



Plano de Branding Territorial para
Camapuã



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

CAMAPUÃ

Gerente: Luzicarla Souza Softov
Analista: Lucas Borelli de Brito
Consultor: Idevaldo Garcia Leal Junior

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

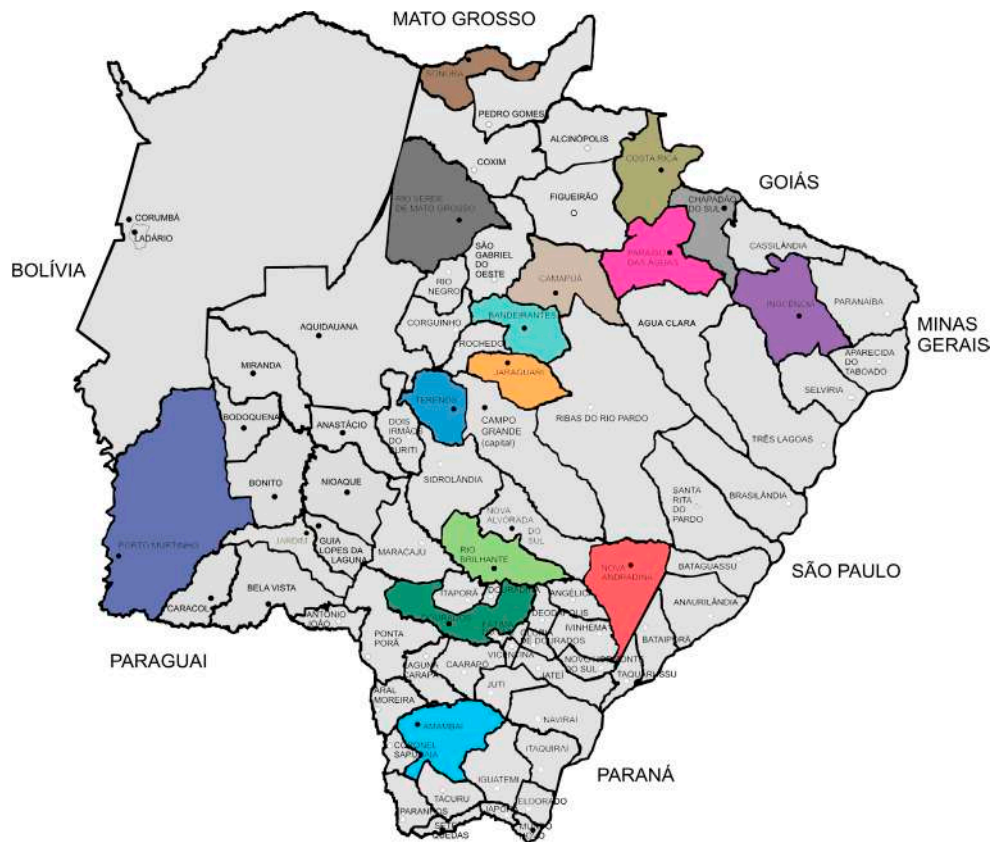
Plano de Branding

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

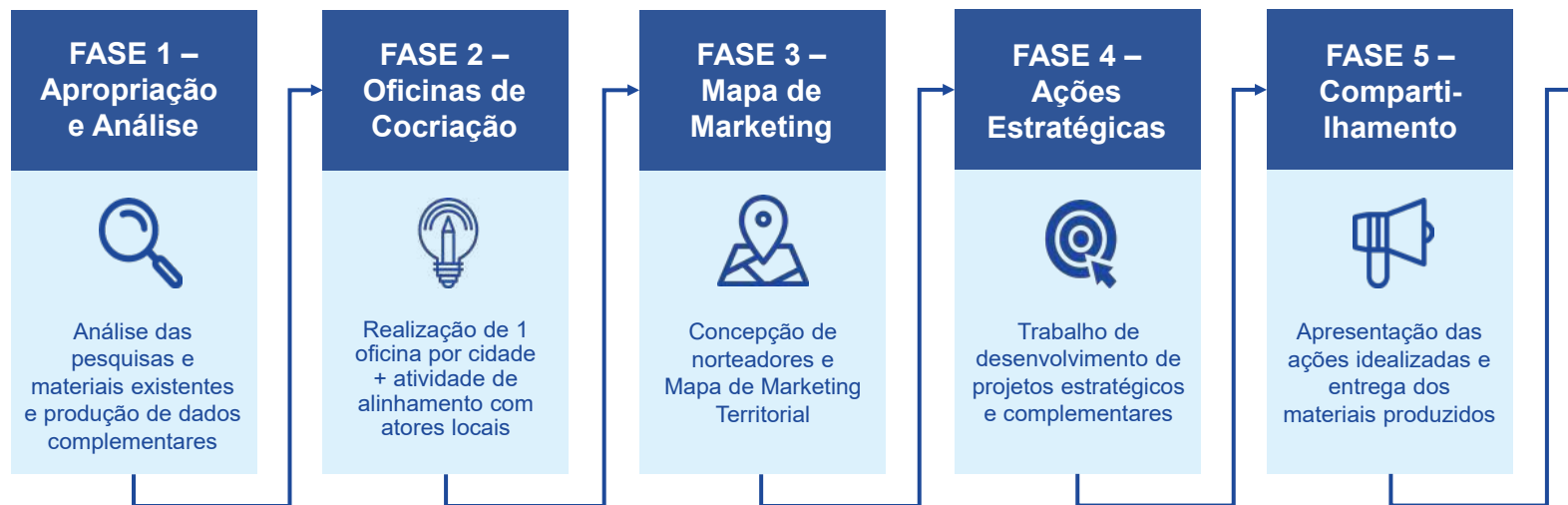
Ao todo foram 15 cidades contempladas pelo projeto de construção do Plano de Branding Territorial desenvolvido pelo Sebrae.

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

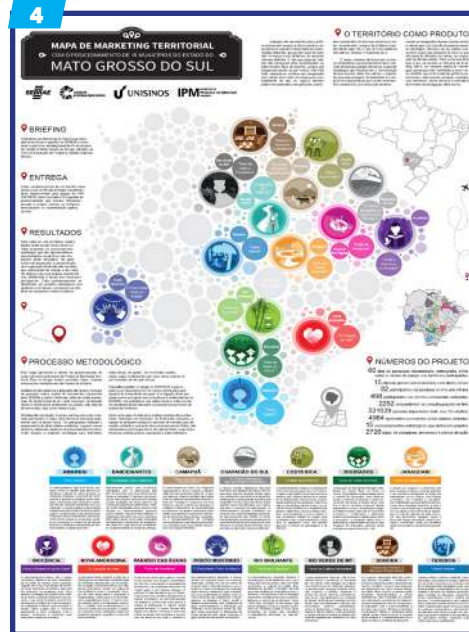
1

CAMAPUÃ	Proposta metodológica de trabalho	Atividades propostas	Apresentação e avaliação
Atividades propostas (continuação)			
Atividades metodológicas			
Atividades de campo			
Atividades de avaliação			



3

Coluna 1	Coluna 2	Coluna 3	Coluna 4	Coluna 5	Coluna 6	Coluna 7	Coluna 8	Coluna 9	Coluna 10
...



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

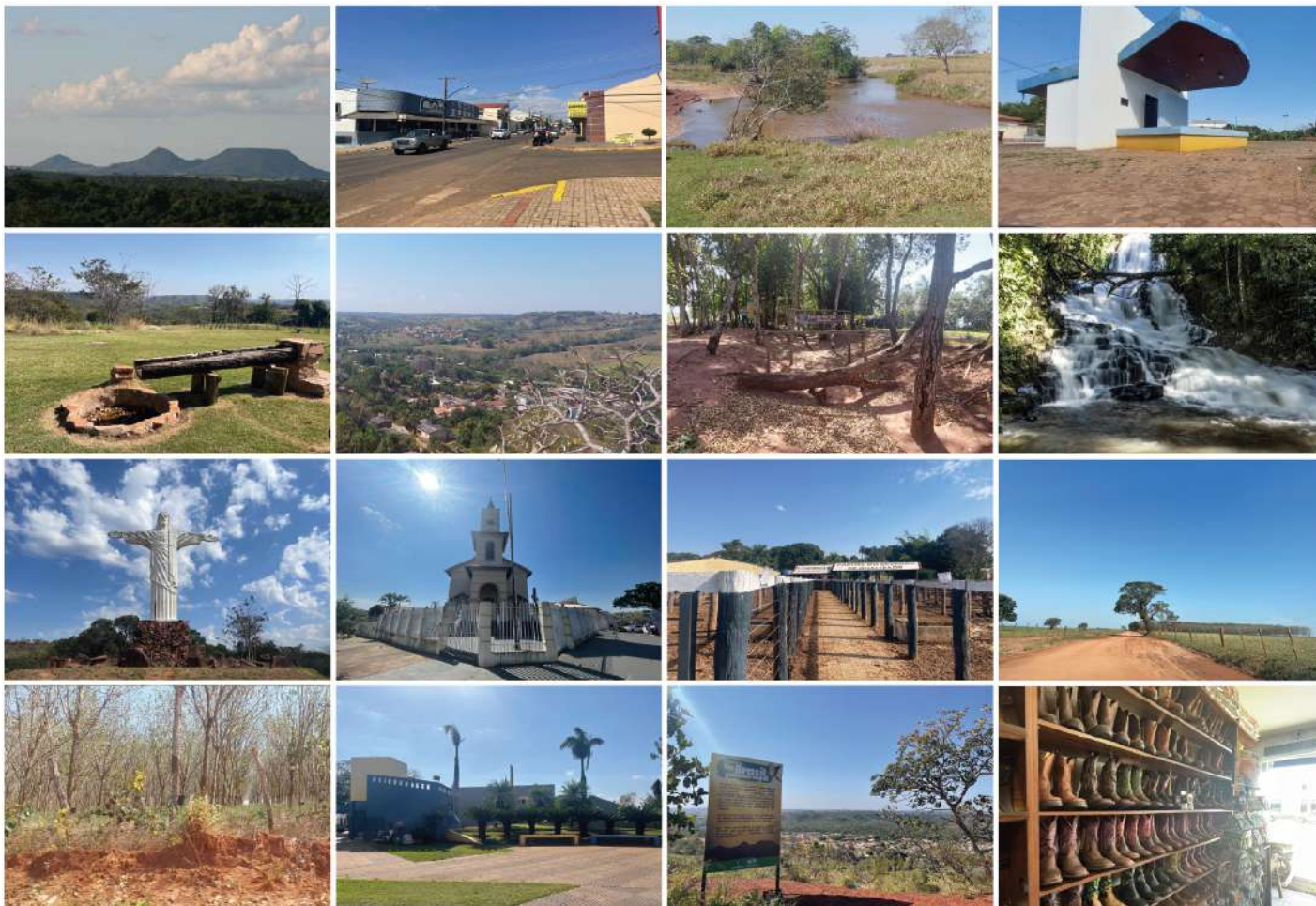
CONCEITO

- 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



O posicionamento 'Rota dos Negócios Agropecuários' busca ampliar todo o potencial agropecuário de Camapuã para além do seu legado na criação de bezerros de qualidade, assim como o termo 'Rota' procura evidenciar um importante fato histórico de relevância nacional ocorrido no município, a Rota das Monções. O objetivo é diversificar as oportunidades econômicas de Camapuã e estabelecer atividades para atender a já existente demanda de viajantes que passam por ali, tornando a cidade uma referência na geração de negócios agropecuários e na preservação da sua história.

