidades renomadas, como o Cristo Redentor, no Rio de Janeiro.

Essas intervenções convidam à captura de fotos e publicações nas redes sociais, impulsionando a divulgação da cidade para além das fronteiras, promovendo-a como destino turístico por meio do encanto artístico e criativo. Assim, a cidade se torna ainda mais interessante e cativante para seus visitantes e também atrativa para quem ainda não a visitou.



INTERVENÇÕES CRIATIVAS



Como é?

Destacando a figura do viajante

A criação de marcos urbanos inspirados no universo do viajante, com bússolas, mapas, malas e placas direcionais, é importante para estabelecer relação visual com o posicionamento e acolher calorosamente todo visitante. Esses elementos orientam o percurso e contam histórias de exploração e descoberta, conectando-se com a jornada de cada pessoa. Transmitindo hospitalidade e familiaridade, esses marcos não deixam nenhum viajante sem se sentir em casa, proporcionando uma experiência acolhedora e inclusiva na cidade.

Valorizando a religiosidade

O posicionamento também abraça o tema do santuário, honrando Nossa Senhora Aparecida na cidade. Contudo, reconhecendo sua importância intrínseca, propõe intervenções menos óbvias que representem uma fé universal, ampliando a perspectiva além do local sagrado para simbolizar uma espiritualidade mais abrangente. A ideia é explorar o ato da prece através das mãos unidas.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Implementar este projeto em Bandeirantes contribui para sua atratividade e ajuda a reforçar o posicionamento pretendido, além de poder ser viabilizado aos poucos, por meio de intervenções singulares e pontuais. É fundamental que essas intervenções sejam precisas na transmissão de seu significado, pois representam uma oportunidade única de materializar o posicionamento da cidade. Identificar locais adequados, envolver a comunidade, alinhar temas, gerenciar recursos e avaliar o impacto são passos importantes. As intervenções devem refletir a identidade local, conectando-se à história e cultura de Bandeirantes, assegurando que cada expressão artística contribua para fortalecer a imagem e atratividade da cidade.

Quem deve se envolver?

Poder público, iniciativa privada, artistas locais, trade turístico e moradores e empreendedores locais.

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Identificar espaços adequados

Localizar áreas públicas e fachadas propícias para intervenções artísticas.

2. Trazer artistas

Estabelecer um concurso público de ideias para estas intervenções.

3. Engajar a comunidade

Incentivar a colaboração da comunidade na escolha das intervenções.

4. Viabilizar

Planejar e gerenciar recursos financeiros, materiais e humanos necessários para a implementação.

5. Avaliar o impacto

Estabelecer métricas para avaliar o impacto das intervenções, medindo o número de visitantes e o efeito positivo na cidade.



Ideias e Inspirações

A estátua do viajante

Uma proposta emocionante seria erguer uma imponente estátua homenageando todos os viajantes que passam pela cidade, semelhante ao legado dos bandeirantes no passado. Posicionada em um ponto central e acessível da cidade, esta escultura icônica seria um monumento de fácil visitação e um local perfeito para fotos, simbolizando a hospitalidade e acolhimento aos visitantes. Inspirada em outros locais do mundo, como Santiago de Compostela e Nova York, esta estátua destacaria a importância dos viajantes na história da cidade, celebrando a conexão global e a diversidade cultural que eles trazem consigo.

- Definir o melhor lugar, com paisagem de fundo que favoreça as fotos;
- Promover concurso criativo de ideias para inspirar artistas da região;
- Viabilizar com apoio da iniciativa privada.

Ideias e Inspirações

Malas esquecidas pela cidade

Uma proposta envolvente seria a instalação de esculturas gigantes de malas em pontos-chave da cidade: como praças, áreas comerciais e ao longo da estrada. Representando os viajantes, essas esculturas desafiarão os turistas a descobrir e capturar todas as malas pela cidade, incentivando-os a registrar fotos para compartilhar nas redes sociais. Essa caça às malas não só destacaria a cidade como um destino interativo, mas também se tornaria uma experiência divertida e memorável, conectando os visitantes de forma criativa com a identidade acolhedora e receptiva da região.

Espalhar malas por pontos estratégicos e visitados da cidade;
Definir os melhores lugares, com fundo que favoreça as fotos.
Elaborar todas as malas com o mesmo material para garantir a percepção de ser uma grande intervenção.





Ideias e Inspirações

Uma escultura para simbolizar os destinos dos bandeirantes

Uma ideia envolvente é criar uma escultura de um poste de sinalização, exibindo várias placas com destinos da rota dos bandeirantes. Este elemento simbolizaria a cidade como ponto de passagem de viajantes de diversos lugares, homenageando esses destinos e orientando os visitantes. Recomenda-se explorar o aspecto rústico, tornando a intervenção mais autêntica, como se cada placa fosse elaborada por bandeirantes do passado, deixando ali indicações dos seus destinos. Esta escultura não só celebraria a história, mas também orientaria e conectaria os viajantes ao espírito de descoberta dos antigos exploradores.

Definir os melhores lugares, com paisagem de fundo que favoreça as fotos;
Cada placa deve representar um destino histórico da rota dos antigos bandeirantes, com distância e apontando seu sentido.

Ideias e Inspirações

Intervenções 'mãos em prece'

Uma intervenção marcante para Bandeirantes seria algo em formato de mãos em prece, como um pórtico ou escultura disposta ao longo da rodovia, no acesso da rua principal ou praça. Expressando o posicionamento da cidade como santuário, esse elemento seria uma recepção simbólica, acolhendo viajantes com a representação visual da prece, transmitindo a essência acolhedora e espiritual da cidade.

Essa intervenção única, de mãos unidas em posição de oração, seria um convite visual para os visitantes, destacando Bandeirantes como um local de serenidade e acolhimento espiritual desde o momento de acesso à cidade. O artista italiano Lorenzo Quinn é uma referência interessante nessa linha.

Definir o local estrategicamente para o posicionamento da obra: que seja acessível e com fundo bonito para fotos;
Promover um concurso de ideias.





Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

Produtos Locais

*“Artefatos que representam
a identidade e a cultura local”*

O que é?

Este projeto traz orientações para destacar produtos locais e criar novas oportunidades

Em Bandeirantes, oferecer produtos típicos é essencial para representar a rica cultura local. Esses itens autênticos são valiosos, conectando-se diretamente ao coração do visitante, possibilitando levá-los como lembranças especiais ou presentes.

Estes produtos devem simbolizar aspectos do posicionamento e características representativas da própria cidade. Criar um selo de produção regional para produtos provenientes de cooperativas, laticínios e agricultura familiar é uma oportunidade que o município tem de prospectar o território por meio de produtos locais.

Além de impulsionar a economia local, esse selo assegura a autenticidade dos produtos, promovendo a identidade da região e agregando valor aos souvenirs, proporcionando ao turista a chance de levar consigo um pedaço significativo da cultura bandeirantense.





Como é?

Criando produtos que simbolizam os atributos da cidade

Bandeirantes deve aproveitar seu posicionamento e criar produtos relacionados aos bandeirantes originais e à temática religiosa, inspirados em Nossa Senhora Aparecida. Essa oportunidade de negócio, como artesanato e itens de consumo para visitantes e romeiros, oferece lembranças da cidade e contribui para o fortalecimento da economia local. Algumas peças também podem ser colecionáveis, reforçando a identidade e gerando valor cultural para a região.

Focando na exclusividade

Bandeirantes pode utilizar sua produção local, como laticínios, para estabelecer um selo de qualidade ou denominação de origem, assim como aproveitar a tradição do laço para criar um produto autêntico. Essa estratégia desperta o interesse do público em consumir e adquirir produtos do município, autênticos e genuínos, promovendo a região como fonte de qualidade e identidade.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

O desenvolvimento de produtos que representem a identidade local e alcancem projeção além das fronteiras é o foco deste projeto estratégico. É importante implementá-lo de forma organizada e planejada. Produtos genuínos, capazes de promover a região, são essenciais para o turismo, e também para a economia local se desenvolver. Deve-se pensar em itens comercializáveis localmente e internacionalmente, inclusive em pontos de venda estratégicos, como lojas de centros comerciais, rodoviárias e aeroportos. A execução ordenada dos tópicos - desde mapeamento até criação de um selo de qualidade - será fundamental para esse impulso à imagem e economia de Bandeirantes.

Quem deve se envolver?

SEBRAE, poder público, iniciativa privada, artistas locais, artesãos locais, designers e escolas de arte e design.

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Mapear e classificar os produtos locais

Identificar itens que fortaleçam a identidade regional e categorizá-los conforme o tipo.

2. Identificar profissionais e capacitar

Mapear talentos e treinar a mão de obra local para produzir itens de qualidade.

3. Pesquisar e criar novos produtos

Estudar a demanda do mercado e desenvolver novos itens alinhados ao posicionamento.

4. Selecionar produtos representativos

Definir um conjunto de 10 itens que melhor representem a identidade e simbolizem a região.

5. Criar um selo de qualidade

Criar o selo de Bandeirantes para identificar e padronizar



Ideias e Inspirações

Miniaturas de bandeirantes

É importante criar uma linha de souvenirs que honrem os bandeirantes pioneiros que atravessaram esta cidade historicamente. Estátuas de vários materiais, representando personagens e figuras-chave da época, contam a narrativa dos exploradores e suas aventuras. Esses souvenirs não apenas reconhecem e celebram este legado, mas também permitem que os visitantes levem consigo a essência e a história desses destemidos aventureiros, conectando-se com a valiosa herança cultural que moldou essa região.

Capacitar pessoas para desenvolver este tipo de artesanato;
Criar miniaturas realistas e estilizadas de personagens que passaram pela região, essas miniaturas podem ser colecionáveis;
Produzir localmente, oportunizando o crescimento da mão-de-obra da própria cidade;
Utilizar materiais sustentáveis e encontrados regionalmente.

Ideias e Inspirações

O queijo com selo de Bandeirantes

Reconhecendo a qualidade dos queijos produzidos na região, Bandeirantes deve buscar uma certificação de Indicação Geográfica (IG), seguindo exemplos de destaque mundial. O registro no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) valorizaria e diferenciaria o produto, garantindo sua qualidade. Essa certificação, seja de indicação de procedência ou denominação de origem, ressalta a tradição e notoriedade do queijo, amparando-se nas características singulares do território. Tal iniciativa promove a autenticidade do produto, evidenciando a identidade da produção local. O Queijo Serrano, da região dos Campos de Cima da Serra, entre o RS e SC, e o Queijo Canastra, de MG, são referências inspiradoras para Bandeirantes.

Criar e usar um carimbo com o selo de qualidade ou procedência;
Estimular a venda de produtos no comércio local e em pontos estratégicos.





Ideias e Inspirações

O típico laço do boiadeiro se faz aqui

A cidade é conhecida por sua forte ligação com a prática do laço, sediando competições de alto nível pela ACRIBAN. Essa característica pode contribuir para a criação de um produto único e com legado: o Laço de couro típico de Bandeirantes. Símbolo da tradição campeira local, este item representaria a identidade da região, fortalecendo sua conexão com a cultura local. A produção desse laço, baseado na tradição dos eventos e espetáculos do clube de laço, seria uma homenagem marcante à história e à prática esportiva da comunidade.

- Criar parceria com designers para a produção deste item, de maneira que seja customizado e com trama única;
- Desenvolver a comunidade local para produzir artesanalmente;
- Criar um padrão de qualidade, fazendo com que o laço se destaque no mercado deste segmento.

