



Plano de Branding Territorial para

Chapadão do Sul



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

CHAPADÃO DO SUL

Gerente: Luzicarla Souza Softov
Analista: Lucas Borelli de Brito
Consultora: Luzia Louzada Neves Bezerra

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
- 2.4 Smart Cities

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

17

21

22

23

24

27

30

33

36

37

45

53

61

69

77

5. PROJETOS COMPLEMENTARES

- 5.1 Rua de Referência 86
- 5.2. Hospedagem e Estadia 94
- 5.3 Jornada Gastronômica 102
- 5.4 Marca e Identidade 110
- 5.5 Comunicação Visual 120
- 5.6 Presença Digital 131

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

- 6.1 Síntese Projetual 141
- 6.2 Colocando as diretrizes em prática 142
- 6.3 Próximos passos 143

85

86

94

102

110

120

131

140

141

142

143



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.



PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

As etapas do

Trabalho desenvolvido



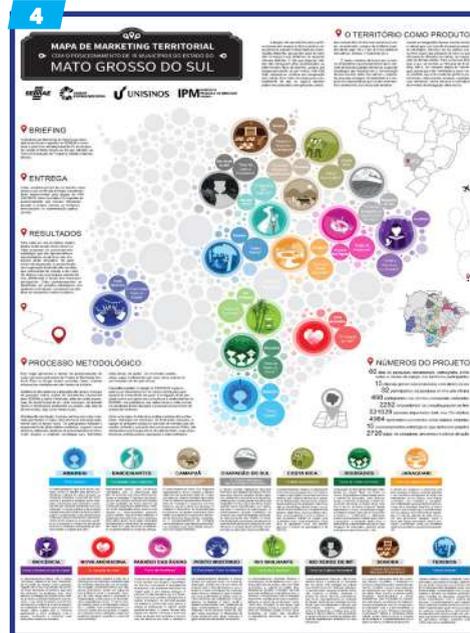
DOCUMENTOS PRODUZIDOS

1

CHAPADÃO DO SUL	Problemas, necessidades e demandas	Objetivos, Resultados	Atividades e ações
ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO
ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO
ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO
ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO
ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO
ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO
ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO
ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO
ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO	ANÁLISE DE CONTEXTO



3



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

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

Além disso foram:

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



Branding Territorial

CONCEITO

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

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

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

IMAGENS DA CIDADE





O termo “Cidade Inteligente” descreve territórios que utilizam inovação e tecnologia para resolver desafios sociais, urbanos, ambientais, econômicos e de gestão, melhorando a qualidade de vida dos cidadãos. Em Chapadão do Sul, várias iniciativas nesse sentido foram identificadas, com destaque para o contexto do Agronegócio. O posicionamento propõe a extensão do conceito de Cidade Inteligente envolvendo este segmento, uma abordagem inédita no Brasil. Essa integração promoverá um desenvolvimento mais eficiente e sustentável, solidificando a posição de Chapadão do Sul como pioneira na aplicação dessas tendências.