PROPOSTA

Camapuã

***Rota dos Negócios
Agropecuários***

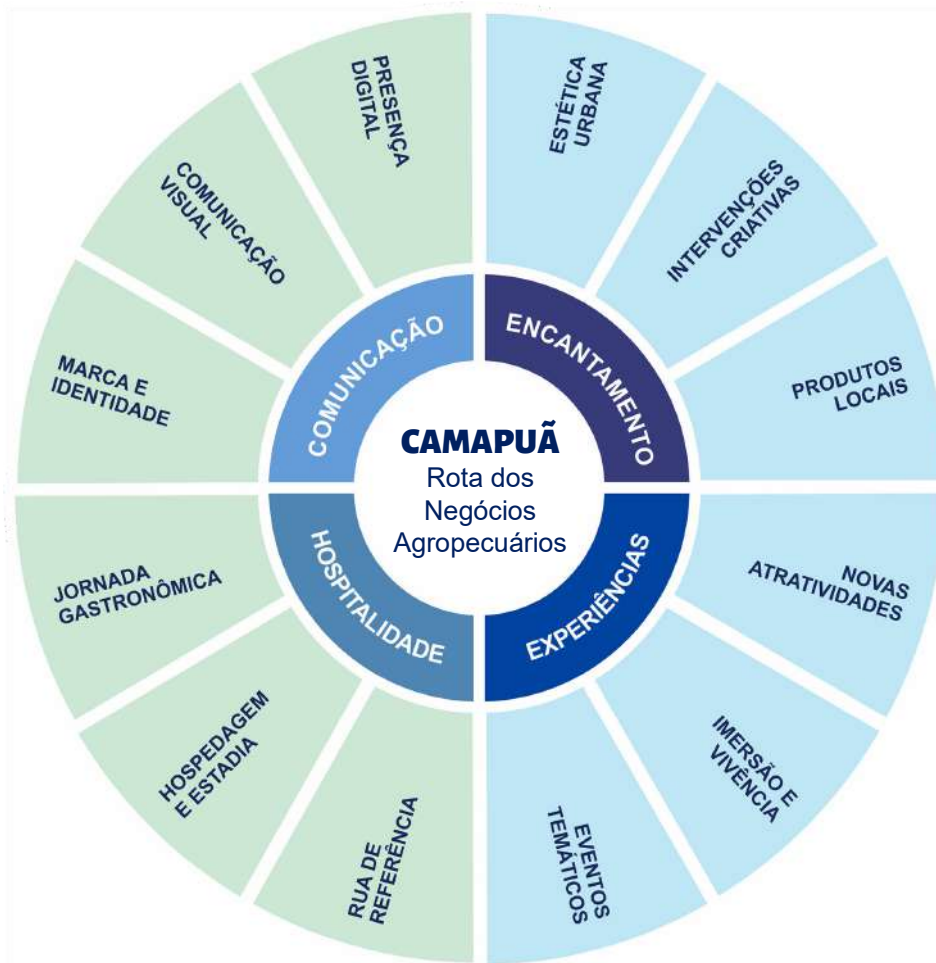


Eixos Norteadores

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.

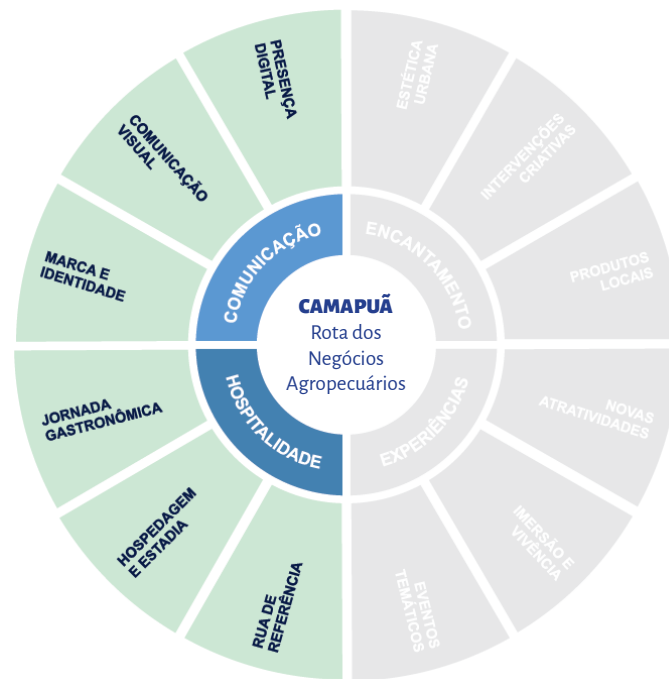


ORGANIZAÇÃO

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

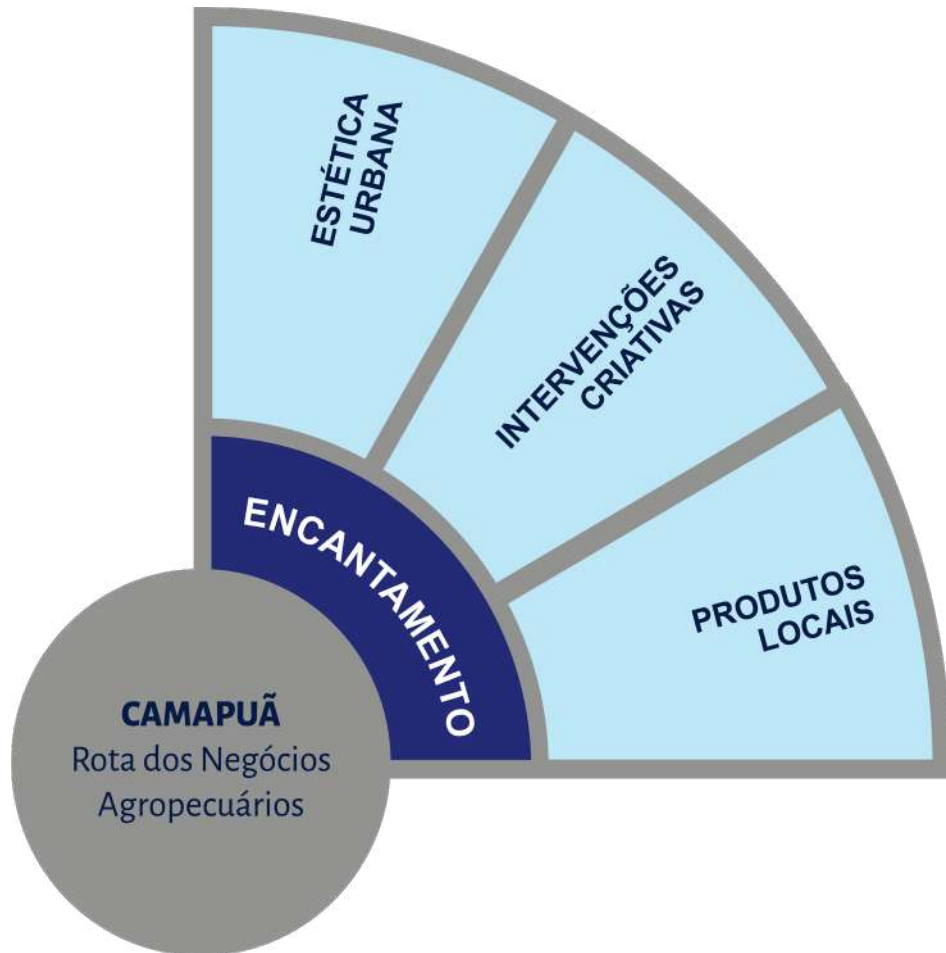
Estratégias para renovar a estética das ruas e dos espaços públicos.

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.

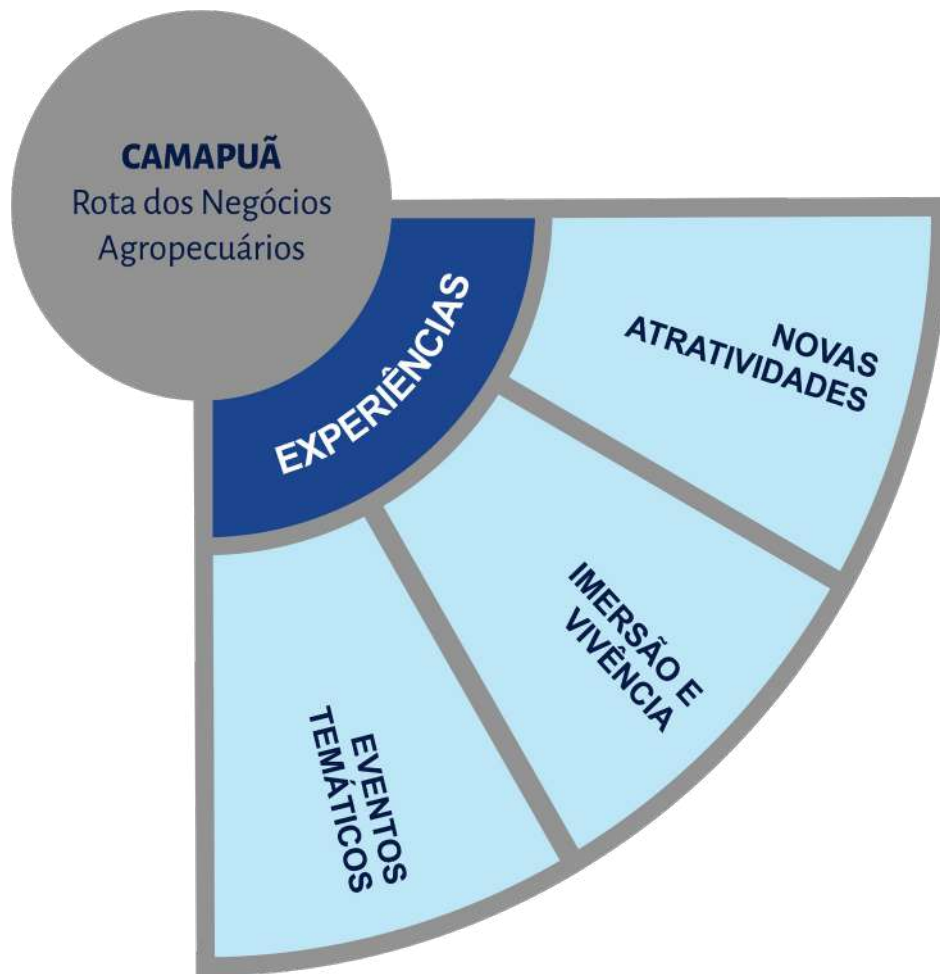
Proporcionar ao visitante uma estadia acima das expectativas é fundamental para a sua percepção positiva da cidade.

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 rela o com o território, reformulando o que já existe e criando novas atra oes.