Ideias e Inspirações

Artesanato para o público de fé

Bandeirantes, ao se posicionar como santuário dos viajantes e associar-se a Nossa Senhora Aparecida, deve explorar a criação de artesanato religioso. É fundamental que sejam feitos localmente, utilizando matérias-primas da região, preservando a autenticidade e conexão genuína com a cidade. A confecção destes itens por moradores pode ajudar a manter a tradição e fortalecer a identidade do local, tornando as lembranças aos visitantes ainda mais significativas. Os itens podem ser desde esculturas, velas e fitas até itens comestíveis, como biscoitos.

Criar miniaturas do santuário de Nossa Senhora Aparecida;
Criar fitas coloridas de lembrança;
Produzir biscoitos abençoados;
Fabricar velas artesanais que carreguem Nossa Senhora Aparecida e outros ícones religiosos.





Eixo Experiências

Projeto Estratégico

Novas Atratividades

“Atrações para todas as idades, gostos e expectativas”

O que é?

Este projeto traz orientações para a criação de recursos inovadores e diferenciados que promovam uma experiência surpreendente

Bandeirantes não se limita apenas a oferecer hospitalidade aos viajantes, ela também pode proporcionar experiências inesquecíveis. Para além do conforto e boa gastronomia, a cidade pode promover visitas e programas turísticos cativantes, ampliando seu alcance e reforçando seu posicionamento. Iniciativas como roteiros por caminhos históricos, museus, parques com obras sacras e o memorial do santuário enriquecem a jornada dos turistas. Essas contribuições diversificam as atividades, tornando a estadia mais rica e atrativa para quem visita Bandeirantes. Oferecer uma gama de opções enriquece a experiência do visitante, criando laços mais profundos com a cidade, fazendo com que quem a visita tenha vontade de retornar assim que possível e experimentar novas atrações que possam acontecer neste território.



NOVAS ATRATIVIDADES



Como é?

Lugares para o viajante fazer uma pausa

Propõe-se a implementação de um museu dedicado à história dos bandeirantes, oferecendo um mergulho profundo em suas jornadas. Paralelamente, a ideia é estabelecer um restaurante temático, proporcionando aos turistas uma breve imersão na atmosfera histórica da época. Essas iniciativas buscam enriquecer a estada dos visitantes convidando-os a explorar e vivenciar aspectos marcantes da região, tornando a visita uma experiência memorável e culturalmente enriquecedora.

Mais atrações para os romeiros

A tradicional romaria de Nossa Senhora Aparecida pode ser enriquecida com novas atrações e equipamentos turísticos, oferecendo mais atividades para os devotos durante a visita à cidade.

Proporcionar experiências diferenciadas e inovadoras diversifica a jornada, tornando-a mais cativante e interessante para os visitantes, saindo do convencional e se destacando entre as diversas romarias que acontecem no Brasil.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A cidade de Bandeirantes precisa ampliar o conjunto de atratividades turísticas que possui hoje. Isso é importante para aumentar o número de visitantes que recebe e atender a diferentes tipos de públicos e gostos. Um grande esforço coletivo de mapeamento de possíveis novos atrativos na cidade deve ser feito, registrando propriedades, empreendimentos e atores locais aptos a implementar novos pontos turísticos. Esse é um trabalho lento, mas que deve ser organizado e articulado pela comunidade e seus gestores. Um exemplo a ser seguido é a cidade de Gramado – RS, que levou 40 anos para atingir o patamar de turistas que recebe hoje e converter-se em uma das cidades mais visitadas do Brasil.

Quem deve se envolver?

Iniciativa privada, trade turístico local, empreendedores e investidores, associação comercial da cidade e donos de áreas disponíveis para a implantação destes empreendimentos.

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Mapear o perfil dos visitantes desejados

Há incontáveis tipos de turistas. Qual é o público-alvo que Bandeirantes deseja atrair?

2. Planejar um portfólio de atrações

É preciso ter uns 10 bons atrativos para que o turista permaneça 3 ou 4 dias na cidade.

3. Atrair novos empreendimentos

Há várias franquias e entretenimentos que podem ser atraídos para a cidade.

4. Qualificar as atrações existentes

Todas as atrações locais precisam atingir um padrão de qualidade alto, belo e divertido.

5. Implementar atração de grande impacto

É preciso ter um atrativo que consiga despertar a curiosidade de muitas pessoas.



Ideias e Inspirações

Um paradoro temático para os viajantes

Propõe-se a criação de um ponto de parada oficial na cidade, um restaurante temático inspirado nos bandeirantes. Sua fachada e ambiente interno seriam ambientados para refletir as aventuras e explorações na floresta, oferecendo uma experiência imersiva. Modelos como o Cara de Mau em Porto Alegre, RS, e a Pizzaria Kongo em Gramado, RS, demonstram o potencial desses estabelecimentos. Este local seria não só um ponto de descanso para viajantes, mas um convite para explorar a história e cultura bandeirante, tornando-se uma atração imperdível na cidade.

- Pesquisar a estética da época;
- Elaborar o projeto com especialistas em design de interiores tematizado;
- No cardápio, disponibilizar lanches e pratos típicos da cidade;
- Incluir loja de souvenirs ao lado.

Ideias e Inspirações

Um museu sobre os bandeirantes

Propõe-se a criação de um Museu Oficial da História dos Bandeirantes. Este museu será um local para desvendar a jornada dos bandeirantes, explorando suas façanhas e impacto na região. Com ênfase na interatividade, usará recursos tecnológicos para envolver os visitantes. Além de atrair turistas, o museu também poderá abrir suas portas para escolas locais, buscando educar e inspirar as gerações futuras sobre o rico legado histórico dos pioneiros que deram nome à cidade. O Catavento Cultural, de São Paulo SP, e o Museu de Ciências e Tecnologia da PUCRS, em Porto Alegre RS, são exemplos inspiradores.

Focar em uma narrativa que enalteça não só os bandeirantes, mas também a cidade e suas características históricas;
Contar com especialistas em expografia;
Estabelecer parcerias com a iniciativa privada para viabilizar este projeto.





Ideias e Inspirações

Percorrendo a trilha histórica

Com o intuito de oferecer uma experiência diferenciada em Bandeirantes, propõe-se a criação de um circuito de turismo de aventura à pé e de bicicleta, inspirado no prestigiado Caminho de Santiago de Compostela. Essa proposta convida os visitantes a explorarem as deslumbrantes cachoeiras da região, permitindo que descubram cada uma delas e, ao completar o percurso, tornem-se “Bandeirantes Honorários”. Essa iniciativa busca valorizar a exploração e apreciação das maravilhas naturais da cidade através de uma dinâmica gamificada.

Estabelecer um roteiro pronto a percorrer;
Criar pontos de parada onde o visitante possa descansar, carimbar sua passada ali e consumir algo local;
Auxiliar e incentivar os proprietários a serem parceiros deste projeto.

Ideias e Inspirações

O parque de todas as santas

Inspirado na grandiosidade do Santuário de Nossa Senhora Aparecida, propõe-se a criação do primeiro Parque de Esculturas de Santas do Brasil. Esse espaço seria dedicado a homenagear Nossa Senhora e todas as santas católicas, oferecendo uma experiência única de contemplação e espiritualidade. Tomando como referência o Parque Pedras do Silêncio, em Nova Petrópolis, RS, esse projeto visa proporcionar um ambiente de reflexão e conexão através de esculturas representativas, convidando visitantes a mergulharem na simbologia e na beleza dessas representações sagradas.

Buscar parceiros para viabilizar uma área grande para instalação do parque;
Realizar um concurso para artistas trazerem ideias;
Vários artistas devem criar esculturas, e não apenas um só, trazendo diversidade ao parque.





Eixo Experiências

Projeto Estratégico

Imersão e Vivência

*“Experiências autênticas e descobertas
memoráveis”*

O que é?

Este projeto traz orientações para a criação de atividades onde o turista é o protagonista

A cidade de Bandeirantes deve proporcionar atividades interativas, convidando os turistas a se envolverem diretamente na cultura local. Permitir que se tornem agentes ativos da criação proporciona uma experiência memorável, estabelecendo uma conexão genuína e duradoura com o lugar.

Quando os visitantes participam ativamente, sentem-se parte integrante da cidade, gerando uma relação afetiva que perdura.

Oferecer experiências práticas da cultura local enriquece a viagem e também faz criar laços emocionais, incentivando os turistas a retornarem e compartilharem suas experiências, promovendo a cidade de forma positiva.

Na cidade de Bandeirantes podem ser desenvolvidas atividades que estejam ligadas à religiosidade e também à vida no campo, por meio de visitas em propriedade rurais e também aulas de laço comprido.



IMERSÃO E VIVÊNCIA



Como é?

Curtindo a experiência de ser bandeirante

Bandeirantes oferece uma rica cultura rural e agrícola, oportunizando aos turistas a vivência direta desses cenários. Ao participar de atividades práticas, como o manejo rural ou a produção agrícola, os visitantes podem criar produtos locais e também experienciar momentos memoráveis. Essa interação proporciona uma imersão autêntica na cultura da região, oferecendo aos turistas não apenas um souvenir, mas também uma lembrança de sua estadia na cidade.

Materializando a espiritualidade

Em Bandeirantes, a rica cultura religiosa é parte importante de seu posicionamento. Os turistas têm a oportunidade de vivenciar essa experiência de forma direta, participando ativamente na produção de artefatos ligados à fé. Essas atividades proporcionam uma imersão significativa na essência espiritual da cidade, oferecendo aos visitantes a chance de contribuir e conhecer mais profundamente essa herança cultural.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

O turismo convencional, baseado somente na visitação, é algo cada vez menos procurado e praticado. Atualmente, os visitantes buscam experiências autênticas, e querem ser protagonistas na descoberta da cultura local. Como forma de ofertar esse tipo de experiência,   possível desenvolver atividades práticas na produ o de artesanato local, além de workshops e imersões em contextos de tradi o. Ainda, planejar roteiros interativos, promover encontros com artesões e agricultores, e incentivar a participa o ativa dos turistas ajuda a criar experiências memoráveis. Investir nesse tipo de turismo é uma forma de cativar o viajante moderno, ávido por histórias autênticas e transformadoras para compartilhar.

Quem deve se envolver?

Proprietários de áreas rurais, trade turístico local, empreendedores que possam transformar seus negócios em oficinas e também poder público .

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Planejar a jornada do usuário

Propor atividades autênticas ligadas ao turismo rural e experiências religiosas.

2. Engajar a comunidade

Incentivar a participa o da comunidade no planejamento e execu o, valorizando suas opiniões.

3. Capacitar os locais

Oferecer treinamentos para compartilharem seus conhecimentos culturais com os visitantes.

4. Preservar a cultura

Identificar e proteger tradi es e práticas culturais através da padroniza o e controle destas atividades.

5. Infraestrutura Adequada

Garantir a estrutura necessária para uma experiência turística segura e positiva.



Ideias e Inspirações

Bandeirante por um dia

Uma experiência fascinante para os visitantes seria vestir trajes de bandeirante, posar em cenários temáticos e ter fotos tratadas para um aspecto envelhecido, transformando-os em seus próprios antepassados bandeirantes. Inspirado no Recordar Fotos à Moda Antiga em Gramado, RS, esse programa divertido e único permite que os turistas mergulhem na história, levando consigo recordações divertidas de sua jornada. Uma oportunidade não apenas para vivenciar o passado, mas também para compartilhar a história pessoal de uma forma memorável e encantadora.

Pesquisar e confeccionar indumentária típica da época, para homens, mulheres e crianças.

Elaborar cenários ao estilo diorama para fundo das fotos;

Criar filtros de Instagram, possibilitando que estas fotos possam ser compartilhadas levando o nome de Bandeirantes.