PROPOSTA

Chapadão do Sul

*A Cidade Inteligente do
Agronegócio Brasileiro*

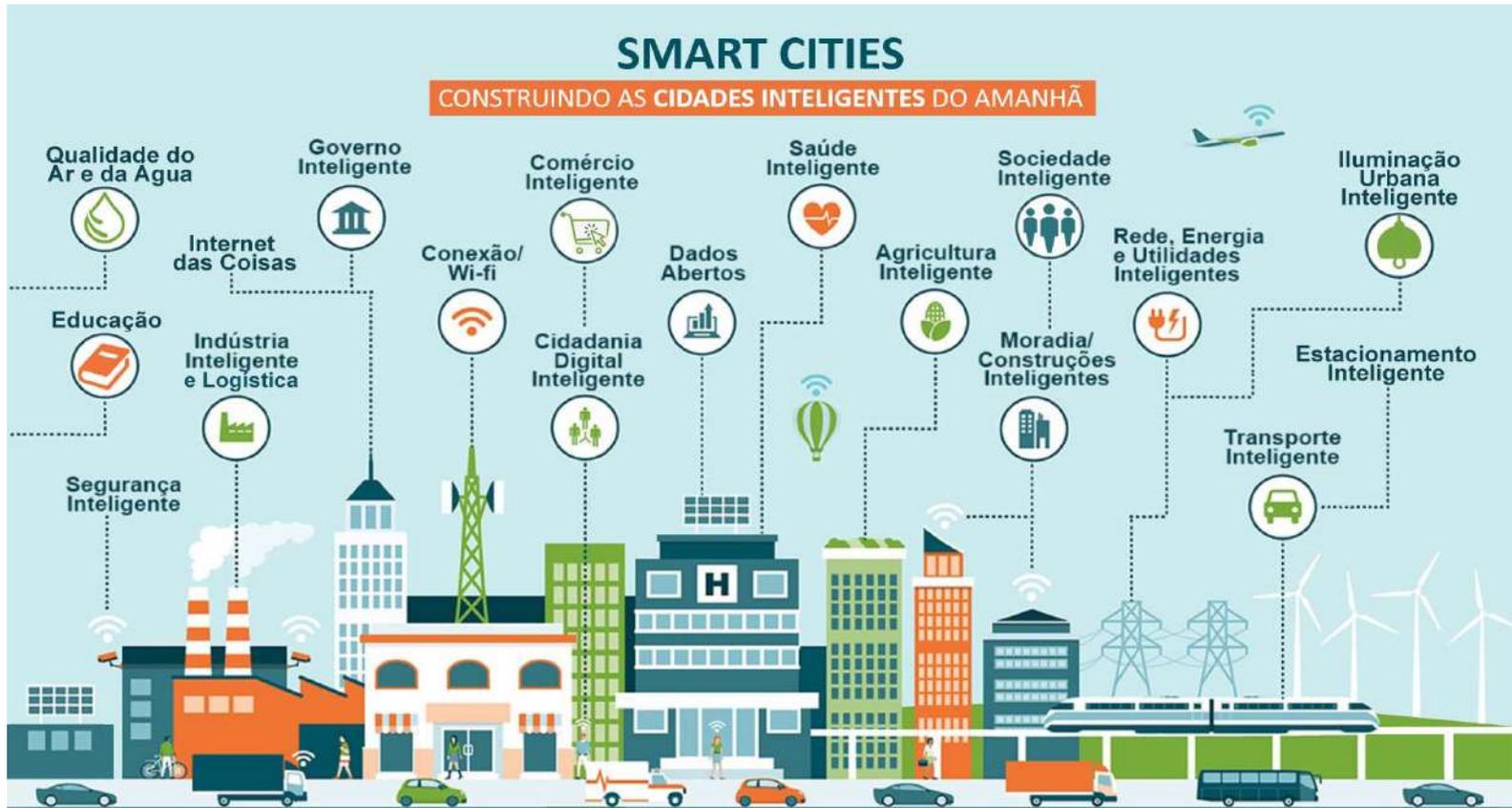
SMART CITIES



O conceito de *Smart Cities*

“No Brasil, cidades inteligentes são cidades comprometidas com o desenvolvimento urbano e a transformação digital sustentáveis, em seus aspectos econômico, ambiental e sociocultural, que atuam de forma planejada, inovadora, inclusiva e em rede, promovem o letramento digital, a governança e a gestão colaborativas e utilizam tecnologias para solucionar problemas concretos, criar oportunidades, oferecer serviços com eficiência, reduzir desigualdades, aumentar a resiliência e melhorar a qualidade de vida de todas as pessoas, garantindo o uso seguro e responsável de dados e das tecnologias da informação e comunicação.”

Carta Brasileira para Cidades Inteligentes
(2021)
<https://www.gov.br/mdr/pt-br/assuntos/desenvolvimento-urbano/carta-brasileira-para-cidades-inteligentes>



SMART CITIES

*No Brasil, a certificação é concedida pela ABNT com base em três normas internacionais NBR ISO (37120, 37122 e 37123), regulamentadas pelo World Council on City Data, instituição ligada à ONU.
Apenas 79 cidades no mundo possuem esse tipo de certificação, sendo 2 no Brasil.*



ABNT NBR ISO 37120 - INDICADORES PARA SERVIÇOS URBANOS E QUALIDADE DE VIDA
ABNT NBR ISO 37122 - INDICADORES PARA CIDADES INTELIGENTES
ABNT NBR ISO 37123 - INDICADORES PARA CIDADES RESILIENTES