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

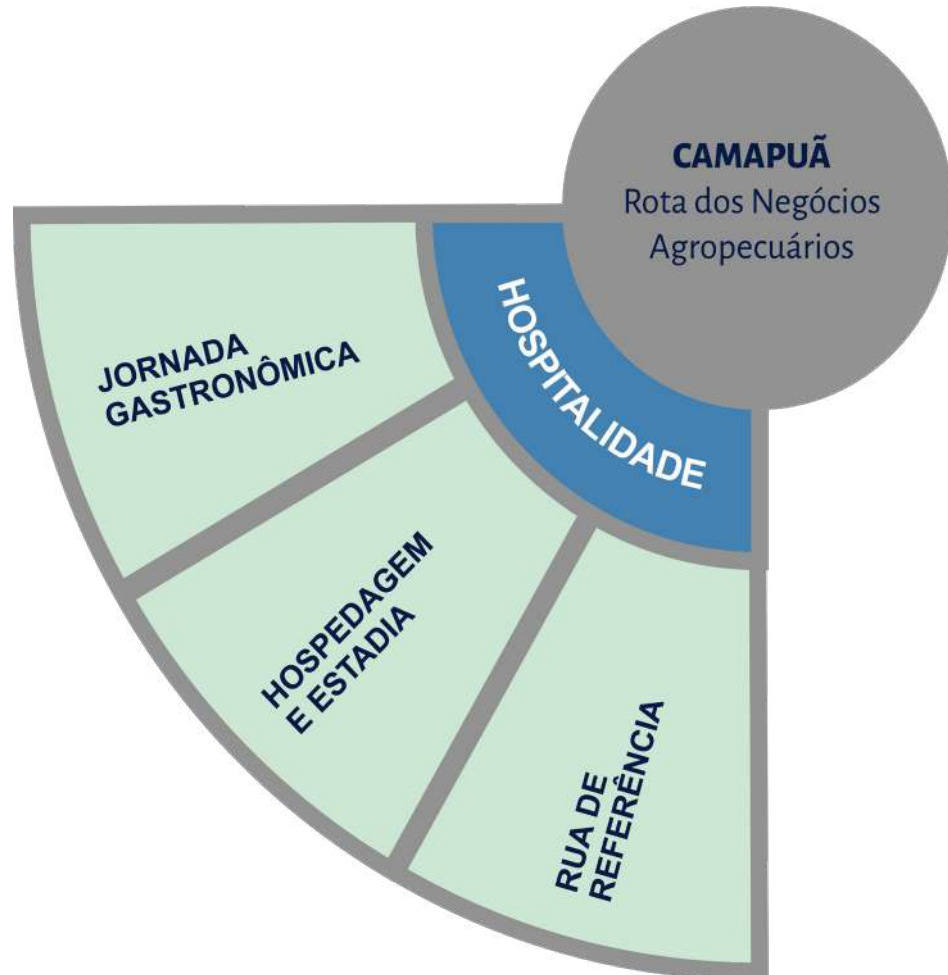
Estratégias para melhorar o que existe e inovar na oferta de acomodações para turistas.

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”

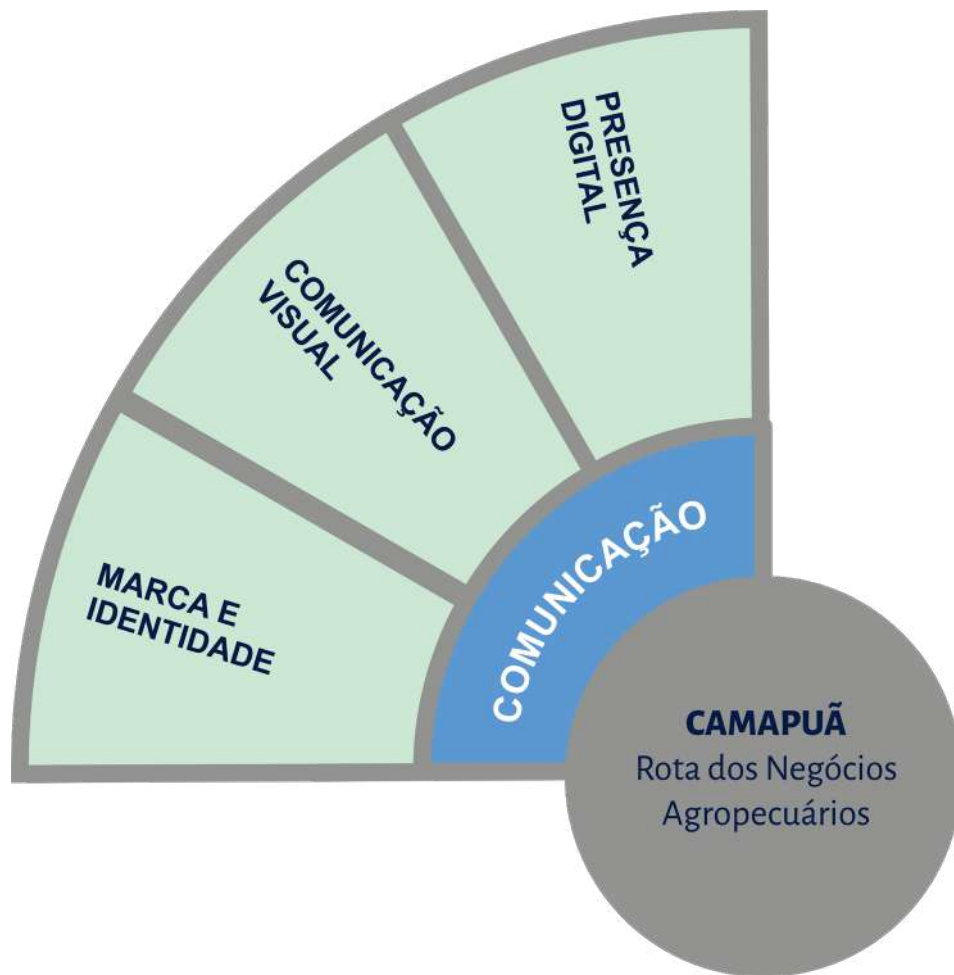
Este eixo se dedica à manifestação da identidade visual e plataformas de ampla divulgação da cidade.

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.

PRESENÇA 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 plano fornece diretrizes sobre elementos replicáveis que influenciam a atmosfera da identidade urbana da cidade de Camapuã.

A proposta de estética urbana para Camapuã visa criar, através da integração de elementos, como paisagismo, mobiliário urbano e pavimentação, um espaço que exale a identidade do posicionamento de “Rota dos Negócios Agropecuários”. Para isso, foram usados tanto elementos que remetem ao segmento agropecuário, quanto ao acontecimento histórico da Rota das Monções. O foco permanece em gerar pontos surpreendentes aos visitantes, e criar elementos de identidade característicos do local, com base nas potencialidades identificadas na cidade.

A imagem ao lado foi criada por meio de instrumentos de inteligência artificial e busca traduzir, exemplificando uma fachada comercial, um dos elementos identitários de Camapuã: a criação de gado e o legado na produção de bezerros de qualidade.





Como é?

Elementos identitários compoem o cenário urbano

Camapuã possui elementos identitários próprios e peculiares que devem ser evidenciados em diferentes pontos da cidade. Nessa linha, a vida na fazenda pode compor o cenário urbano em elementos funcionais, como calçamentos, luminárias, lixeiras, pinturas em muros, paisagismo, entre outras oportunidades. Além disso, a Rota das Monções tem o potencial de contribuir para o desenvolvimento do turismo histórico, já que a ideia é que este fato possa ter o seu legado preservado na cidade em diferentes intervenções.

Uma cidade para respirar a vida no campo

A cidade de Camapuã, que se apresentará como uma Rota dos Negócios Agropecuários, deve oferecer a oportunidade de imersão do visitante na vida rural. Por isso, sugere-se a instalação de elementos que consigam traduzir essa sensação para os visitantes, como intervenções urbanas que materializem essa atmosfera campestre.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Para consolidar a estética urbana desejada em Camapuã, é necessário considerar vários elementos intrinsecamente ligados à identidade da cidade. A sugestão é que as intervenções possam ser inspiradas no período em que ocorreu a Rota das Monções, além de outras intervenções que estejam ligadas ao setor agropecuário. Para a implementação, é importante definir o papel do poder público como articulador da execução das ideias, em colaboração com atores locais, comunidade, proprietários rurais e empreendedores parceiros. A cidade deve utilizar as inspirações apresentadas como base para desenvolver a estética desejada, de maneira que sejam coerentes com a realidade local.

Quem deve se envolver?

Poder público, iniciativa privada, artistas locais, moradores da cidade, trade turístico e associação de atores locais interessadas em abraçar a causa.

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Mapear pontos de intervenção

Definir os elementos urbanos apropriados para receber intervenções artísticas.

2. Mapear os empreendimentos parceiros

Selecionar empreendimentos locais e instituições que queiram aderir ao projeto.

3. Criar um plano de intervenções

Desenvolver um plano com datas, recursos, participantes e artes a serem implementadas.

4. Oferecer benefícios aos participantes

Oferecer vantagens e recursos para quem aderir ao projeto de transformação estética.

5. Implementação e manutenção

Implementar as ações planejadas, fiscalizar e dar manutenção quando for necessário.



Ideias e Inspirações

Voltando ao passado: a estética do período colonial

A proposta que se faz aqui é que o visitante embarque em uma viagem no tempo e se transporte para o período colonial, momento em que os bandeirantes paulistas traçavam a Rota das Monções na busca de ouro em Cuiabá, tendo Camapuã como ponto oficial de parada. Para isso, é preciso trazer elementos da arquitetura colonial para a cidade, como em fachadas de estabelecimentos comerciais (bares, restaurantes ou lojas de produtos locais), paradas de ônibus, calçadas e até mesmo no paisagismo.

Trazar elementos do período colonial brasileiro para compor a estética da cidade, tanto arquitetonicamente, quanto na escolha de materiais;
Esses elementos ajudam a criar uma imersão na época vivida durante a Rota das Monções.

Ideias e Inspirações

A estética agropecuária na zona urbana

Camapuã, como “Rota dos Negócios Agropecuários”, precisa ter em sua estética elementos que façam alusão ao segmento agropecuário.

Para isso, podem ser criados bancos, lixeiras, bicicletários, luminárias e até mesmo brinquedos de playground com formas de animais que se destacam no segmento da pecuária do município. Estes mobiliários, além de funcionais, geram encantamento e podem compor o cenário para registros fotográficos de quem visita Camapuã. Atualmente o município já possui alguns espaços que lembram de alguma forma essa estética, como o “Bolicho do Peão” e o “Empório Country”.

Trazer elementos estéticos que façam alusão ao ambiente agropecuário em fachadas, mobiliários urbanos e pavimentações, fazendo com que o visitante consiga identificar de maneira espontânea o posicionamento escolhido pela cidade.





Ideias e Inspirações

O caminho das porteiras-portais

Assim como aqueles que desbravaram o território local, é preciso traçar novas rotas a serem exploradas na cidade de Camapuã, mostrando que o verdadeiro tesouro são as belezas deste município. Uma das intervenções estéticas propostas é a possibilidade de fazendas do município terem em suas entradas portais que remetam à temática do setor agropecuário, principalmente aquelas que estão adjacentes a BR-060, fazendo alusão ao posicionamento de Camapuã e criando uma “rota de portais” a serem conhecidos. Esses elementos, além de instagramáveis, podem transmitir o poder que a pecuária e a agricultura possuem no desenvolvimento econômico da cidade.

Ressaltar a estética das porteiras de fazendas que ficam no interior do município;
Tornar estes locais turísticos e principalmente instagramáveis;
Exaltar o desenvolvimento agropecuário do município em intervenções artísticas.

Ideias e Inspirações

Os murais que contam a história local

A rota feita em terra pelos bandeirantes durante o período das expedições em busca do ouro precisa ser destacada. Uma forma de contar e fazer ver a história é por meio de murais em alto-relevo ou mosaico de cimento instalados na rua dos Jesuítas, na Praça Ernesto Solon Borges ou em outra rua que seja um ponto de referência na cidade. Tais murais também podem fazer menção ao posicionamento adotado e ao setor produtivo local, com destaque para os negócios agropecuários. O local onde forem instaladas essas obras se tornará um museu a céu aberto, sendo um lugar de visitação e muitos registros fotograficos. Os murais tamb em podem inspirar souvenirs.

Criar murais artísticos espalhados por caminhos e espaços públicos da cidade enaltecendo a história, a cultura e a identidade local. São murais feitos artesanalmente de cimento e concreto, como o existente na fachada do Teatro Guaíra, na cidade de Curitiba – Paraná.



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.