Ideias e Inspirações

Aprendendo a arte do laço

Propõe-se a elaboração de uma experiência autêntica em Bandeirantes: aulas de laço com os mais habilidosos laçadores da região. Os turistas serão convidados a imergirem na tradição rural, aprendendo técnicas dessa arte sob a orientação de especialistas locais. Essa atividade prática oferece conhecimento sobre o laço, que tipos existem, como se dá seu manuseio, e também conecta os visitantes com a rica cultura da cidade, proporcionando uma vivência autêntica do local. As escolas de laço de Barretos, SP, são uma referência inspiradora para Bandeirantes.

Mapear instrutores e capacitar moradores locais para esta atividade;
Disponibilizar áreas amplas para essa prática;
Criar relação com outras frentes, como produtos à venda após a experiência.





Ideias e Inspirações

Experimentando a vida no campo

Propõe-se a criação de roteiros turísticos pelas propriedades rurais e assentamentos de Bandeirantes, com a oportunidade do visitante vivenciar a colheita de verduras e legumes, ou aprender a fazer pães e queijos artesanais, podendo levar esses produtos para casa. Também é possível ter a oferta de piqueniques e cafés coloniais com produtos locais, além de degustação de queijos (como os oferecidos pela Estância Shalom, de vários sabores). Essa imersão na cultura do campo oferece uma experiência autêntica e de contato direto com as tradições e costumes do município. A Fazenda Quinta da Estância, em Viamão, RS, é uma boa referência nesse tema.

Mapear propriedades e interessados na promoção de experiências;
Capacitar e qualificar a hospitalidade, atendimento e serviço dos locais;
Elaborar um mix de experiências a oferecer e cuidar para que exista diversidade.

Ideias e Inspirações

Tecendo divinos tapetes coloridos

Propõe-se a celebração das datas religiosas em Bandeirantes com uma tradição especial: a confecção de tapetes temáticos de serragem colorida. Inspirado nas comemorações de Corpus Christi, esta atividade envolverá a população local para decorar as ruas em dias festivos, como o dia da padroeira. Os visitantes terão a chance de participar, decorando a cidade com seu trabalho, o que trará grande orgulho e uma sensação de pertencimento. Assim como em Flores da Cunha, RS, esta iniciativa promove a beleza cultural e atrai uma atmosfera festiva, esperando receber um grande número de visitantes para contemplar esses tapetes coloridos.

Escolher a rua onde ocorrerá esta atividade;
Capacitar artistas e interessados locais nesta arte, para que possam orientar o turista;
Produzir matéria-prima com ajuda de locais e fornecer para esta prática.





Eixo Experiências

Projeto Estratégico

Eventos Temáticos

*“Um calendário repleto de
muito entretenimento”*

O que é?

Este projeto traz orientações para a criação de um calendário de eventos que mantenha o ecossistema turístico em movimento

Propõe-se reforçar os eventos tradicionais já existentes em Bandeirantes, alinhando-os ao novo posicionamento turístico proposto. Embora os eventos religiosos tenham protagonismo nessa situação, é importante também identificar novas oportunidades de atração além dessa temática. A estratégia visa mesclar eventos sazonais e atemporais de forma coordenada, evitando dispersar o público. Este projeto busca estruturar um calendário anual de eventos para manter a atividade turística constante.

Recomenda-se programar atividades regulares nos primeiros finais de semana de cada mês, adaptando a oferta à demanda. As ações se dividem em quatro principais formatos: festas e celebrações, shows e festivais, encontros e feiras, e eventos esportivos.



EVENTOS TEMÁTICOS



Como é?

Com eventos para o grande público

Propõe-se à cidade a realização anual de eventos de grande porte, capazes de atrair uma ampla audiência e proporcionar retorno financeiro garantido. Esses eventos, focados no público de massa, promovem visibilidade midiática expressiva, fortalecendo o turismo e impulsionando a economia local. É fundamental que Bandeirantes organize pelo menos um evento anual dessa envergadura para consolidar sua presença no cenário turístico.

Com eventos para nichos específicos

Bandeirantes pode desenvolver eventos mais exclusivos e segmentados, adequados a nichos específicos de interesse. Esses eventos, organizados em formatos menores e direcionados a grupos específicos, abordam temáticas diversificadas, enriquecendo a experiência dos visitantes.

Esta estratégia permite atender a diferentes interesses e proporcionar experiências mais íntimas e personalizadas aos participantes destes eventos.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A organização de eventos, como um festival, cerimônia, competição, festa, convenção, entre outros, é um processo longo que demanda planejamento. A preparação de eventos inclui orçamentos, definição de datas e datas alternativas, a seleção e reserva do local do evento, aquisição de licenças e coordenação do transporte e estacionamento. Também inclui as seguintes atividades: desenvolvimento do tema ou assunto central, provimento de oradores e som, apoio à coordenação local (como eletricidade e outros utilitários), organização de decoração, apoio ao evento e segurança, alimentação, policiamento, bombeiros, sanitários, estacionamento, sinalização e planos de emergência.

Quem deve se envolver?

Poder público, representantes da comunidade, lojistas e possíveis patrocinadores da iniciativa privada, como empresas e produtoras do segmento de shows e eventos.

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Mapear eventos existentes na região

Detectar os principais eventos que já ocorrem na região e que atraem um bom público.

2. Propor novas opções de eventos

Analisar o contexto para identificar eventos promissores com vocação local.

3. Organizar calendário anual de eventos

Distribuir todos os eventos da cidade em um calendário anual, evitando sazonalidade.

4. Planejar como um ecossistema

Definir responsáveis, recursos, estética visual, programação, público-alvo, datas e horários etc.

5. Promover e incentivar sua divulgação

Planejar a comunicação para que cada evento seja notícia antes, durante e depois de ocorrido.

EVENTOS TEMÁTICOS



Ideias e Inspirações

A Feira do Grão de Ouro

Propõe-se a Feira do Grão de Ouro em Bandeirantes, reunindo exposição de animais, alimentos, maquinário e produtos agrícolas, palestras, shows e premiações. Inspirada na Expointer de Esteio, RS, essa feira busca destacar a produção regional, impulsionar negócios e valorizar os produtores locais. Além disso, um rodeio no estilo do renomado evento “Freio de Ouro” seria uma atração, homenageando a cultura rural e estimulando a competição saudável. Essa iniciativa visa não apenas enaltecer os produtores da região, mas também consolidar Bandeirantes como um centro agropecuário de destaque, atraindo visitantes e fomentando oportunidades comerciais neste segmento.

Definir um local amplo para ocorrer a feira, que deve durar de 3 a 5 dias.

Convidar produtores locais para expor;
Trazer empresas do setor para exibição e comércio de equipamentos.

Ideias e Inspirações

Uma grande festa de queijos

Propõe-se a Festa do Queijo em Bandeirantes, celebrando e promovendo os laticínios locais. Inspirada na Festiqueijo de Carlos Barbosa, na Serra Gaúcha, e no Tulip Festival, de Amsterdam, essa festividade gastronômica temática enfatizaria a produção artesanal de queijos da região. Seria uma oportunidade para os produtores locais exibirem suas variedades e técnicas, enquanto os visitantes desfrutariam de degustações, workshops e entretenimento. Essa iniciativa não apenas destacaria a riqueza dos laticínios de Bandeirantes, mas também impulsionaria o turismo gastronômico, fortalecendo a identidade culinária da cidade e atraindo apreciadores de queijo de toda a região.

Estabelecer o programa em conjunto com os produtores locais;
Promover a divulgação do produto através de comércio e degustação;
Criar atividades e gincanas divertidas.



EVENTOS TEMÁTICOS



Ideias e Inspirações

Muitas atrações na semana da Festa de Nossa Senhora Aparecida

Propõe-se a ampliação da tradicional festa de Nossa Senhora Aparecida em Bandeirantes, transformando-a em uma semana de festival grandioso. Esse evento atrairia devotos de toda a região para celebrar com múltiplas atrações e festejos, prolongando o escopo e o tempo da festividade original. Inspirado em festivais religiosos de magnitude, como o Festival VEM – Voz, Evangelização e Música, esse evento de música católica seria uma adição importante, promovendo novas composições e talentos no cenário da música contemporânea. Tal iniciativa não só dinamizaria o setor turístico local, mas também enriqueceria a cultura e a oferta de eventos religiosos.

Revisar o evento existente e propor novidades para ampliar a permanência do turista; Criar atividades diárias, como caminhada e concertos com velas, vigília e casamentos coletivos.


Ideias e Inspirações

A santa rústica

Bandeirantes poderia criar um evento esportivo em homenagem a Nossa Senhora Aparecida, como uma corrida que percorresse as ruas urbanas e sua bela zona rural. Com percursos de 5 e 10 km, a particularidade dessa proposta poderia ser a união entre o esporte e a oferta de produtos locais, onde os corredores poderiam degustar produtos regionais durante a prova, inspirando-se na Maratona do Vinho do Vale dos Vinhedos, em Bento Gonçalves, RS. Essa corrida rústica seria uma celebração ao esporte, religião e cultural local, buscando atrair corredores de todo o estado e país. Outra referência interessante é a popular Maratona de Freiras, de Londres, em que os participantes correm fantasiados.

Definir o trajeto programando paradas em pontos estratégicos que propiciem aos atletas consumir produtos locais;
É possível atrair tanto o público religioso, quanto outros públicos interessados.





Projetos Complementares

Eixo Hospitalidade

Projeto Complementar

Rua de Referência

*“Explorando a essência da cidade
passo a passo”*



RUA DE REFERÊNCIA



O que é?

Este projeto propõe uma rua que seja emblemática e representativa da cultura local. É aquele lugar encantador e convidativo para se descobrir e retornar várias vezes, pois promove uma conexão autêntica entre pessoas e cidade.

Explorar ruas para pedestres na cidade tem se tornado uma tendência global para promover interação e movimento nas áreas urbanas. Essa transformação não apenas fortalece o comércio local, mas também oferece espaços convidativos para moradores e visitantes. Inspirados por locais como La Rambla em Barcelona, centros históricos vêm passando por renovações para priorizar os pedestres. Converter um trecho em um 'boulevard charmoso' pode não apenas impulsionar o comércio, mas também criar novas dinâmicas sociais e urbanas. Com um mix diversificado de estabelecimentos e calçadas convidativas, essa transformação reflete um ambiente seguro, fruto de uma gestão urbana atenciosa.

Como é?

Cheia de vitalidade e produtos locais

A rua de referência se destaca como um verdadeiro ícone da localidade, reunindo beleza, vitalidade, serviços e uma localização privilegiada. Para criar um ambiente atrativo e dinâmico, é crucial contemplar diversos elementos-chave. O cenário cultural se torna um destaque ao priorizar lojas de artesanato e produtos locais, transformando o ambiente em um espaço culturalmente ativo e enriquecedor. Além disso, a vida urbana se torna pulsante com artistas de rua, quiosques e bares.

Um cenário atraente e inesquecível

Junto a isso, o passeio ao ar livre ganha um papel relevante, com paisagismo que torna o ambiente acolhedor e agradável, convidando à exploração e à permanência. Por fim, a localização estratégica confere a rua um status obrigatório para todo visitante que chega a cidade, sendo o início da experiência local. Assim a rua de referência se torna uma amostra do que a cidade possui de melhor em todos os sentidos.



CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Delimitar o trecho de ação

Definir a extensão que receberá esta intervenção, como uma ou duas quadras.

2. Engajar a comunidade

Realizar consultas públicas para envolver os atores locais na tomada de decisões.

3. Projetar com os melhores

Lançar em parceria com o CAU/MS um concurso nacional de projeto de revitalização desta rua.

4. Mapear e articular o mix

Estabelecer incentivos que encorajem a participação de pequenos negócios e investidores locais.

5. Fomentar a cultura local

Trazer artistas, promover feiras e eventos para garantir vitalidade e dinamismo urbano.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

No processo natural do desenvolvimento urbano, uma rua geralmente passa por mudanças ao longo de décadas. Contudo, com um planejamento intencional, é possível acelerar essa transformação. Apresenta-se cinco orientações para remodelar essa rua, cada uma demandando um plano específico para alcançar êxito.

A participação ativa da comunidade é essencial. Envolvendo os residentes desde o início, valida-se não só os resultados, mas também insere-se essa iniciativa em um movimento mais amplo de mudança urbana. Essa integração não apenas legitima os propósitos, mas também fortalece os vínculos locais, impulsionando uma transformação inclusiva na cidade.

Quem deve se envolver?

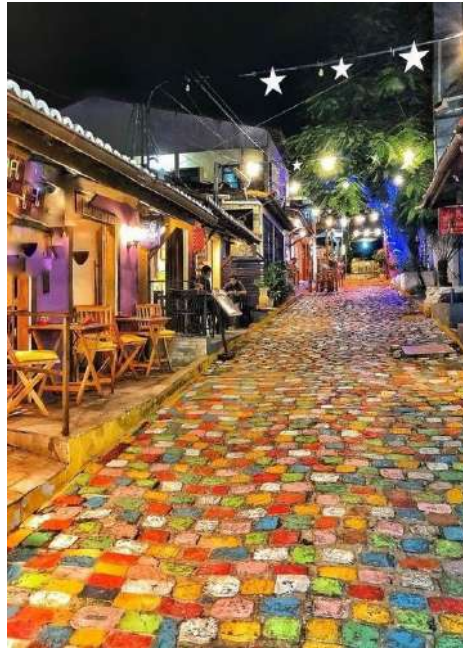
Poder público, empreendedores e pequenos negócios locais, além de associações comunitárias, dos moradores desta rua e integrantes do trade turístico local.

Ideias e Inspirações

Tem que ser uma rua bonita de se ver

Uma rua de pedestres encantadora não se limita à funcionalidade, ela deve ser um convite à experiência urbana. A combinação de calçadas personalizadas, paisagismo com flores, mobiliário urbano e iluminação noturna realça a arquitetura e a paisagem, transmitindo segurança. Este cenário deve ser o palco onde as histórias acontecem e se desenrolam as interações humanas e a autenticidade da vida urbana. Essa estética fomenta a vitalidade urbana, criando um ambiente acolhedor e interativo para moradores e turistas.

Calçada artística e com identidade;
Iluminação especial, com energia limpa;
Mobilidade: patinetes e bikes compartilhados, além de estações de suporte para ciclistas;
Estações de hidratação e água para tereré;
Sinalização turística criativa e tematizada.





Ideias e Inspirações

Articular um conjunto variado, autêntico e encantador de comércio e serviços

Uma rua que se destaca para os turistas é aquela que proporciona uma ampla gama de serviços e lojas interessantes ao longo de um percurso agradável para se caminhar. Os locais de maior destaque normalmente se fundamentam na variedade comercial, oferecendo produtos diferenciados, uma autêntica experiência gastronômica, entretenimento (como apresentações musicais ao vivo), infraestrutura acessível, incluindo bancos, lixeiras e uma boa iluminação, eventos sazonais, atividades culturais e serviços de apoio e limpeza constante.

Cafés e bares com mesas e cadeiras na rua;
Lojas de artesanato e produtos locais;
Artistas e músicos regionais se apresentando diariamente ou em finais de semana;
Antiquários e comércio de raridades;
Feiras de rua, com temáticas diversas.

Ideias e Inspirações

Atenção ao público jovem e infantil

A renovação desse espaço urbano deve abranger todas as idades e características, incluindo jovens e crianças. Uma melhoria completa requer a consideração do público infantil, o que implica na necessidade de uma infraestrutura apropriada. Áreas recreativas são fundamentais para cativar não apenas os mais novos, mas também seus pais, influenciando na escolha de visitar e retornar ao local. Dado o clima quente do Mato Grosso do Sul, a introdução de elementos aquáticos nessas intervenções poderia ser uma adição especialmente atrativa. O fator acessibilidade deve ser considerado também na qualificação local.

Pistas de texturas diversas e coloridas;
'Reproduções de equipamentos para escalar e se divertir;
Praça com brinquedos interativos e sensoriais com acessibilidade;
Piso e brinquedos de SplashPad;
Fontes interativas de água e luz.



RUA DE REFERÊNCIA



Ideias e Inspirações

A rua que é um destino por si só

Ruas de pedestres encantadoras tornaram-se destinos turísticos imperdíveis, oferecendo uma visão concentrada da cultura local. Esses trajetos a pé são programas de passeio ideais, permitindo que os visitantes absorvam a essência da cidade em um curto percurso, fotografando as paisagens locais, experimentando a gastronomia local etc.

Muitas cidades exploram essas áreas como paradas obrigatórias, proporcionando uma experiência cultural completa em um trajeto caminhado. A Rua Direita (Ouro Preto, MG), a Rua Coberta (Gramado, RS) e a Rua do Mucugê (Arraial d'Ajuda, BA) são bons exemplos disso.

Oferece uma mostra da cultura local ao turista, encantando-o;
É o primeiro passeio que se faz ao chegar, logo precisa ser bela e muito bem planejada para receber e acolher;
Esta rua irradia a renovação urbana.

Eixo Hospitalidade

Projeto Complementar

Hospedagem e Estadia

*“Melhorando o que existe e inovando
na oferta de acomodações”*





O que é?

Este projeto traz orientações para diversificar, ampliar e aprimorar as opções de hospedagem

A hospedagem desempenha um papel crucial na experiência de um visitante, por isso, merece atenção cuidadosa e estratégica. É essencial aprimorar as opções atuais de estadia, não apenas com pacotes e promoções, mas também qualificando os ambientes disponíveis. Investir em melhorias estruturais e serviços é essencial para oferecer experiências mais completas e positivas a quem frequentar a cidade, independentemente do perfil deste público. Além disso, criar novas alternativas de hospedagem em ambientes naturais também pode atrair diferentes perfis de viajantes, especialmente os que buscam opções em plataformas como Airbnb, TripAdvisor e Booking. Oferecer espaços temáticos, ou mesmo isolados para quem busca tranquilidade, pode promover uma atratividade diferente da oferta da região, além dos tradicionais hotéis e pousadas.

Como é?

Qualificando o que já existe

Deve-se aprimorar os hotéis existentes na cidade para oferecer experiências mais abrangentes aos visitantes, adaptando as experiências oferecidas com base no público de interesse. A disponibilização de serviços de spa e relaxamento, transporte gratuito para destinos turísticos remotos, facilitar reservas de atividades, tematizar fachadas, ambientes e quartos com criatividade e criar pacotes especiais com ingressos locais enriquecem a estadia dos hóspedes e são diferenciais que contribuem para esse tipo de oferta.

Criando novas opções

É possível diversificar as opções de estadia na cidade e arredores, com foco na experiência do visitante. Para isso, soluções como glampings para acampamentos mais luxuosos, campings para imersão ao ar livre, pousadas temáticas inspiradas em filmes e refúgios na natureza, como cabanas isoladas são boas opções que agradam e atraem diferentes tipos de público para a cidade.



CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Mapear e tematizar

Criar propostas de hospedagem alternativas em locais em potencial, com temáticas atrativas ao visitante.

2. Diversificação e acesso

Propor novas opções de hospedagem alinhadas ao território, podendo privilegiar locais naturais.

3. Profissionais criativos

Contratar arquitetos/designers experientes, que façam propostas alinhadas ao público desejado.

4. Padrão e reputação

Estabelecer o padrão de qualidade com vistorias regulares para construir boa reputação.

5. Divulgação eficiente

Promover os estabelecimentos em plataformas digitais com material visual de qualidade.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Elaborar estratégias é essencial para aprimorar a qualidade das opções de hospedagem. Não basta apenas melhorar os estabelecimentos existentes, é importante inovar e propor novas alternativas. Independentemente dos objetivos específicos de cada município com seu posicionamento, os meios de hospedagem são um dos principais pontos de contato com visitantes externos, e por isso devem ser cuidadosamente pensados e aprimorados, como forma de atrair novos visitantes e fidelizar aqueles que usufruem dos serviços ofertados. Para isso, a elaboração das propostas deve contar com profissionais criativos, estabelecer padrões de excelência e investir em divulgação eficiente nas plataformas online disponíveis.

Quem deve se envolver?

Poder público, iniciativa privada, empreendedores do setor de hotelaria e moradores interessados em disponibilizar este tipo de serviço.

Ideias e Inspirações

Pousadas temáticas, que podem estar alinhadas às diretrizes do posicionamento

As pousadas são locais de estadia que transcendem o padrão convencional, valorizando a experiência estética. Esses destinos são destacados em plataformas de hospedagem, atraindo um nicho de turistas colecionadores de estadias únicas. Refúgios temáticos excêntricos, às vezes como cenários de filmes de ficção, cativam visitantes em busca de experiências especiais e estimulam a imaginação do público. A Casa Hobbit (Jundiaí, SP), a Casa da Árvore da Pousada Lendas do Capão (Palmeiras, BA) e Pipas de Araras (Araras, RJ) são referências importantes.

Pensar em experiências autênticas e únicas;
Criar imersão total em uma temática;
Decorar com originalidade, criatividade e coerência com a temática;
Encantar pelo visual e atmosfera;
Criar verdadeiras atrações turísticas.





Ideias e Inspirações

Microcasas e refúgios na natureza

Um refúgio traz uma abordagem similar ao glamping, porém com uma distinção fundamental, pois esta oferta contempla poucas ou apenas uma unidade. Microcasas são estruturas simples, porém com alto conforto e valor arquitetônico, destacando-se em plataformas de hospedagens com alta demanda e tarifas consideráveis. É comum encontrá-las em locais remotos da natureza, distantes de serviços, visando a desconexão e o isolamento, proporcionando arquitetura diferenciada e acesso a paisagens exclusivas e deslumbrantes. A Cabana Frame (MG) e o Chalé em Anitápolis (SC) são exemplos inspiradores.

Primar por exclusividade em ambientes isolados e relaxantes;
Espaço compacto com comodidades práticas, acessíveis e confortáveis;
Localização remota integrada à natureza;
Paz e tranquilidade longe da cidade.

Ideias e Inspirações

Glamour + Camping = Glamping

Glamping é a junção de “glamour” e “camping” e oferece acomodações mais confortáveis que barracas tradicionais, como cabanas, trailers ou domos. Proporciona camas confortáveis, mobiliário e comodidades, como banheiros privativos, energia ecológica e estruturas sustentáveis, minimizando os impactos ambientais. Oferece uma experiência de acampamento mais luxuosa que o normal, ideal para quem busca conforto e convívio próximo com a natureza. O Parador Casa da Montanha (Cambará do Sul, RS) e Tedesco EcoPark (São Francisco de Paula, RS) são referências importantes.

É visto como opção de alto valor agregado;
Permite grande diversidade de formatos;
Ideal para estadias no meio da natureza;
Combina o rústico com o sofisticado;
Proporciona experiência imersiva e exclusiva que tornam-se memoráveis.





Ideias e Inspirações

Veículos adaptados

Esse tipo de acomodação explora a estadia em veículos adaptados para dormitórios. Oferece uma alternativa mais confortável ao camping tradicional, proporcionando surpresa e originalidade em cada proposta. Nesse estilo, há trailers, furgões, ônibus, barcos, trens e até aviões. A atração principal é a experiência única, permitindo contato íntimo com a natureza e em áreas rurais. Para os empreendedores, a flexibilidade de expandir conforme a demanda, adquirindo mais veículos adaptados, é um atrativo adicional. Ônibus de Águas de São Pedro (SP) e Zíngara KombiHome (MG) são exemplos inspiradores.