O intuito das intervenções criativas propostas para Camapuã é reconhecer o potencial da cidade em ser um local perfeito para vivenciar a vida no campo e a história do município. Essas intervenções criam uma variedade de conteúdos visuais atrativos, que estimulam o compartilhamento em redes sociais e a divulgação espontânea de Camapuã. A ideia é que o posicionamento possa ser evidenciado de forma inusitada, por meio de instalações de diferentes tipos e formatos, que invadam a cidade e também se estendam além do perímetro urbano, encantando o visitante ao longo de toda a sua passagem pelo município. O foco deste projeto é justamente criar pontos de intervenção criativos, que surpreendam quem visita a cidade de Camapuã e sejam motivo de alegria, orgulho e representatividade para a população local.



INTERVENÇÕES CRIATIVAS



Como é?

A economia e a história inspirando a arte

O novo posicionamento de Camapuã como “Rota dos Negócios Agropecuários” deve inspirar as intervenções artísticas propostas, com elementos que comuniquem o potencial do município no setor agropecuário, fazendo referência às fazendas do município e ao bezerro de qualidade. A Rota das Monções também deve inspirar instalações em homenagem a esse evento histórico. Devem participar do processo criativo artistas locais e externos.

Uma cidade que respira arte urbana

Assim, de maneira progressiva, Camapuã deve incorporar elementos que evidenciam o posicionamento e que tem o papel de ajudar a difundir o município em diferentes frentes, seja no âmbito turístico como no de negócios. Também deve-se aproveitar a localização e os pontos estratégicos de Camapuã (ao longo da BR-060) para implementar essas instalações, tornando-a atrativa e surpreendente para quem esteja de passagem pela cidade de Camapuã e região.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Camapuã pode estabelecer-se como um destino no estado do Mato Grosso do Sul para quem quer fazer negócios e quem aprecia a história local. Nesse sentido, é possível sugerir diversas intervenções criativas que estejam alinhadas com o posicionamento da cidade como “Rota dos Negócios Agropecuários”, instaladas nas ruas, praças e estabelecimentos locais.

É fundamental que os artistas envolvidos encontrem inspiração no posicionamento do município e nos aspectos identitários locais, como a Rota das Monções, a vida na fazenda e tantas outras manifestações que constituem a identidade da cidade de Camapuã e a tornam tão única e especial.

Quem deve se envolver?

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

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. *Delimitar os espaços da ação*

Definir os espaços aptos para receber intervenções artísticas na cidade.

2. *Seleção de artistas*

Selecionar e contratar artistas com experiência em obras para espaços abertos.

3. *Criação de obras da cultura pantaneira*

Construção e instalação das intervenções na cidade. Se possível, uma nova por semestre.

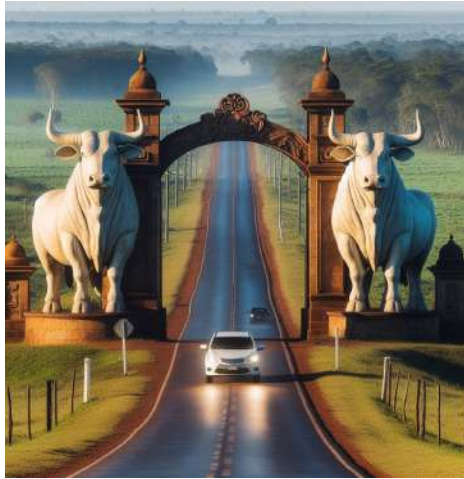
4. *Criação de exposições artísticas*

Realização de exposições artísticas urbanas ao estilo Cow Parade e Jaguar Parade.

5. *Implementação e Gestão*

Parceria com o trade turístico para fazer a gestão do projeto artístico e cultural.

INTERVENÇÕES CRIATIVAS



Ideias e Inspirações

Tem que ter um pórtico memorável

Os pórticos urbanos desempenham um papel crucial na comunicação do posicionamento escolhido por uma cidade. Demarcam limites geográficos, assumem um papel na orientação espacial dos visitantes e são capazes de transmitir a cultura, a história e a identidade da cidade que representam. Em Camapuã, sugere-se a construção de um pórtico de entrada cuja estética seja inspirada nas porteiras das entradas das fazendas, trazendo novamente a temática de “negócios agropecuários” em uma construção rústica e que gera atratividade. Os materiais para compor essa construção devem estar alinhados com uma temática rústica.

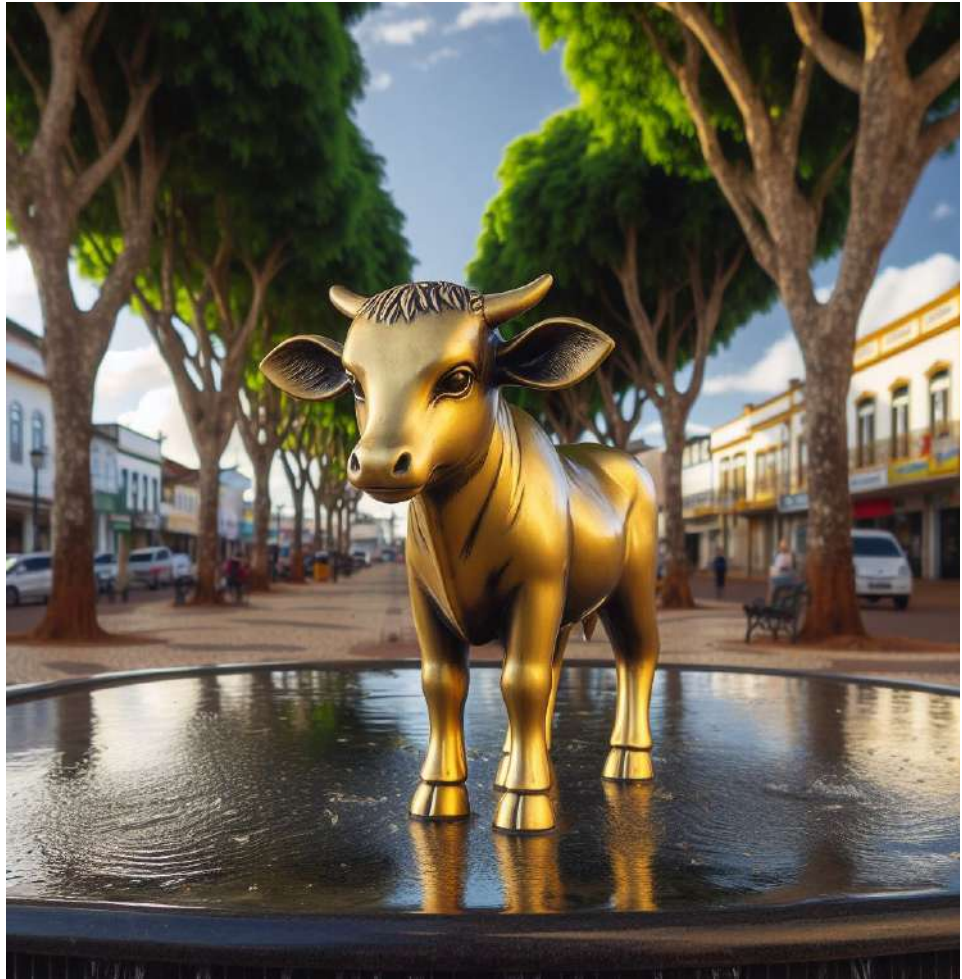
Fazer um pórtico de entrada para Camapuã em algum ponto da BR-060, que evidencie o posicionamento do município; Ressaltar na estética a ideia de uma grande porteira de fazenda com elementos rústicos, como madeira e pedra de taipa.

Ideias e Inspirações

Uma homenagem ao símbolo da pecuária de Camapuã

A cidade de Camapuã se destaca pela pecuária de qualidade, principalmente por conta das fazendas de reprodução de bezerros, que lhe deram o título de “Capital do Bezerro de Qualidade”. A ideia é que este título não seja esquecido, e que também possa ser fonte de orgulho aos munícipes. Dessa forma, propõe-se a instalação de um monumento em formato de bezerro, que gere impacto visual e também faça alusão ao desenvolvimento da agropecuária. Propõe-se também o uso da cor dourada, em um resgate ao que fez os bandeirantes atravessarem as terras de Camapuã, neste caso, o ouro tão desejado.

Instalar uma escultura de um bezerro em local de grande visibilidade, em homenagem ao título do município e ao novo posicionamento;
Optar pela cor dourada, que valoriza a escultura e faz alusão à busca do ouro no remoto período da Rota das Monções.



INTERVENÇÕES CRIATIVAS



Ideias e Inspirações

Instalações de Arte na Rota do Viajante

Por Camapuã estar situada numa rota de alto fluxo de veículos e que recebe viajantes de todas as localidades, a via que corta a cidade deve ganhar um tratamento especial, com atrações que encantem quem estiver passando por ela. Nesse sentido, propõe-se a implantação de obras de arte e intervenções nas adjacências da BR-060, tornando estes locais pontos de parada obrigatórios para belos registros fotográficos, fazendo com que Camapuã encante e surpreenda o viajante antes mesmo deste chegar na área urbana da cidade.

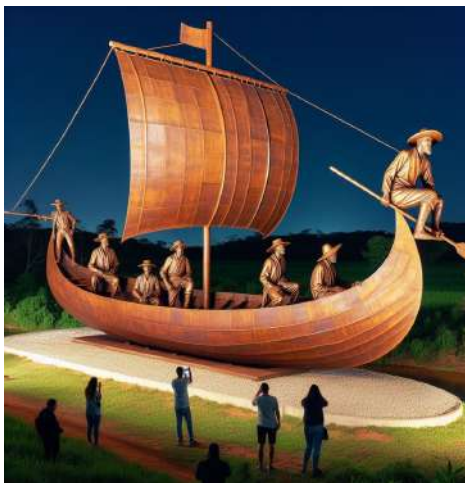
Instalar intervenções artísticas ao longo do trecho da BR-060 que passa pelo município, tornando este caminho ainda mais atrativo;
Utilizar elementos da cultura local e do posicionamento como inspiração temática;
Tornar estes elementos pontos de parada altamente fotografáveis.

Ideias e Inspirações

O marco da Rota das Monções

A travessia realizada pelos bandeirantes no Varadouro de Camapuã também deve ser registrada na paisagem da cidade. Como forma de tornar isso visível aos munícipes e visitantes, sugere-se que sejam implantadas esculturas feitas de material resistente, como ferro fundido, pedra ou cerâmica, que mostrem os bandeirantes atracando no rio e realizando a travessia com as canoas por terra. Estas esculturas possibilitarão que o visitante possa ter uma noção de quão dificultosa era essa travessia realizada neste trecho da rota. Essas esculturas podem ser instaladas tanto nos pontos principais de saída e passagem dos bandeirantes, quanto em algum ponto com grande fluxo no perímetro urbano.

Criar um monumento em homenagem a Rota das Monções próximo ao rio onde os bandeirantes desembarcavam, ou em algum ponto de grande fluxo no perímetro urbano de Camapuã.





Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

Produtos Locais

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

O que é?

Este plano oferece diretrizes para realçar os produtos locais e criar novas oportunidades em Camapuã.

Promover a venda de produtos locais não apenas expande a visibilidade do município além de suas fronteiras, mas também fortalece sua identidade junto ao público externo. No âmbito local, essa iniciativa impulsiona o desenvolvimento da economia criativa, envolvendo artistas e artesãos locais na concepção e produção. Em Camapuã, deve-se pensar em novos produtos locais junto aos artesãos e munícipes, tendo em vista as temáticas que envolvem o posicionamento. Nessa linha, é possível desenvolver propostas voltadas à pecuária, ao agro e ao bezerro de qualidade, especificamente, tratando desses temas de forma lúdica ou inusitada, além do uso de matéria prima local de grandes fontes produtivas do município. A Rota das Monções também pode inspirar a criação de produtos que façam algum tipo de alusão ao fato histórico ocorrido em Camapuã.