Mobilidade para estadias diferenciadas;
Experiência única em acomodações singulares e instagramáveis;
Originalidade e surpresa em cada proposta;
Proximidade com a natureza;
Adaptação flexível conforme demanda.

Eixo Hospitalidade

Projeto Complementar

Jornada Gastronômica

*“Despertando o interesse por sabores
locais e restaurantes típicos”*





O que é?

Este projeto traz orientações para explorar a autêntica culinária local e transformá-la em experiência única

Além de um lugar para se hospedar, todo viajante precisa também se alimentar. Se isso puder ser feito explorando aspectos autênticos do lugar, é quase certeza de uma experiência inesquecível. A relevância da gastronomia para o turismo reside na oferta de iguarias regionais nos destinos e restaurantes customizados. Pratos distintos e que só são encontrados ali elevam a região como um atrativo para os amantes da boa comida. Não é por acaso que cidades reconhecidas por suas comidas típicas atraem visitantes interessados neste tipo de consumo específico.

Neste sentido, este projeto enfoca a descoberta da autêntica culinária local, indo além dos restaurantes. Guiar os visitantes por mercados, feiras, propriedades produtoras, degustações e aulas de culinária típica também enriquecem muito a experiência local e traz desenvolvimento para a comunidade anfitriã.

Como é?

Qualificando a oferta existente

Deve-se elevar a qualidade dos restaurantes já estabelecidos na cidade para proporcionar experiências gastronômicas mais abrangentes aos clientes. Deve-se introduzir novos menus com opções saudáveis, promover a diversidade culinária, utilizar produtos de fornecedores locais, oferecer serviços de reserva simplificados, investir em ambientes temáticos e criar ofertas especiais que incluam degustações exclusivas para enriquecer a experiência dos frequentadores.

Destacando a autenticidade local

Deve-se mapear sabores surpreendentes e autênticos da região, enriquecendo a experiência dos visitantes. Deve-se explorar os ingredientes locais únicos, oferecendo pratos distintos aos clientes. Essa jornada gastronômica gera memórias inesquecíveis mergulhando na cultura local. A orientação profissional é fundamental para valorizar plenamente os sabores e nuances gastronômicos da região.



CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. *Diversificar a oferta*

Desenvolver ofertas gastronômicas variadas, alinhadas ao contexto local.

2. *Construir histórias*

Criar narrativas gastronômicas com base em tradições locais e elementos naturais.

3. *Capacitar pessoal*

Formar chefs e profissionais qualificados para atender à demanda turística dos visitantes.

4. *Promover produtos locais*

Estabelecer redes de produtores e promover certificações de sabores regionais.

5. *Aproximar para conectar*

Fazer da visita a mercados, feiras e produtores um passeio gastronômico com roteiro e degustações.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Aprimorar a oferta gastronômica é fundamental para realçar os sabores autênticos da região e surpreender o público-alvo. Não se trata apenas de melhorar os restaurantes já existentes, mas de também criar novas experiências culinárias. É necessário construir narrativas únicas, enraizadas nas tradições locais, e investir na formação de profissionais especializados. Além disso, deve-se fortalecer os produtores locais e certificar os sabores regionais, pois promover essas experiências únicas é essencial. Isso atrairá mais viajantes em busca de sabores distintos e genuínos, destacando a singularidade da culinária local. Deve-se também qualificar o momento de degustação, com supressas visuais, artísticas e culturais.

Quem deve se envolver?

Iniciativa privada, escolas de gastronomia, cadeia de produtores locais, empreendedores do setor alimentício e associações comunitárias locais.

Ideias e Inspirações

Mais experiências autênticas

Experiências gastronômicas memoráveis geralmente focam em eventos e vivências exclusivas promovidas junto à natureza, valorizando a tradição e a cultura local. Esta é uma maneira de conectar o turista ao lugar através da comida. Eventos assim podem acontecer em espaços abertos, nas margens de rios, em campings, parques e em outros locais especiais. O fundamental é a valorização dos produtos e produtores locais, garantindo a autenticidade da proposta. A Rota da Cerveja (Blumenau, SC), a Casa da Ovelha (Bento Gonçalves, RS) e a Festa da Tainha (Bertioga, SP), são exemplos inspiradores.

Valorização da produção local. Primar por experiências autênticas e únicas. A comida deve ser a motivação do passeio;
Vivência que gera conexão com o lugar;
Mais oportunidades na cadeia de produtores e atores locais.





Ideias e Inspirações

Terroir: O melhor da região

O terroir gastronômico expressa a essência de uma região em sabores únicos. Produtos locais agregam cultura à culinária e podem ser adquiridos como recordação. Certificar esses produtos eleva sua reputação, tornando-os reconhecidos nacional e internacionalmente pela autenticidade gastronômica territorial. Em diferentes localidades, é possível encontrar itens emblemáticos, como por exemplo, a Carne de Fumeiro (Recôncavo Baiano), o Pirarucu (Amazônia), o Queijo da Serra da Canastra (Minas Gerais), o Vinho (Vale dos Vinhedos - RS), a Cachaça (Minas Gerais) e os Doces de Pelotas (Pelotas - RS).

Terroir é patrimônio cultural de uma região; valoriza a produção artesanal local; Produtos culinários de alto valor agregado; Usado para cozinhar e presentear; Certificação traz reconhecimento e status; Design arquitetônico refinado e único.

Ideias e Inspirações

Bares e restaurantes temáticos

Restaurantes temáticos proporcionam experiências únicas ao combinar gastronomia e entretenimento, especialmente para o público infantil. Eles atraem o público por sua decoração, nome e culinária específicos, explorando temas variados, como natureza, cinema e jogos. Comuns em áreas turísticas, oferecem mais que refeições, eles apresentam shows e eventos performáticos para atrair e encantar clientes, proporcionando uma experiência memorável e diferenciada. Iceland Bar do Gelo (Campos do Jordão, SP), Lanchonete Mundo Animal (Brasil) e Eat Asia: Hello Kitty (São Paulo, SP) são exemplos inspiradores.

Imersão em cenários fantásticos;
Combinação de gastronomia e entretenimento. É para aqueles que buscam algo diferenciado e lúdico;
Ideal para atrair grandes grupos;
Alto valor agregado, o cliente topa pagar.



JORNADA GASTRONÔMICA



Ideias e Inspirações

Tem que ter rotas gastronômicas

Propõe-se criar itinerários gastronômicos que reúnam estabelecimentos similares ou complementares, conectando-os em vias organizadas e sinalizadas. Esses percursos poderiam se tornar atrativos por si só, proporcionando um passeio de final de semana, por exemplo, agrupando uma variedade de restaurantes, bares e locais temáticos ao longo de uma rota planejada. A disposição estratégica desses lugares ofereceria uma experiência atraente para os apreciadores de boa comida e entretenimento. O Caminhos de Pedra (Bento Gonçalves, RS) e o Beco das Sardinhas (Rio de Janeiro, RJ) são referências inspiradoras.

Rotas contemplam várias opções próximas, para todos os gostos;
Oportunidade de conhecer melhor o panorama da gastronomia local por meio de um percurso sensorial;
Ideal para o final de semana.

Eixo Comunicação

Projeto Complementar

Marca e Identidade

*“Criando uma identidade que reforce
os diferenciais”*





O que é?

Este projeto orienta a criação de uma identidade visual padronizada para a cidade e seus desdobramentos.

A criação de identidade visual para uma cidade é importante para destacar sua singularidade em meio a outras localidades próximas ou com semelhanças. Essa estratégia gráfica e verbal única a diferencia, facilitando a comunicação com o público desejado. Uma identidade unificada auxilia na transmissão de mensagens coerentes e claras, simplificando a experiência do visitante. A identidade visual é uma forma de tangibilizar o posicionamento através de recursos gráficos, ação que distingue e fortalece a cidade como um destino memorável e definido. Isso não apenas agrega valor à sua imagem, mas também ajuda na criação de uma conexão duradoura tanto com o público externo quanto com a comunidade local, destacando suas qualidades e características únicas e tornando-a inconfundível e atraente entre as opções de destinos disponíveis no estado e no país.

Como é?

Deve ser coerente e consistente

O processo de marca envolve a criação de uma identidade visual que harmonize com o posicionamento estratégico. A relevância desse desenho reside na confirmação e reforço da mensagem que deseja transmitir ao seu público. A imagem gráfica da marca precisa ser coerente e consistente, ilustrando o posicionamento da cidade de forma clara e atrativa, facilitando a associação entre a identidade visual e a experiência oferecida aos visitantes. É preciso criar um Manual de Identidade Visual.

Destacando a autenticidade local

É fundamental que essa identidade seja corretamente replicada em todas as manifestações oficiais e populares. A prefeitura deve disponibilizar a marca para que a comunidade possa adotá-la, incorporando-a em atividades, artefatos e eventos locais. A disseminação correta da marca aumenta sua visibilidade e também o senso de pertencimento e orgulho da população.



CREMIA PRINCIPAL

O espaço é privilegiado por sua complexa e marca. Ela foi escolhida devido ao alto nível de qualidade e também devido ao fato de estar localizada no Centro Histórico, cercada por edifícios de alto padrão. O monumento oferece um espaço aberto, com um formato de arco e um espaço de água. Os monumentos criados por ele são brancos, com um formato de arco e um espaço de água. Os monumentos criados por ele são brancos, com um formato de arco e um espaço de água. Os monumentos criados por ele são brancos, com um formato de arco e um espaço de água.



© 2018 - 2021 - BRASILIA

ÁREA DE PROTEÇÃO

A fim de preservar a visibilidade da marca, foi criada uma área de proteção visual. Tudo aquilo que esteja dentro do espaço reservado de cada elemento. Sendo assim, qualquer elemento gráfico deve respeitar o espaço delimitado para não gerar conflitos com a marca, como no exemplo abaixo.



© 2018 - 2021 - BRASILIA

FUNDOS FOTOGRÁFICOS

Além de permitir também aplicações em fundos fotográficos, deve-se seguir as regras de visualização e o comprimento da marca. O elemento sempre no formato original. A marca deve ser aplicada assim como a imagem de referência da imagem. A escolha da imagem fotográfica deve ser referente ao princípio e valores da marca Brasília.



© 2018 - 2021 - BRASILIA

FUNDOS COLORIDOS

Em caso de aplicações em fundos coloridos escuros, é indicado aplicar o versão monocromática, levando em conta as questões de contraste e legibilidade.



© 2018 - 2021 - BRASILIA

CAMISETA



CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Definir a marca

Criar e apresentar opções à comunidade para escolher aquela mais adequada ao posicionamento.

2. Criar o manual de identidade visual

Essencial para assegurar o uso consistente da marca, evitando variações e garantindo padrões.

3. Estabelecer normas de aplicação

Criar diretrizes para usos potenciais, garantindo a aplicação correta em diversos contextos.

4. Promover o lançamento

Realizar um evento para apresentar a nova marca como ponto de partida da mudança.

5. Facilitar o acesso e uso

Disponibilizar o material para a comunidade, promovendo sua utilização para aumentar o reconhecimento da marca.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A criação da marca deve ser organizada para refletir o posicionamento estabelecido. É vital que a gestão pública, auxiliada por profissionais de design, desenvolva uma marca representativa do posicionamento estratégico da cidade. Essa identidade ultrapassa as gestões políticas, sendo permanente e transcendente. Deve ir além de um governo, pois é a representação visual duradoura do conceito. Além disso, envolve elementos visuais e verbais alinhados, seguido por uma implementação estratégica consistente em todos os pontos de contato possíveis. O engajamento ativo com o público e a análise contínua da percepção da marca são essenciais para garantir uma comunicação coerente, duradoura e eficaz. Seu lançamento deve ser um evento estratégico para promover a cidade.