Como é?

Mapear e alinhar a produção ao posicionamento estratégico da cidade, estabelecendo critérios de qualidade e apoiando os produtores locais.

Categorias de produtos locais podem incluir:

Miniaturas e Souvenirs

Pequenos artefatos que destacam a identidade local.

Artesanato e decoração

Obras de artesãos locais feitas com materiais da região.

Camisetas e acessórios

Vestuário com estampas de ícones da região.

Alimentos e bebidas

Produtos gastronômicos típicos da região.

Brinquedos e jogos

Itens lúdicos para o público infantil, como jogos, brinquedos temáticos e quebra-cabeças e miniaturas colecionáveis.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Produtos locais autênticos e com valor agregado apresentam duas características importantes: geram renda para a região e seus produtores e levam o nome da cidade para além de suas fronteiras, divulgando-a. No quadro ao lado, são descritas cinco fases que devem acontecer no planejamento do portfólio de produtos que representarão a cidade no mercado externo e entre seus visitantes. Devem ser produzidos artefatos que utilizem materiais locais e que, de alguma forma, tenham relação com o posicionamento territorial trabalhado neste plano. A qualificação dos produtos e da mão de obra local é um ponto que deve receber atenção, pois é necessário consolidar um bom portfólio de produtos.

Quem deve se envolver?

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

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Mapeamento de materiais e produtos

Mapear produtos que carregam a identidade local e reforçam o posicionamento proposto.

2. Mapeamento de artesãos e designers

Mapear profissionais para a criação e produção de artefatos diferenciados.

3. Capacitação da mão de obra local

Qualificação dos artesãos locais para a confecção de produtos com valor agregado.

4. Busca de referências no mercado

Amplio estudo sobre quais produtos são os mais comercializados em outros lugares.

5. Criação de portfólio de novos produtos

Desenvolvimento de 10 produtos que representam a identidade e a cultura local.



Ideias e Inspirações

Linha de produtos para churrasco

A criação de uma linha de produtos personalizados com a marca de Camapuã pode ser uma boa estratégia para difundir o nome do município além de seu território. Nesse sentido, é possível criar uma linha de produtos especiais para o preparo de churrasco, como acessórios e artefatos de couro, tábuas de corte e artigos de cutelaria. O foco é atrelar o potencial e a tradição de Camapuã no setor da pecuária, oferecendo lembranças aos visitantes que estejam alinhadas com essa temática. Esses artefatos podem tanto ser produzidos no município, quanto serem produtos existentes que irão apenas receber a marca de Camapuã, a partir de parcerias com empresas desse setor.

Criar uma linha de souvenirs especiais para o churrasco e seu preparo;
Podem ser criadas tábuas de corte, artigos de cutelaria, aventais, toalhas e cerâmicas;
Utilizar elementos, como o bezerro, na criação de ícones, padronagens e ilustrações.

Ideias e Inspirações

A Canoa: O símbolo das Monções

Uma das lembranças que podem ser desenvolvidas para a cidade de Camapuã são réplicas em miniatura das canoas utilizadas durante a travessia da Rota das Monções. Estas canoas podem ser confeccionadas por artistas locais, utilizando materiais que podem ser encontrados com facilidade na região, como madeira e barro vermelho. A madeira, inclusive, pode ser proveniente de descarte de indústrias moveleiras ou de artefatos de madeira, tornando-se um exemplo de prática sustentável na concepção e execução destes produtos. Esta canoa também pode assumir características utilitárias, como ser um porta joias, um incensário, ou até mesmo ser uma fruteira.

Criar miniaturas artesanais de canoas inspiradas nas embarcações utilizadas durante o período da Rota das Monções; Trabalhar este elemento de forma funcional, como em recipientes, pratos, incensários e outros objetos que possam ser produzidos.





Ideias e Inspirações

Artesanato com grãos e cascas

Camapuã também se destaca na agricultura e na silvicultura, e por isso um dos produtos locais que pode ser desenvolvido é o artesanato feito com grãos e cascas de árvore. Os artistas locais podem utilizar como inspiração elementos da cultura e da paisagem local para criar peças de artesanato, decoração e até mesmo vestuário, utilizando grãos e cascas de árvores que são produzidos no município. Além do potencial de gerar peças com grande apelo estético, esse tipo de material costuma ser facilmente encontrado na região, e caracteriza-se como uma prática sustentável.

Dar visibilidade à agricultura e à silvicultura por meio de produtos locais e artesanais feitos com matéria prima de grãos e cascas; Podem ser criados diversos artefatos, dos mais simples aos mais rebuscados; Deve-se criar produtos exclusivos e com a identidade e o posicionamento da cidade de Camapuã.

Ideias e Inspirações

Meu amigo Bezerrinho

Com foco em destacar a pecuária do município também em produtos artesanais, uma das sugestões é que se crie uma linha de bonecos infantis com animais da fazenda, que podem ser produzidos por artesãos locais, gerando renda. Um exemplo nessa linha é o conceito utilizado pela Criamigos - Oficina de Ursos, em que é possível experimentar a criação de um urso completamente customizado conforme o desejo da criança, com roupas e acessórios escolhidos na hora. Sugere-se para Camapuã a criação de pelúcias de bezerrinhos inicialmente, ampliando para diversos outros animais da fazenda posteriormente.

Desenvolver pelúcias inspiradas em animais da fazenda, iniciando pelos bezerros;
Possibilitar que eles possam ser personalizados com roupas e acessórios;
Utilizar mão de obra local para a produção desses artefatos.





Eixo Experiências

Projeto Estratégico

Novas Atratividades

“Atrações para todas as idades, gostos e expectativas”

O que é?

Novas atrações são espaços que podem ser concebidos na cidade com o intuito de atrair visitantes.

As atrações propostas para Camapuã levam em conta o seu slogan “Rota dos Negócios Agropecuários”, enaltecendo pontos turísticos naturais e históricos em que o turista tenha contato com locais encantadores da cidade. Entre as atrações que a cidade pode desenvolver estão: a criação de um parque agropecuário e turístico, possibilitando que o visitante tenha uma amostra deste universo tão característico da cidade; um museu do Varadouro das Monções, proporcionando a preservação do legado histórico; os Mirantes do Morro, locais que valorizam a paisagem local, e o Churras Garden, espaço de encontro para famílias e visitantes da cidade. O foco é em proporcionar experiências atraentes que estimulem novas visitas no município e o tornem amplamente conhecido no estado e no país por conta das atividades desenvolvidas em seu território.





Como é?

Foco em atrair visitantes

O slogan do município como “Rota dos Negócios Agropecuários” sugere um local onde é possível vivenciar diversas atividades nessa linha. Pensando nisso, as propostas apresentadas nesse projeto estratégico buscam oferecer aos visitantes e munícipes experiências no campo histórico, aproveitando-se dos atrativos naturais e a ênfase no potencial econômico da cidade de Camapuã. O foco é que as diferentes potencialidades identificadas possam ser aprimoradas para ofertar uma experiência atrativa aos visitantes.

Uma cidade que acolhe todas as idades

Um dos fatores que influenciam a visita até um local é saber se este espaço atende as necessidades dos diferentes públicos, como ter atrações para crianças, adolescentes e adultos, incluindo todos os membros da família. Por isso, as atrações propostas nesse projeto buscam oferecer atividades diversificadas, voltadas a todas as idades, gostos e necessidades.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A cidade de Camapuã 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 Camapuã 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

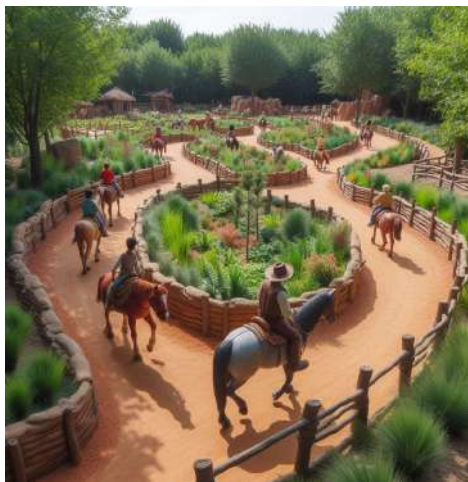
Há várias franquias e entretenimentos que podem ser atraídos para a cidade.

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

Parque Agropecuário

O intuito deste parque é justamente oferecer uma experiência imersiva no modo de vida do campo, mesmo que em menor escala, unindo as diferentes atividades deste setor em um só lugar. Para isso, o parque deve ter espaços e atrações voltados ao manejo agropecuário, como pequenas hortas experimentais, espaços para andar a cavalo, animais que são comumente criados no município, além de outras atratividades ligadas à vivência das atividades agropecuárias. O parque ainda pode contar com uma área infantil, com brinquedos temáticos que tenham inspiração nos animais, café e loja de souvenirs, além de ser um espaço educativo para receber escolas e visitantes.

Criar um parque agropecuário evidenciando as principais culturas desenvolvidas no município. Esta é uma atividade com grande potencial de gerar mídia espontânea, engajar e transmitir de forma especial o posicionamento estratégico da cidade.

Ideias e Inspirações

Museu do Varadouro das Monções

Uma das atrações possíveis para Camapuã é a criação de um Museu das Monções, com o intuito de manter preservada a história do município. Sugere-se que este museu ofereça elementos inusitados, que o diferenciem de outros museus. Um exemplo nessa linha é a presença de espaços interativos, como uma área em que o visitante possa embarcar em uma canoa e vivenciar a experiência de ser um desbravador em busca do ouro (seja em um ambiente com água, ou com a simulação através de trilhos e um motor que impulse a canoa). Juntamente com o museu, ou uma casa de cultura, pode haver uma loja de souvenirs ligados ao tema.

Criar um museu temático e imersivo que conte a história da Rota das Monções;
Desenvolver atividades interativas no espaço de exposições e circulação;
O local pode ter venda de souvenirs, um espaço cultural e demais produtos locais.





Ideias e Inspirações

Mirantes do Morro

O município de Sonora possui muitos atrativos naturais, como o rio Correntes, as várias cachoeiras e o famoso Sumidouro. A proposta que se faz é oferecer estrutura turística e panorâmica para melhor acessar e visualizar esses pontos. A ideia é construir mirantes atrativos, com escadas, que sirvam de infraestrutura de apoio ao mesmo tempo em que transformam-se em novas opções turísticas, podendo abrigar ainda um barzinho, ou outros serviços na sua base ou no topo. O Mirante da Praia do Gunga, em Alagoas, pode servir como uma inspiração, sendo necessário comprar ingresso para acessá-lo.

Implementar mirantes nas principais vistas panorâmicas da cidade de Camapuã;
Desenvolver espaços gastronômicos nestes locais, proporcionando uma experiência diferenciada e completa aos frequentadores.

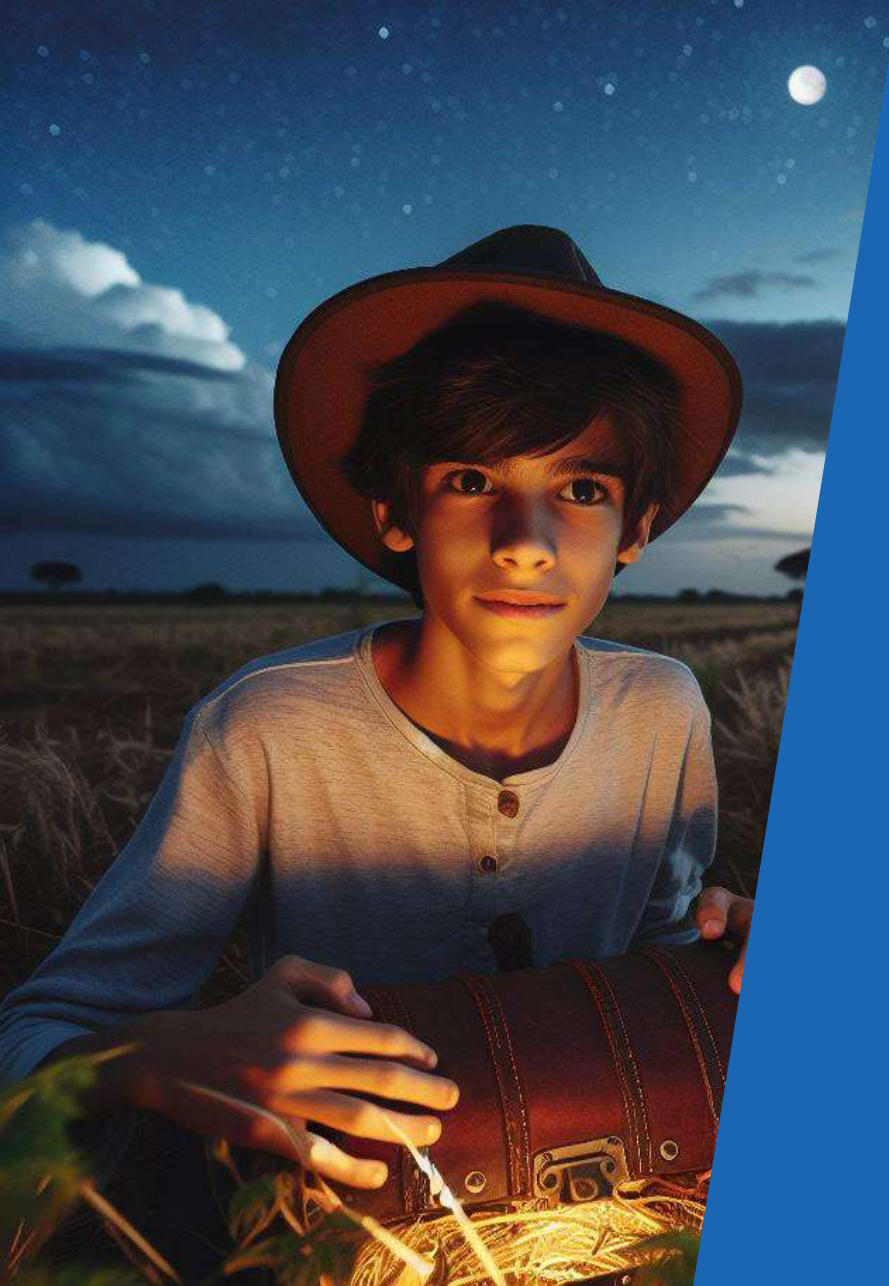
Ideias e Inspirações

Churras Garden

Nesta proposta, sugere-se a implantação de um local no município dedicado ao churrasco, como forma de aproveitar o legado de Camapuã no setor da pecuária. O espaço pode contar com áreas com churrasqueiras e mobiliários de descanso em um local arborizado, além de uma praça gastronômica, com quiosques concedidos a iniciativa privada que tenha como foco a oferta de produtos preparados com carne. Além dessas propostas, também é possível ofertar uma área para shows e eventos temáticos, além de espaço destinado a motorhomes e acampamento.

Implantar um espaço gastronômico voltado ao churrasco. Deve ser escolhido um local de fácil acesso e rodeado pela natureza, proporcionando aos visitantes uma experiência agradável, memorável e de lazer; Ter espaços gastronômicos destinados a ocupação pela iniciativa privada, que sejam efêmeros ou permanentes.





Eixo Experiências

Projeto Estratégico

Imersão e Vivência

*“Experiências autênticas e descobertas
memoráveis”*

O que é?

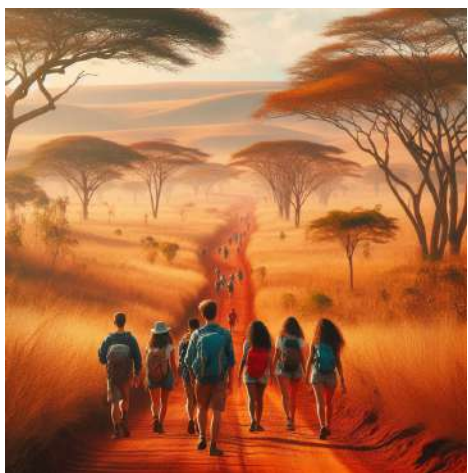
Imersão e vivência é aquele tipo de experiência inusitada, que oferece ao turista uma jornada única pelo local que está sendo visitado, explorando não apenas pontos turísticos, mas também experiências marcantes.

Camapuã possui atrativos naturais, históricos e econômicos que merecem ser evidenciados e experienciados. Por isso, o foco desse projeto é propor atividades em que os visitantes poderão ter contato com o que o município pode oferecer de melhor, com propostas voltadas a cultura, história, gastronomia e costumes locais, que diferenciam Camapuã de outros destinos.

Dessa forma, as experiências aqui propostas buscam explorar elementos da vida na fazenda, atividades ligadas ao histórico da Rota das Monções com atividades educativas e inusitadas, além de formas diferentes de se trabalhar o universo gastronômico com a imersão nos conhecimentos sobre as carnes de qualidade e seu modo de preparo.



IMERSÃO E VIVÊNCIA



Como é?

Para quem valoriza a história e a vida no campo

Camapuã pode se tornar um dos destinos favoritos para os amantes de história, cultura e pecuária que desejam vivenciar experiências culturais inesquecíveis. As experiências podem ser simples, porém devem ser criativas e únicas, permitindo que os visitantes possam se sentir imersos em um local de conhecimento e diversão. Essas experiências devem ser desenvolvidas com o apoio e envolvimento da comunidade local, como forma de gerar novas fontes de renda e oferecer ao turista uma experiência completa na cultura local.

Experiências que geram conexão

Em Camapuã o visitante poderá ter contato com atividades que estejam diretamente ligadas a cultura campezina e também a Rota das Monções, explorando fatos e lendas que rondam o território, como os tesouros escondidos e guardados por fantasmas. O visitante também pode aprender como fazer o melhor churrasco da região e degustá-lo.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Deve-se planejar e organizar todos os tipos de imersão e vivência possíveis neste município. Isso inclui opções culturais, naturais, de lazer, oficinas e práticas locais.

O público-alvo desejado é aquele que busca fugir dos grandes centros e da vida corrida que acontece neles.

Por isso, deve-se planejar roteiros e programas que desconectem os turistas de suas vidas mais urbanas. Tais programas devem conseguir alcançar diferentes tipos de públicos, não apenas os aventureiros, mas também famílias inteiras, crianças, idosos, casais, escolas, pesquisadores e lgbtqiapn+, entre outros. Soma-se a esse grupo aquelas pessoas que buscam bem-estar e autocuidado.

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. Mapear locais para imersões culturais

Deve-se mapear todos os locais da cidade aptos para receber turismo de experiência.

2. Estruturar atividades turísticas

Propor atividades autênticas ligadas ao eco-turismo e ao agroturismo

3. Criar oficinas das práticas locais

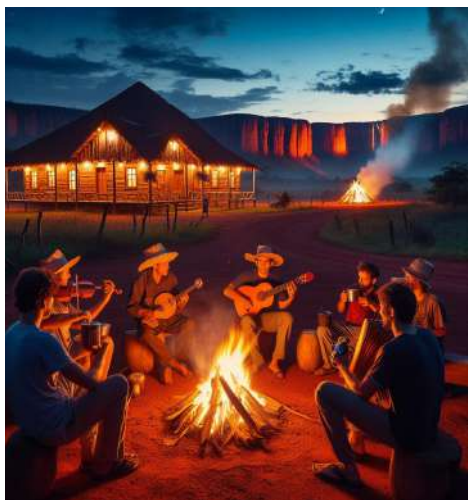
Deve-se ofertar cursos e oficinas para capacitar visitantes com os saberes locais.

4. Planejar roteiros e deslocamentos

Deve-se organizar roteiros pelas imersões ofertadas no município e transporte.

5. Disponibilizar campings e glampings

Deve-se oferecer espaços de hospedagem para quem desejar uma imersão completa.



Ideias e Inspirações

Jantar na Fazenda

Uma vivência que pode ser proposta para a cidade de Camapuã é um Jantar na Fazenda. Estes jantares devem ser especiais e reproduzirem o ambiente do período colonial. Podem ser oferecidos pratos inspirados ou consumidos durante o período da Rota das Monções. Além disso, podem ser realizadas apresentações artísticas que envolvam músicas regionais e dramatizações, funcionando como um sarau imersivo, e assim, envolvendo o visitante nas lendas e nos mistérios da cidade de Camapuã.

Possibilitar que turistas possam vivenciar a cultura campesina por meio de jantares temáticos e apresentações em fazendas; Oferecer aos visitantes a experiência de provar o melhor da gastronomia local e de pratos preparados no período das Monções; Promover atividades com música e dança ao redor da fogueira, como numa festa junina.

Ideias e Inspirações

Trilha das Monções

Uma das imersões propostas para a cidade de Camapuã é justamente vivenciar todo o percurso realizado pelos desbravadores da época no Varadouro de Camapuã. Este passeio deve ser realizado com o auxílio de guias especializados que possam conduzir os visitantes não apenas pelos caminhos, mas também pela história da Rota das Monções. Durante o trajeto, podem ser oferecidas iguarias produzidas na região, por meio de um almoço ou café da manhã típico.

Possibilitar que o turista possa realizar o trajeto realizado pelos Bandeirantes durante o período da Rota das Monções; Este passeio deve ser realizado com o auxílio de guias especializados e instruídos com informações sobre o fato histórico; Pode ser oferecido um café ou almoço com produtos típicos locais durante o roteiro.





Ideias e Inspirações

Uma Gincana de Caça ao Tesouro

Esta é uma atividade imersiva que pode ser proposta principalmente ao público infanto-juvenil e que tem como inspiração a lenda de que muitos desbravadores enterraram ouro nas terras de Camapuã. A proposta desta atividade é criar um espaço delimitado, onde os participantes sejam desafiados a caçar e desenterrar o ouro que foi escondido no município. Para a experiência ficar ainda mais divertida e surpreendente, devem ser feitas instalações ou performances que reproduzam os fantasmas dos que eram considerados os guardiões do ouro escondido nessas terras.

Criar uma atividade imersiva, voltada ao público infantil, chamada de Caça ao Tesouro de Camapuã;

A atividade pode ser realizada em uma fazenda local ou parque, em espaço previamente delimitado. Sugere-se que esta atividade ocorra em noites de lua cheia, criando um clima especial para a aventura.

Ideias e Inspirações

Escola do Churrasco

Uma das experiências que Camapuã pode proporcionar para quem visita a cidade é ensinar como se faz um bom churrasco, utilizando a carne de melhor qualidade possível. Esta oficina pode ser oferecida em fazendas e também em espaços como o Churras Garden, dedicado justamente a apreciação da gastronomia local. Na Escola do Churrasco, o visitante terá a oportunidade de aprender como escolher a melhor carne e os melhores cortes para a realização da prática, tudo de forma técnica e com profissionais instruídos neste segmento, como açougueiros e chefs.