Quem deve se envolver?

Poder público e empresas de design especializadas em comunicação visual.

Ideias e Inspirações

Cuidado e atenção aos detalhes

Na prática, a expressão da marca se concretiza por meio de quatro elementos gráficos essenciais que, quando coordenados, estabelecem uma identidade visual que unifica toda a comunicação.

A **marca**, composta por um nome, símbolo gráfico, logotipo ou sua combinação, atua na identificação e distinção em relação à concorrência. A **cor**, representada por uma paleta definida, direciona o tom das aplicações, dividida entre cores principais (da própria marca) e secundárias (de apoio). A **tipografia**, refere-se à escolha de uma fonte para padronizar os textos utilizados nas aplicações. Por fim, o **grafismo**, representa elementos visuais frequentemente abstratos, que destacam conceitos ou fornecem suporte na organização dos layouts.

Quando esses elementos gráficos são organizados sistematicamente, constituem o conjunto conhecido como **Identidade Visual** ou **Identidade de Marca**.



Sensacional!



JIGSAW MEDIUM

Jigsaw Regular Italic





Ideias e Inspirações

Conte com designers e valide com a população para gerar engajamento

A criação da marca da cidade deve ser liderada por profissionais do design. Propõe-se a realização de um concurso público de ideias, baseado no posicionamento previamente estabelecido, envolvendo designers brasileiros para apresentar propostas. As melhores opções podem, então, ser submetidas a uma votação popular na comunidade, assegurando uma escolha participativa. Este modelo, já adotado por várias cidades, tem sido eficaz ao fornecer opções bem elaboradas e obter validação popular, proporcionando benefícios mútuos a todos os envolvidos.

- Elaborar um concurso aberto de ideias usando o novo posicionamento;
- Selecionar as 3 melhores opções como finalistas;
- Criar uma campanha de votação popular;
- Divulgar a escolhida em um evento.

Ideias e Inspirações

Uma marca repleta de significados

A identidade da marca deve refletir o posicionamento estabelecido, alinhando-se ao conceito norteador. A mensagem visual precisa ser coesa com a promessa ou a essência da cidade.

Muitos lugares ao redor do mundo adotam essa premissa, como a cidade do Porto, em Portugal. A marca da cidade foi inspirada nos elementos históricos através dos icônicos azulejos. Esta identidade é uma composição de referências gráficas específicas, oferecendo uma infinidade de combinações de ícones e padrões. Seu logotipo, integrado à paisagem urbana, e a tipografia moderna sans-serif são parte dessa identidade versátil. Esses padrões criam texturas atrativas, notavelmente vistas na sinalização. Apesar de não ser a abordagem mais ousada, é atrativa e amplamente aplicada na cidade.

Portanto, o posicionamento deve aparecer na marca e cores, sendo que tipografia e grafismos devem estar em sintonia com o posicionamento adotado.





Ideias e Inspirações

Conte com designers e valide com a população para gerar engajamento

A construção de uma marca deve abarcar as camadas tangíveis e intangíveis da cidade, capturando seus ícones e significados. Ela deve transmitir uma mensagem poderosa à primeira vista, criando uma impressão sempre positiva, como faz a marca de São Paulo. Essa marca multifacetada pode ser interpretada de diversas maneiras, mas uma das mais marcantes é sua representação aérea da cidade, exibindo toda a sua diversidade e cores. A identidade visual de São Paulo reflete toda a estratégia de comunicação na indústria do turismo, destacando a variedade e quantidade de experiências únicas de São Paulo, como é traduzido pela frase “viva tudo isso”.

Explorar cores, pois a identidade visual não deve ser tímida.

A marca deve ser fácil de entender, memorizar e funcionar em diferentes superfícies.

A marca de Bandeirantes

Evidenciando o que a cidade tem de melhor

A identidade visual sugerida para Bandeirantes reflete elementos intrínsecos à sua cultura, economia e ambiente local.

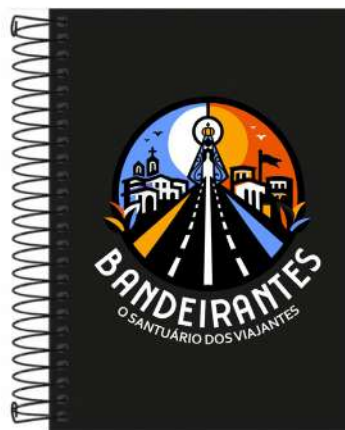
Na marca criada para Bandeirantes é evidenciada Nossa Senhora Aparecida, que possui um santuário na cidade e abençoa os peregrinos e viajantes que visitam o local em romarias ou que estão apenas de passagem pela BR-163, importante rodovia para o estado do Mato Grosso do Sul, que corta o território de Bandeirantes.

A aplicação da marca não se restringe apenas a produtos e souvenirs locais, mas se estende a diversos meios de comunicação visual, como placas, outdoors, adesivação de veículos particulares, capas de cadernos e agendas.

Além disso, a presença digital é essencial, com a utilização da marca em redes sociais, plataformas de vídeo e aplicativos, fortalecendo assim a identidade de Bandeirantes em diferentes contextos.



MARCA E IDENTIDADE



Eixo Comunicação

Projeto Complementar

Comunicação Visual

*“O posicionamento que não é visto
acaba não sendo lembrado”*





O que é?

Este projeto orienta a criação de elementos físicos de divulgação da marca e da identidade visual da cidade.

Após definir a marca e sua identidade visual, é crucial planejar sua ampla disseminação pela cidade para enraizar o posicionamento na comunidade. Essa estratégia é fundamental para que os visitantes percebam a conexão da população com o posicionamento que a identidade busca representar.

A comunicação se dará por meio de presença física constante, inserida na rotina urbana diária, visando estabelecer a memorização do posicionamento, da marca e de seus desdobramentos possíveis. Inicialmente intensiva, essa divulgação manterá sua presença de forma mais sutil ao longo do tempo.

O objetivo é que as pessoas sintam a marca e o posicionamento integrados à identidade da cidade.

Trata-se de uma estratégia visual importante que deve ser amplamente difundida no território e até externamente.

Como é?

Marcando presença na paisagem

A aplicação prática da identidade visual da cidade acontece através de outdoors, sinalizações, publicidade móvel, eventos locais, abrigos de ônibus, totens, mapas, murais, itens de papelaria, entre tantos outros possíveis. São elementos tangíveis que visam divulgar e promover a identidade da cidade, comunicando o posicionamento e tornando-o perceptível e presente no dia a dia dos moradores e na experiência dos visitantes.

A cidade se transforma em grife

Uma abordagem eficaz para solidificar a presença da marca na memória das pessoas é desenvolver souvenirs. Semelhante à estratégia de uma grife de presentes, a marca é apresentada em itens colecionáveis e úteis, desde camisetas até itens decorativos, funcionando como lembranças tangíveis e memoráveis da cidade. Esses souvenirs oferecem a oportunidade de compartilhar a identidade da marca com os visitantes, estabelecendo uma conexão duradoura entre a cidade e sua imagem.



CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Criar um plano de comunicação

Elaborar planejamento com roteiro de mensagens, canais de mídia e periodicidade de divulgação.

2. Adesivar e anunciar em veículos

Utilizar comunicação nos transportes públicos faz a marca circular pela cidade.

3. Sinalização personalizada

Placas informativas e direcionais com a identidade visual fortalece o reconhecimento da marca na rua.

4. Estratégia de outdoors

Posicionar painéis publicitários exibindo a marca ou mensagens específicas reforça a presença visual.

5. Criação de souvenirs e materiais de apoio

Criar souvenirs personalizados reforça a identidade e oferece lembranças únicas aos visitantes.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A implementação de uma estratégia de comunicação visual é fundamental para consolidar a marca e o posicionamento da cidade. Este plano, de curto a médio prazo, envolve a divulgação da identidade visual em veículos, sinalizações, outdoors, eventos locais e souvenirs turísticos. Para garantir uma comunicação ordenada e consistente, é crucial contar com profissionais designers na criação destas artes, garantindo uma representação coerente da marca. Essas manifestações físicas são partes vitais no processo de estabelecer a presença da marca na rotina urbana, impactando positivamente a memória das pessoas e fortalecendo a identidade da cidade. Neste projeto, a própria cidade se torna uma estratégia de comunicação pois ela receberá intervenções visuais acessadas por seus frequentadores.

Quem deve se envolver?

Poder público e empresas de design especializadas em comunicação visual.

Ideias e Inspirações

Letreiros instagramáveis e originais

Ter um letreiro oficial com o nome da cidade em locais acessíveis, como uma praça, é fundamental para o turismo. Esse letreiro, preferencialmente a marca tridimensional da cidade, deve ser criativo e estrategicamente posicionado, oferecendo um fundo visualmente atrativo para selfies e fotografias.

Essa estrutura torna-se um ícone para registros audiovisuais, impulsionando a divulgação espontânea nas redes sociais, promovendo este lugar como um destino atrativo e gerando um impacto positivo na promoção da cidade para público externo e que possivelmente ainda não conhece a cidade.

Escolher um local estratégico, acessível e com fundo que favoreça as fotos;

O letreiro precisa ser iluminado, ter pelo menos 1,5m de altura e ser resistente para ficar na rua e para que as pessoas possam subirem nele.





Ideias e Inspirações

Outdoors e painéis promocionais

A divulgação da nova identidade e posicionamento da cidade nas ruas é crucial para impregnar esses conceitos na mente das pessoas, conquistando o reconhecimento dos moradores locais. Antes de atrair o visitante, é essencial convencer quem vive na cidade. Um exemplo notável foi a estratégia de branding territorial de Madrid, na Espanha, que lançou a campanha “Madrid te abraza”. Utilizou-se mídia out of home para destacar valores e elementos culturais locais, como o Palácio Real, o Museu do Prado e os pratos típicos. Além disso, abordou-se movimentos como o Dia do Orgulho, refletindo sobre a diversidade.

Investir em empresas de comunicação;
Criar uma campanha publicitária para divulgar a identidade visual e o posicionamento proposto;
Implantar outdoors e painéis em pontos estratégicos de grande circulação.

Ideias e Inspirações

Comunicação impactante nas ruas

Aproveitar os ônibus e caminhões da frota municipal para exibir a identidade visual da cidade e campanhas é uma oportunidade ímpar. O envelopamento artístico não é dispendioso e anima a cidade, transformando-a em um cenário vibrante. Um bom exemplo são os bondes de San Francisco, EUA. Essa forma de comunicação é dinâmica, já que os ônibus circulam pelas ruas, interagindo com a paisagem urbana. Além de promover a identidade local, essa iniciativa torna a comunicação mais acessível e impactante, alcançando diversos públicos de maneira inovadora e atrativa. Estender essa intervenção aos abrigos de ônibus complementar a experiência visual.

Renovar a frota apenas com adesivagem;
Criar um padrão visual alinhado com a identidade da cidade;
Oportunidade de rentabilizar alugando espaço neste tipo de mídia urbana.





Ideias e Inspirações

Sinalização criativa e temática

Manter o visitante informado e orientado é essencial para uma experiência turística positiva. Apesar do avanço dos aplicativos móveis, projetos de wayfinding e sinalização são muito importantes. Incorporar a identidade visual nesses elementos – totens, placas, painéis, ground signs, galhardetes – auxilia na localização do turista e também reflete o cuidado da cidade com seus visitantes. Essa estratégia não só embeleza o ambiente urbano, tornando ruas e praças mais atrativas, como também reforça a identidade da cidade, deixando uma impressão duradoura e acolhedora nos visitantes.