Criar uma oficina gastronômica onde os visitantes possam aprender a fazer churrasco com especialistas no assunto; Essa atividade pode acontecer em locais como fazendas e sítios, ou parques urbanos, como o Churras Garden; As oficinas deverão ser ministradas por chefs de cozinha e açougueiros.





Eixo Experiências

Projeto Estratégico

Eventos Temáticos

*“Um calendário repleto de
muito entretenimento”*

O que é?

Os eventos temáticos desempenham um papel fundamental no fortalecimento e no desenvolvimento do turismo em uma cidade, atraindo visitantes e possibilitando a interação destes com a cultura local.

Os eventos temáticos pensados para a cidade de Camapuã tem como objetivo beneficiar os diversos setores econômicos que estão ligados ao turismo da região, como hospedagem, gastronomia, comércio local, artesãos, serviços gerais, entre outros direta ou indiretamente afetados. Outro ponto crucial é promover a cidade a partir de seu novo posicionamento, aumentando a sua visibilidade como destino para quem deseja conhecer a “Rota dos Negócios Agropecuários” e experimentar a natureza e a cultura local de forma única e memorável.

A ideia é que novos eventos possam atrair o público externo em diferentes momentos do ano, evitando uma possível sazonalidade. Os eventos devem ser incluídos no calendário de eventos assim que possível para que a cada ano consolidem um público cativo.



EVENTOS TEMÁTICOS



Como é?

Consolidar eventos existentes e criar novas propostas

Os eventos precisam repercutir de forma positiva o posicionamento escolhido por Camapuã, tornando a cidade atrativa a diferentes tipos de público. Para que isso aconteça, o município deve consolidar os eventos existentes que já possuem um público fiel, podendo alinhar a temática ou elementos desses eventos ao posicionamento adotado, além da criação de novas atrações nesse segmento, conforme é sugerido neste projeto estratégico.

Orgulho e pertencimento

Os eventos também precisam contemplar o público local e serem sinônimo de orgulho e pertencimento.

Desse modo, eventos que sejam de iniciativa pública devem contar com o apoio e o engajamento da população na sua concepção e execução, tornando-se sinônimo de prospecção do território e desenvolvimento local, principalmente do setor turístico.

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

Festival das Monções

Atualmente, a cidade já promove o Festival Gastronômico das Monções, porém este evento pode ser ampliado e ganhar outras atividades que vão além da gastronomia. Portanto, essa proposta busca consolidar um evento que trate do fato histórico que ocorreu na cidade de maneira festiva e com uma série de atrações. Propõe-se que seja criada, juntamente com o Festival Gastronômico, a Rústica das Monções, uma corrida que percorre o trecho realizado pelos bandeirantes, e também um espetáculo musical sobre o período das Monções que pode ser desenvolvido pela própria comunidade.

Criar um festival temático da Rota das Monções. Buscar atrair diferentes tipos de público, por meio de atividades culturais ligadas ao fato histórico, mas com diferentes abordagens;
Criar espetáculo teatral e rústica que passe pelo trajeto realizado pelos Bandeirantes.

Ideias e Inspirações

Mostra de Cutelaria

Um dos eventos que pode ser uma novidade na cidade de Camapuã é uma Feira ou Mostra de Cutelaria e Artigos de Couro. Este evento, apesar de ter como público-alvo comerciantes e fabricantes deste tipo de segmento, pode também ser aberto ao público em geral, oportunizando um espaço de vendas dos produtos e atraindo apreciadores da arte das facas e artigos feitos de couro. Um evento deste tipo, além de trazer um público diferenciado, abre espaço para novas oportunidades de negócio em Camapuã, ligadas de alguma forma com o setor da pecuária. Este evento pode ocorrer de forma anual ou bimestral. Além da feira e de espaços para a geração de negócios, também pode contar com competições, feira gastronômica e shows musicais.

Criar um evento anual dedicado ao público que aprecia artigos de cutelaria e feitos de couro, por exemplo, com foco em fortalecer a geração de negócios no município.



EVENTOS TEMÁTICOS



Ideias e Inspirações

Valorizando os Negócios Agropecuários

A cidade de Camapuã já é bastante conhecida pela realização de seus leilões, atraindo o público especializado neste segmento. Neste sentido, Camapuã deve focar em atrair eventos de negócio, congressos, exposições e também cursos do setor agropecuário. Para isso, é necessário que a cidade consiga criar um plano de captação desses eventos e oferecer aos interessados a infraestrutura necessária para a sua realização, com serviços de hospedagem, alimentação e apoio de qualidade, além de locais adequados para a realização de eventos do porte desejado neste segmento. Mas é preciso inovar neste segmento, propondo algo novo.

Tornar a cidade de Camapuã um polo de realização de eventos diferenciados voltados para o setor agropecuário e de negócios neste e em outros segmentos próximos; Entre os exemplos inspiradores estão a Expointer (Esteio/RS) e Expodireto (Não-Me-Toque/RS).


Ideias e Inspirações

Encontros de Motorhome e Motoclubes

Camapuã, como uma rota de passagem de viajantes, recebe diversos tipos de público que passam pela BR-060, entre eles os apreciadores de motorhomes e também de motocicletas. Por conta deste potencial, o município pode se tornar um destino que acolhe bem estes visitantes ao criar eventos para esse nicho de público que simpatize com estas duas modalidades de veículos. Na cidade, é possível preparar finais de semana dedicados a receber motociclistas e motorhomes, por exemplo, com apresentações artísticas, exposições e recreação. A cidade também deve oferecer infraestrutura a este nicho de visitantes.

Criar eventos dedicados a motoclubes e motorhomes na cidade de Camapuã;
Proporcionar espaço e infraestrutura adequada para receber este tipo de visitantes que passam pelas vias da cidade, com estacionamento, ponto de abastecimento, alimentação e sanitários.





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?

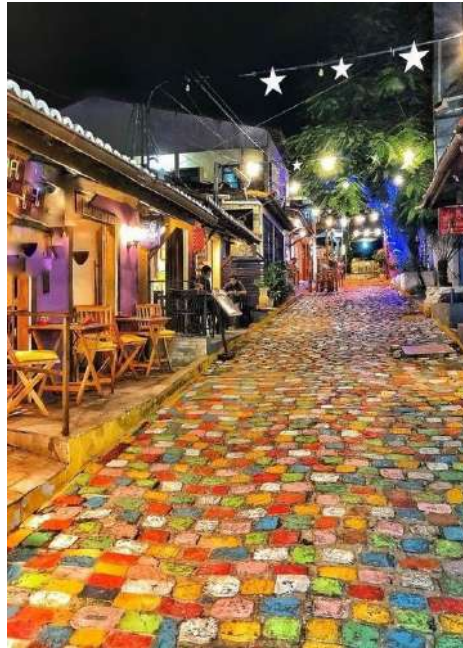
Poder público, empreendedores e pequenos negócios locais, além de associações comunitárias, dos moradores desta rua e integrantes do trade turístico local.

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 vitorias 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 uma grande área de estacionamento e acesso fácil para pedestres. O espaço é utilizado para eventos culturais, exposições e reuniões. A Catedral possui uma vista que reflete o skyline e ressaltam a cor azul do céu e o Congresso Nacional possui a sua fachada sempre iluminada. Seguindo o mesmo princípio, temos também o Hospital Santa Madalena, criado por João Pigeiras Leite, o Lúlio, que se destaca por suas curvas, para cor branca e pela relação com o azul do Lago Paranoá. Outras fontes e pontos de referência que não caibam ao manual para garantir o que representa Brasília e tudo o que ela engloba.



© 2023 - BRASÍLIA - GOIÁS

ÁREA DE PROTEÇÃO

A fim de preservar a visibilidade da marca, foi criada uma área de proteção mínima. Tudo aquilo que esteja dentro e ultrapassar o limite de proteção mínima deve ser considerado como uma violação da marca. A área de proteção mínima deve ser aplicada sobre o limite da marca, como no exemplo abaixo.



© 2023 - BRASÍLIA - GOIÁS

FUNDOS FOTOGRÁFICOS

Podem permitir também aplicações em fundos fotográficos, desde que sejam mantidas a visualização e o reconhecimento da marca. O ideal é sempre utilizar imagens de alta qualidade e que não tenham nada que interfira na leitura da marca. A escolha da imagem fotográfica deve ser relacionada ao propósito e valores da marca Brasília.



© 2023 - BRASÍLIA - GOIÁS

FUNDOS COLORIDOS

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



© 2023 - BRASÍLIA - GOIÁS

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 Camapuã

Evidenciando o que a cidade tem de melhor

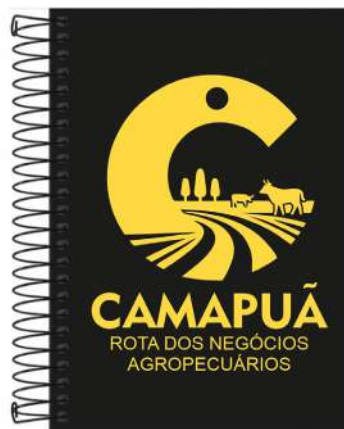
A marca sugerida para Camapuã evidencia elementos que fazem parte da cultura, da economia e do ambiente local.

A marca de Camapuã destaca dois dos principais aspectos que fazem a cidade ser considerada a 'Rota dos Negócios Agropecuários'.

O primeiro deles é a pecuária e o desenvolvimento da silvicultura, representados pelos animais e pelas árvores; e o segundo é a própria rota, que promove a cidade e a economia de diversos setores, principalmente do agropecuário. É preciso ressaltar que um dos grandes diferenciais da marca de Camapuã é a utilização da letra 'C' no desenvolvimento do símbolo gráfico, dando força ao nome de Camapuã. A proposta pode ser aplicada de diferentes maneiras em produtos e souvenirs vendidos na cidade, além de elementos de comunicação visual como placas e outdoors, adesivagem de carros particulares e uso em capas de cadernos e agendas. Também deve ser utilizada nos meios digitais, como em redes sociais, plataformas de vídeo e aplicativos.



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 complementaria 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 Camapuã.





Ideias e Inspirações

Materiais promocionais e informativos

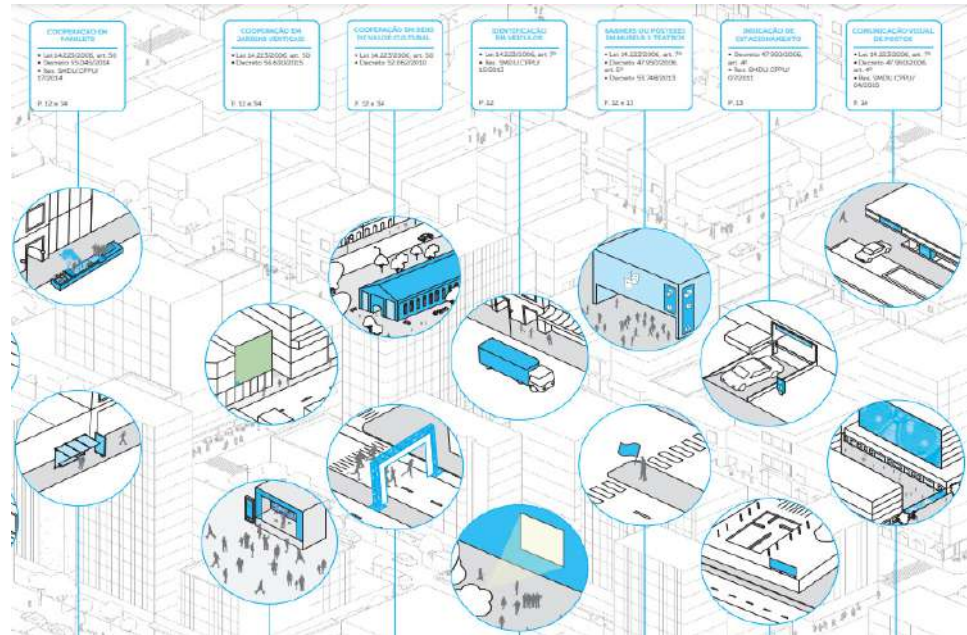
É fundamental criar materiais de apoio turístico, como mapas, folhetos e adesivos, integrando-os aos serviços cotidianos, como nas capas de cadernos escolares e na papelaria oficial da prefeitura. Essa inclusão da identidade visual em agendas e comunicados reforça a marca da cidade e, também, mantém 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

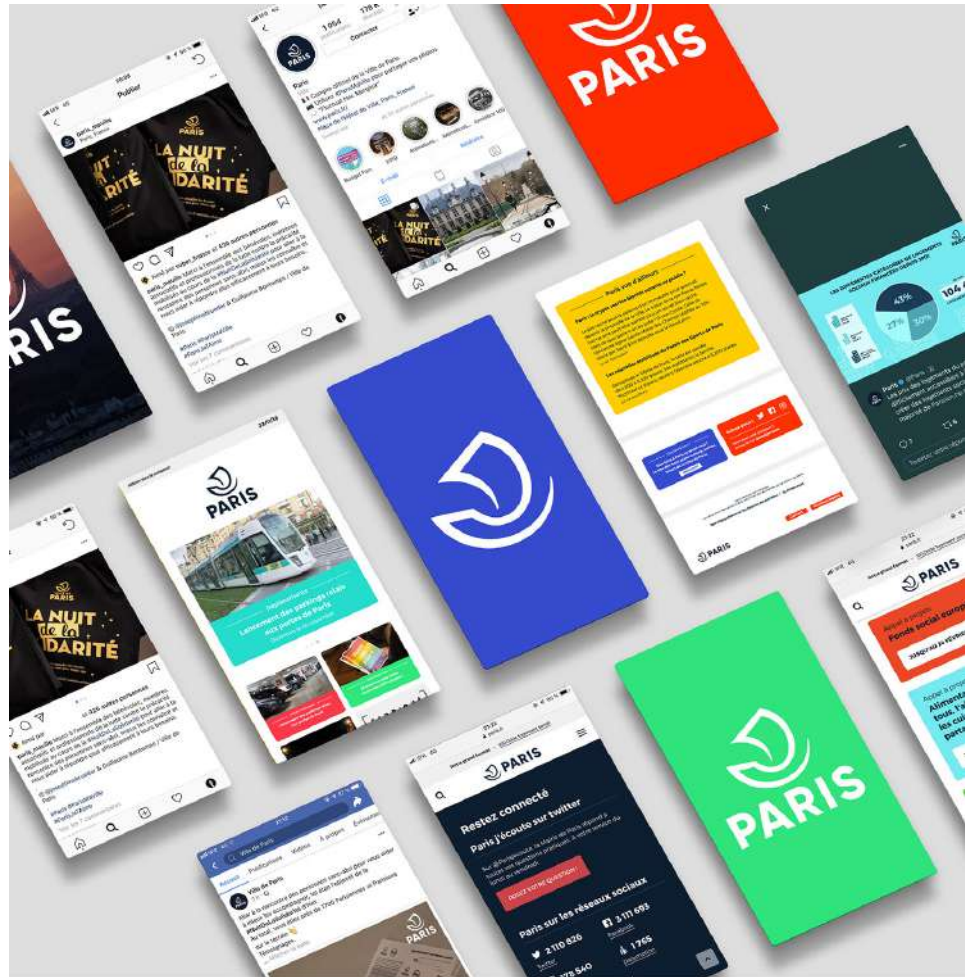
*“A cidade marcando presença no
badalado território virtual”*



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*

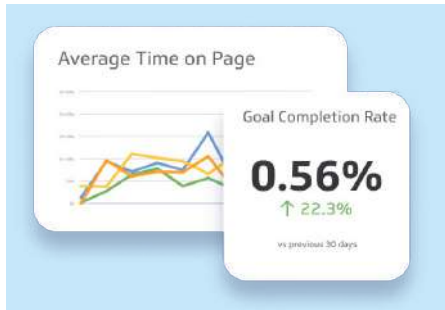
Estabelecer parcerias com influenciadores para divulgação da cidade em redes sociais.

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.

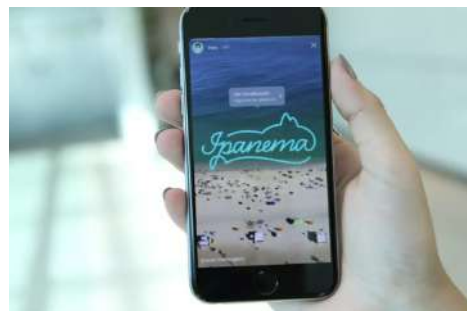
Acompanhar e sempre responder comentários e perguntas postadas nestas mídias.

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.

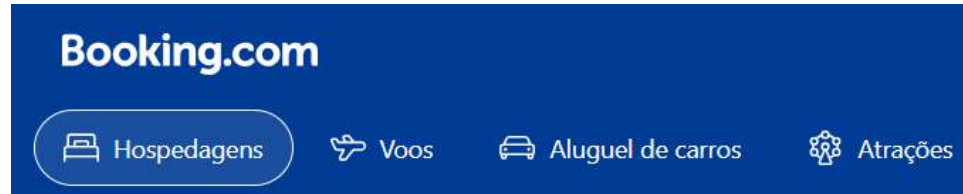
É um maneira simples e sem custo de estabelecer presença digital;
Deve-se criar releases para divulgar atrações e enviar periodicamente para canais midiáticos estratégicos.

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.



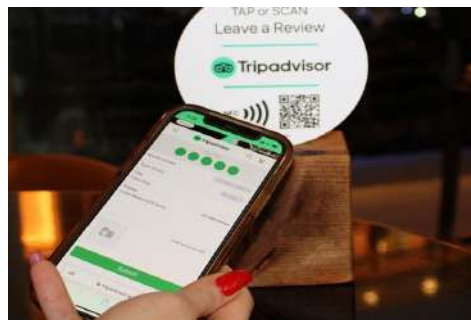
Inspire-se para sua próxima viagem



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



As casas espetaculares
Não imponentes no alto 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.

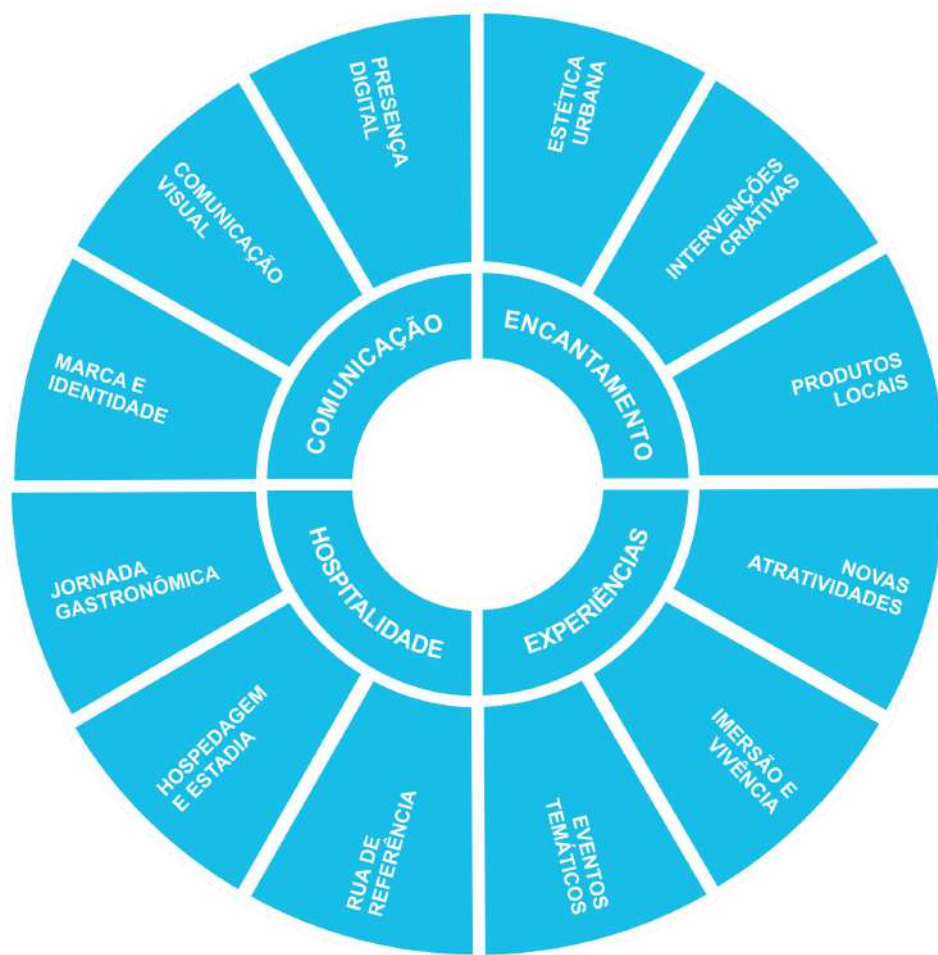
O programa não envolveu vínculos financeiros nem empregatícios e foi conduzido por meio de edital público. A seleção ocorreu no Dia Mundial do Turismo, permitindo a inscrição em diferentes redes sociais, com um limite de uma seleção por participante e exigindo um mínimo de 20 mil seguidores. Esta foi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

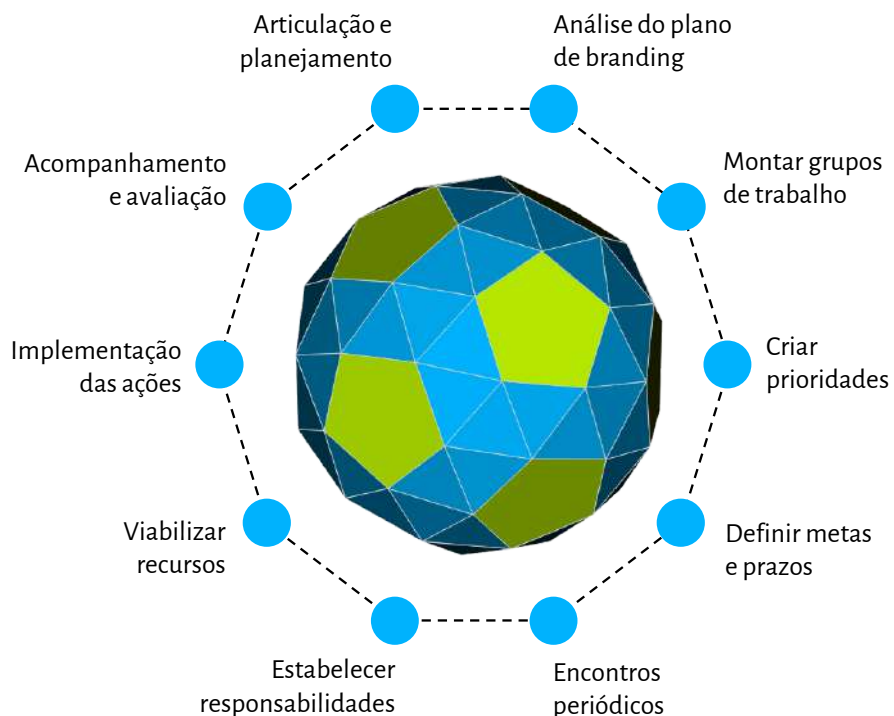
EIXO HOSPITALIDADE

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.