Investir em parcerias com empresas de design, arquitetura e comunicação;
Elaborar um projeto de wayfinding design;
Identificar, informar, orientar e advertir;
Começar implantando na região central e na rua de referência.

Ideias e Inspirações

Publicidade urbana criativa

A transformação criativa de áreas urbanas é essencial para atender às variadas necessidades da população. Usando as cores da identidade visual, instalações urbanas funcionais e marcantes contribuem para a presença da marca na cidade. Um exemplo é a iniciativa da IBM e da agência Ogilvy, intitulada “Smart ideas for smarter cities”. Esta campanha ofereceu soluções inteligentes, simples e esteticamente atraentes para questões urbanas, priorizando pedestres e ciclistas. Além de melhorias práticas, essas intervenções evidenciaram a marca de forma excepcional, deixando uma impressão memorável no conceito de branding territorial adotado.

Identificar demanda de equipamentos urbanos necessários no espaço público;
Implementar intervenções simples, chamativas e que contenham a identidade visual da cidade de Bandeirantes.





Ideias e Inspirações

Materiais promocionais e informativos

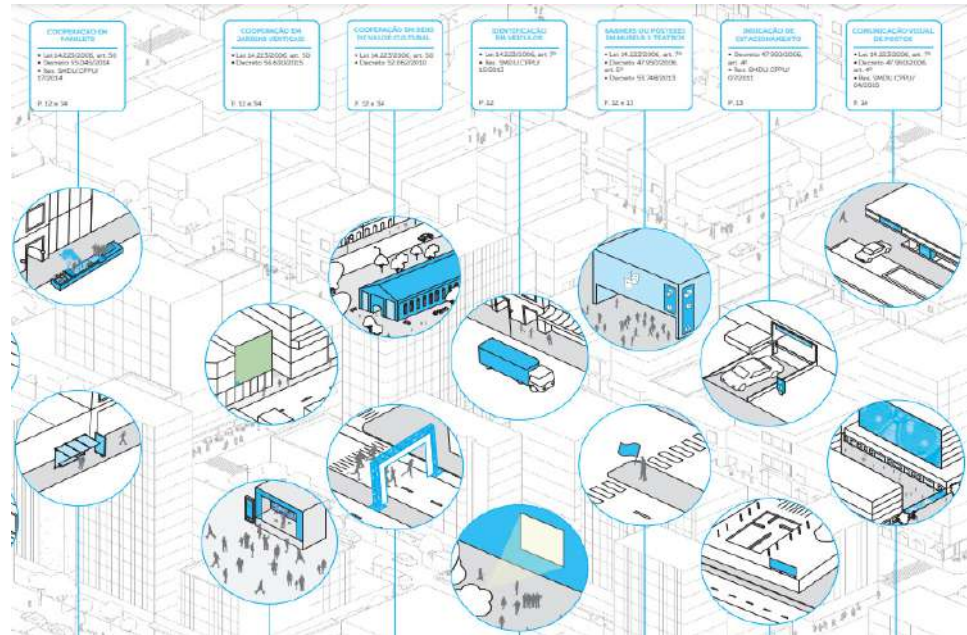
É fundamental criar materiais de apoio turístico, como mapas, folhetos e adesivos, integrando-os aos serviços cotidianos, como nas capas de cadernos escolares e na papelaria oficial da prefeitura. Essa inclusão da identidade visual em agendas e comunicados reforça a marca da cidade e, também, mantém consistência na mensagem para moradores e visitantes. Itens como mapa turístico ilustrado, livros, jornais e revistas, que podem ser impressos ou distribuídos em formato digital, são indicados. Um exemplo inspirador desse trabalho é observado na cidade de Paris - França, que reflete a nova identidade em todo o seu material de apoio.

Estímulo, apoio, produção e distribuição de produtos editoriais que apresentem os diferenciais e narrem a história da cidade; Explorar itens de consumo dos moradores, como sacolas de supermercado e cadernos.

Ideias e Inspirações

Fachadas organizadas e reguladas por lei para evitar a poluição visual

É importante que os lojistas invistam na sua comunicação visual, porém com bom senso. Estabelecer diretrizes para fachadas comerciais é fundamental para conter a poluição visual. Esse regramento preserva a harmonia entre edificações e contexto urbano, mantendo equilíbrio estético. Cidades como São Paulo, com a Lei Cidade Limpa, são exemplos desse movimento. Tal normatização garante que a comunicação externa seja assertiva, respeitando a identidade local e contribuindo para uma paisagem urbana organizada e agradável.



Definir o conjunto de elementos padronizados para sinalização de fachadas;
Determinar um regramento para a comunicação visual dos estabelecimentos comerciais da cidade, dando ênfase em regiões de apelo turístico.



Eixo Comunicação

Projeto Complementar

Presença Digital

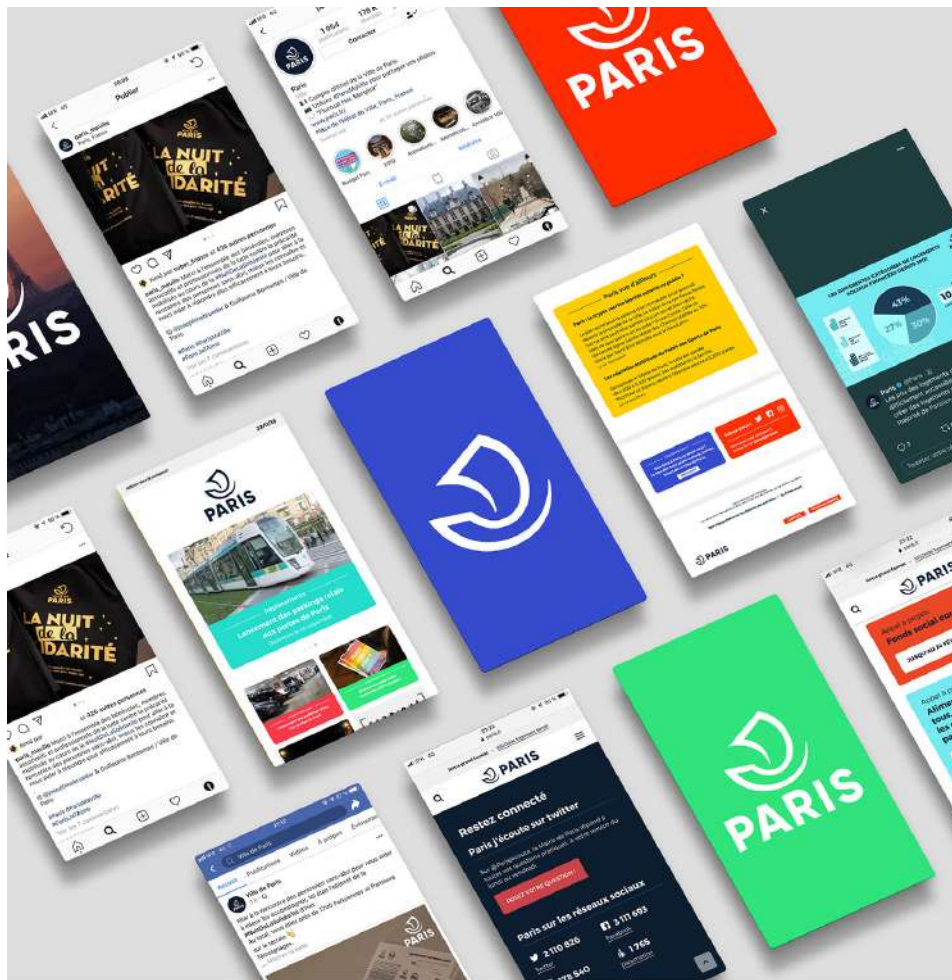
*“A cidade marcando presença no
badalado território virtual”*



O que é?

Este projeto orienta estratégias de presença nos meios digitais, como redes sociais, aplicativos e plataformas de vídeo.

Hoje em dia, as cidades não se limitam ao espaço físico, elas também se estendem ao meio digital. Na maioria das vezes, a primeira aproximação do público-alvo com a cidade acontece pelas redes sociais de compartilhamento de fotos e vídeos que atualmente funcionam como um canal estratégico. Para acompanhar a circulação da informação, é crucial que as cidades estejam presentes nesse ambiente virtual. Isso implica orientar os agentes do turismo sobre o uso das redes sociais, estimular o compartilhamento de experiências pelos turistas e contratar serviços profissionais para gerar conteúdo e publicidade online. Além disso, promover atrativos e experiências turísticas em plataformas online populares na atualidade e desenvolver um aplicativo interativo para facilitar o acesso às informações locais são passos essenciais nesse significativo contexto digital.





Como é?

Consistência na comunicação

A consistência do posicionamento não é apenas visual, mas também digital. É importante alinhar o canal online à identidade visual implementada, mantendo a coerência da mensagem e do tom de comunicação. Evitar dissonâncias é fundamental, especialmente num ambiente digital em constante mudança. Google, TripAdvisor, Booking, Tiktok, Instagram e Airbnb, são as plataformas que mais interagem com o trade turístico internacional.

O turista produtor de conteúdo

Influenciadores digitais são cruciais para atrair interesse para um determinado destino, porém, a autenticidade dos relatos comuns é igualmente valiosa, revelando perspectivas genuínas muitas vezes deixadas em segundo plano pela comunicação oficial. O engajamento dos visitantes em divulgar espontaneamente os atrativos locais representa um apoio inestimável para a comunidade anfitriã, que passa a ser conhecida por diferentes meios digitais de comunicação.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Em um mundo digital em constante expansão, a presença online é essencial. Planejar estrategicamente o conteúdo nas redes sociais é crucial, alinhando-o à identidade da cidade. Envolver os visitantes na criação de conteúdo amplifica a experiência compartilhada. Parcerias com influenciadores digitais e contratação de serviços profissionais garantem uma presença qualificada. Reforçar a presença nos aplicativos renomados, como Instagram, e a criação de um site próprio para a divulgação do território são passos importantes para garantir o acesso fácil e eficiente às informações, ressaltando a relevância de um planejamento profissional nesse cenário virtual em constante evolução.

Quem deve se envolver?

Poder público, iniciativa privada, desenvolvedores de conteúdo, mídia local, influencers digitais e comunidade em geral.

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. *Planejar o conteúdo para redes sociais*

Elaboração de um manual com orientações para a criação de conteúdos alinhados à identidade.

2. *Engajar o usuário*

Estímulo à produção de conteúdo por turistas em redes sociais, exibindo suas experiências na cidade.

3. *Colaboração com influenciadores digitais*

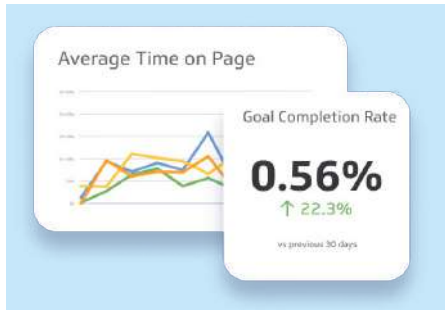
Estabelecer parcerias com influenciadores para divulgação da cidade em redes sociais.

4. *Contratar serviços de conteúdo e publicidade*

Uso de serviços profissionais para produção de conteúdo, publicidade online e links patrocinados.

5. *Marcar presença*

Estímulo no uso de apps como Instagram, TripAdvisor, Airbnb e Booking, além da criação de site próprio de acesso a informações.



Ideias e Inspirações

Tudo começa no Google

O Google é essencial, pois é a primeira fonte de informações sobre destinos no mundo. As pessoas buscam detalhes de horários, localizações, avaliações e experiências nele. A plataforma é uma vitrine digital, fornecendo métricas através do Google Ads, Google Analytics e Google Trends, permitindo compreender o interesse do público e adaptar estratégias. Com o Google My Business, estabelecimentos locais se destacam, facilitando a busca do público. Além disso, a presença nos resultados de busca e mapas do Google aumenta a visibilidade e credibilidade, influenciando as escolhas dos indivíduos.

Investir em Google Ads.

Manter sites com belas fotos, localização e informações sempre atualizadas.

Acompanhar e sempre responder comentários e perguntas postadas nestas mídias.

Ideias e Inspirações

Imagem é fundamental hoje em dia

O Instagram é mais do que uma rede social, é uma janela para o mundo. Com foco visual, tornou-se o cenário perfeito para compartilhar fotos da cidade, despertando interesse e atraindo novos visitantes. Cada post é uma chance de criar um impacto no imaginário dos interessados. Além disso, os stories permitem enquetes, interações diretas e instantâneas, criando um diálogo eficiente com o público, ampliando a visibilidade e a conexão emocional com os potenciais turistas. Com imagens cativantes e interações dinâmicas, o Instagram se torna uma ferramenta vital na promoção territorial, refletindo o encanto da cidade.

Fazer postagens sempre alinhadas com o posicionamento proposto;
Usar fontes e cores sempre de acordo com a identidade visual da marca;
Estimular a criação de selfie points na cidade para abastecer de conteúdo a rede.





Ideias e Inspirações

Pautando a comunicação especializada

Na busca por destinos diferenciados, muitos viajantes recorrem a sites de agências de viagens, plataformas virtuais de reservas e revistas de companhias aéreas. É importante estabelecer uma comunicação ativa com esses canais para divulgar com frequência as novidades da cidade. Antes de esperar que descubram organicamente um determinado lugar, um movimento proativo de comunicação leva informações sobre suas atrações, buscando pautar matérias ou até promover pacotes de viagens. Diversas plataformas premiam os melhores destinos, tornando essencial figurar nesses rankings para ganhar destaque.

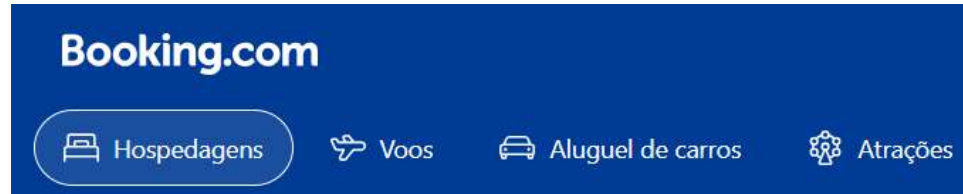
É um maneira simples e sem custo de estabelecer presença digital;
Deve-se criar releases para divulgar atrações e enviar periodicamente para canais midiáticos estratégicos.

Ideias e Inspirações

Integração com plataformas de reservas

Facilitar a reserva de hotéis, restaurantes e atividades por meio de plataformas de reserva online, como Booking, Airbnb, TripAdvisor e similares, é vital para uma cidade que busca promover-se externamente. Ao conectar-se a essas plataformas consolidadas, a cidade oferece aos visitantes a conveniência de explorar e planejar suas estadias e experiências de maneira fácil e direta. Isso não apenas simplifica o processo de viagem, mas também amplia a visibilidade e o alcance da cidade no mercado turístico, aumentando as chances de atrair um número maior de visitantes, fomentando a economia local.

Incentivar o uso de plataformas para ofertas e divulgação de serviços locais;
Monitorar a percepção da cidade nestas redes e manter atualização constante;
Criar campanhas de divulgação nas redes especializadas promovendo os atrativos.



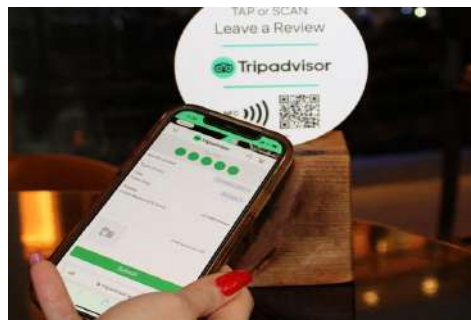
Inspire-se para sua próxima viagem



6 casas de temporada inesquecíveis na Austrália
De maravilhas arquitetônicas modernas a casas de praia clássicas em Byron Bay.



As casas espetaculares
Não importa o quanto de





Ideias e Inspirações

Fidelizando influenciadores

O influenciador digital traz uma experiência legítima, natural e espontânea na comunicação nas redes. Recentemente, a iniciativa Rio Digital Influencers premiou 15 perfis influentes que promoveram a cidade do Rio de Janeiro. Eles foram reconhecidos como embaixadores e tiveram acesso privilegiado a eventos e passeios pela cidade maravilhosa.

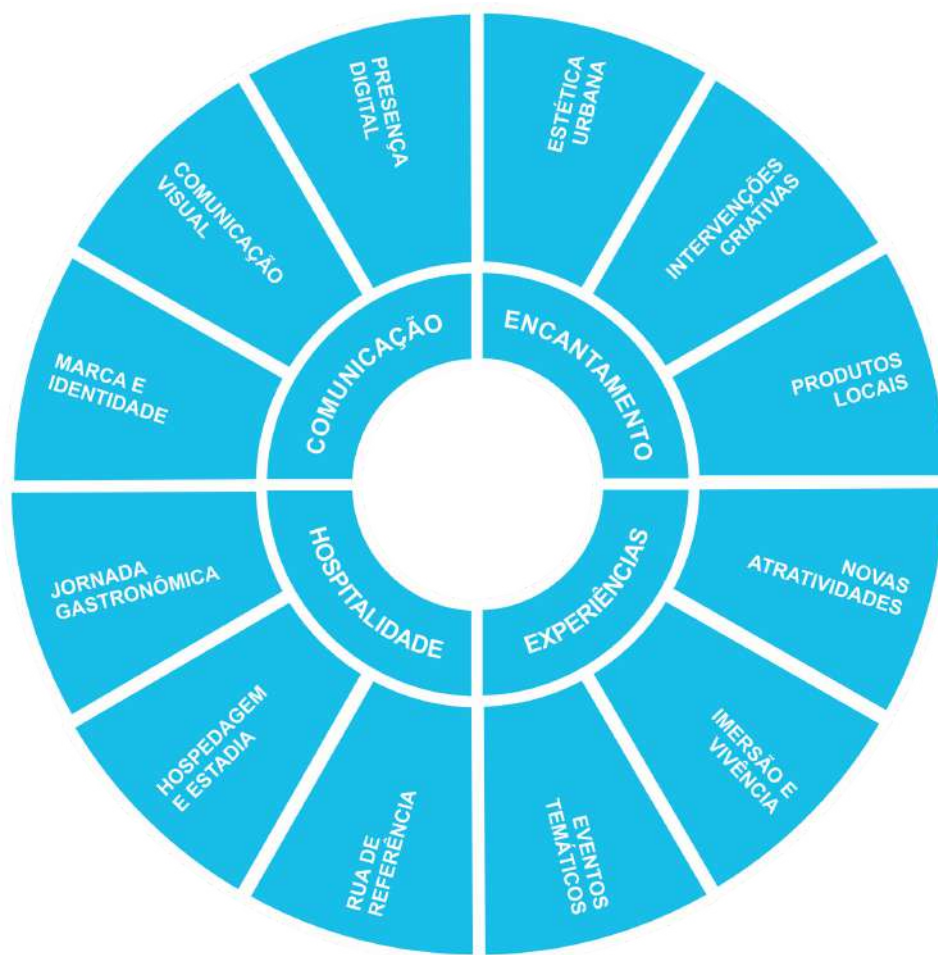
O programa não envolveu vínculos financeiros nem empregatícios e foi conduzido por meio de edital público. A seleção ocorreu no Dia Mundial do Turismo, permitindo a inscrição em diferentes redes sociais, com um limite de uma seleção por participante e exigindo um mínimo de 20 mil seguidores. Esta foi uma ação da prefeitura para a divulgação turística.

Criar parcerias com influencers.
Levar a imagem da cidade para outros públicos;
Gerar movimento nas redes sociais e plataformas de vídeo.



Considerações Finais

CONSIDERAÇÕES FINAIS



O Plano de Branding Territorial aqui apresentado evidenciou estratégias para posicionar o município como um destino distinto de outras localidades do estado do MS e do país, com propostas capazes de atrair o público externo e construídas a partir de grandes potenciais identificados no município por meio de pesquisas.

O intuito é que, a partir da ampla divulgação deste posicionamento e da implementação das ações propostas nos Eixos Norteadores, seja possível criar uma imagem positiva do município para o público externo, atraindo novos investimentos, visitantes e negócios, além de criar um senso de orgulho e pertencimento por parte da população local, que também se beneficia em ter uma cidade mais atrativa e cheia de oportunidades (também evitando a evasão populacional).

Contudo, para que esses potenciais possam ser devidamente aproveitados, é necessário colocar em prática as sugestões feitas no presente documento.

Colocando as diretrizes dos projetos em prática

Cada um dos 12 Projetos Estratégicos e Complementares, vinculados aos 4 Eixos Norteadores, apresentam diretrizes práticas para a execução das ações propostas. Portanto, essas diretrizes podem orientar a implementação dos projetos.

Os demais materiais produzidos pelos profissionais envolvidos, como o Framework de Análise de Contexto, podem ser usados como apoio durante a implementação das ações (Ex.: mostrar negócios e empreendimentos já mapeados no município).

Embora a implementação das ações dos 4 Eixos Norteadores de forma integrada seja o mais recomendado, é possível priorizar, em um primeiro momento, diretrizes específicas para viabilizar a execução do projeto. Um caminho para isso é ter como foco inicial a execução das propostas do Eixo Comunicação, utilizando os conceitos apresentados no Branding Territorial e elementos visuais e estéticos sugeridos no Eixo Encantamento.

EIXO ENCANTAMENTO

O que ajuda a implementar: aproximar empreendedores, artesãos e designers locais das propostas do branding, verificando o que poderia ser colocado em prática de imediato, além da participação em editais para viabilização financeira.

EIXO EXPERIÊNCIAS

O que ajuda a implementar: adaptar eventos e experiências existentes às sugestões dos Projetos Estratégicos pode ser um bom ponto de partida. Para isso, é necessário sensibilizar e aproximar a iniciativa privada das estratégias do branding.

EIXO HOSPITALIDADE

O que ajuda a implementar: começar com o aprimoramento da infraestrutura existente, alinhando, sempre que possível, às diretrizes apresentadas nos demais eixos norteadores, pode ser um bom caminho para implementação no curto e médio prazo.

EIXO COMUNICAÇÃO

O que ajuda a implementar: o slogan do município, os conceitos apresentados na página 11 e as diretrizes visuais e estéticas propostas no Eixo Encantamento podem apoiar o desenvolvimento dos Projetos Estratégicos desse eixo.

Articular, implementar e divulgar



Próximos Passos

Para que as propostas possam ser implementadas, sugerem-se dez principais frentes de ações que deverão contar com responsáveis locais e instituições envolvidas, sendo eles agentes públicos, representantes da iniciativa privada, SEBRAE e comunidade.

1. Organizar um grupo de trabalho para implementação;
2. Analisar os materiais desenvolvidos e apresentados;
3. Definir responsáveis pela execução dos projetos de cada eixo norteador;
4. Estabelecer blocos de prioridades;
5. Propor um plano de ação, com metas e prazos;
6. Atribuir responsabilidades e definir lideranças;
7. Viabilizar recursos, mão de obra e logística;
8. Desenvolver projetos técnicos, se necessário;
9. Iniciar a implementação das ações prioritárias;
10. Realizar encontros regulares para acompanhar e avaliar a execução.