SMART CITIES



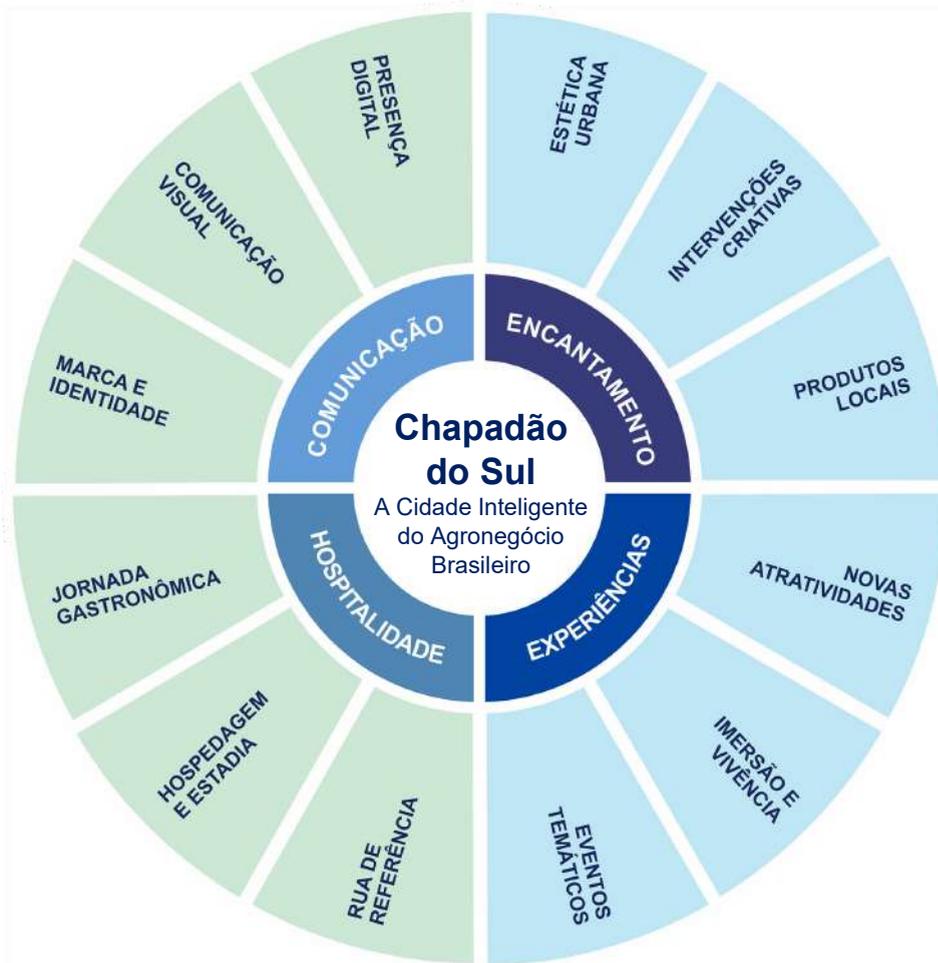


Eixos Norteadores

Os Eixos Norteadores

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

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

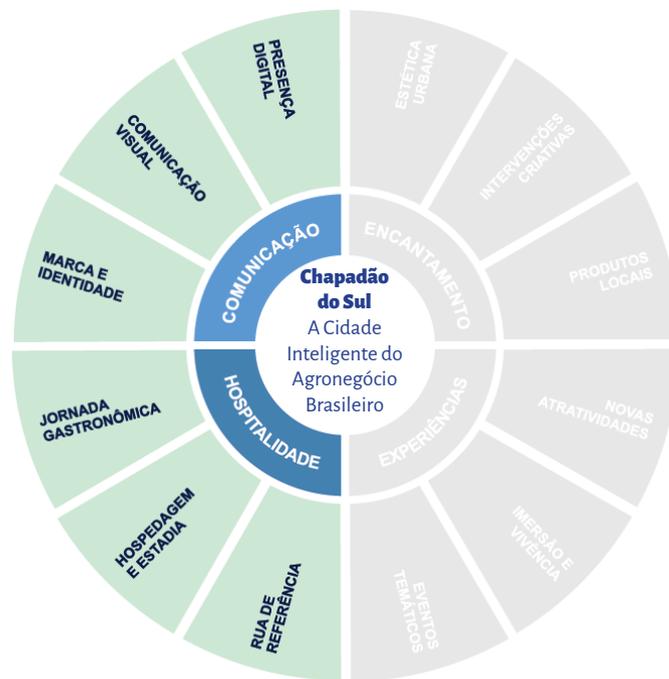


ORGANIZAÇÃO

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



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



Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Encantamento

*“Ações e intervenções para
surpreender quem chega”*



ENCANTAMENTO



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

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

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

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

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

Eixo Norteador

Encantamento

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

ESTÉTICA URBANA

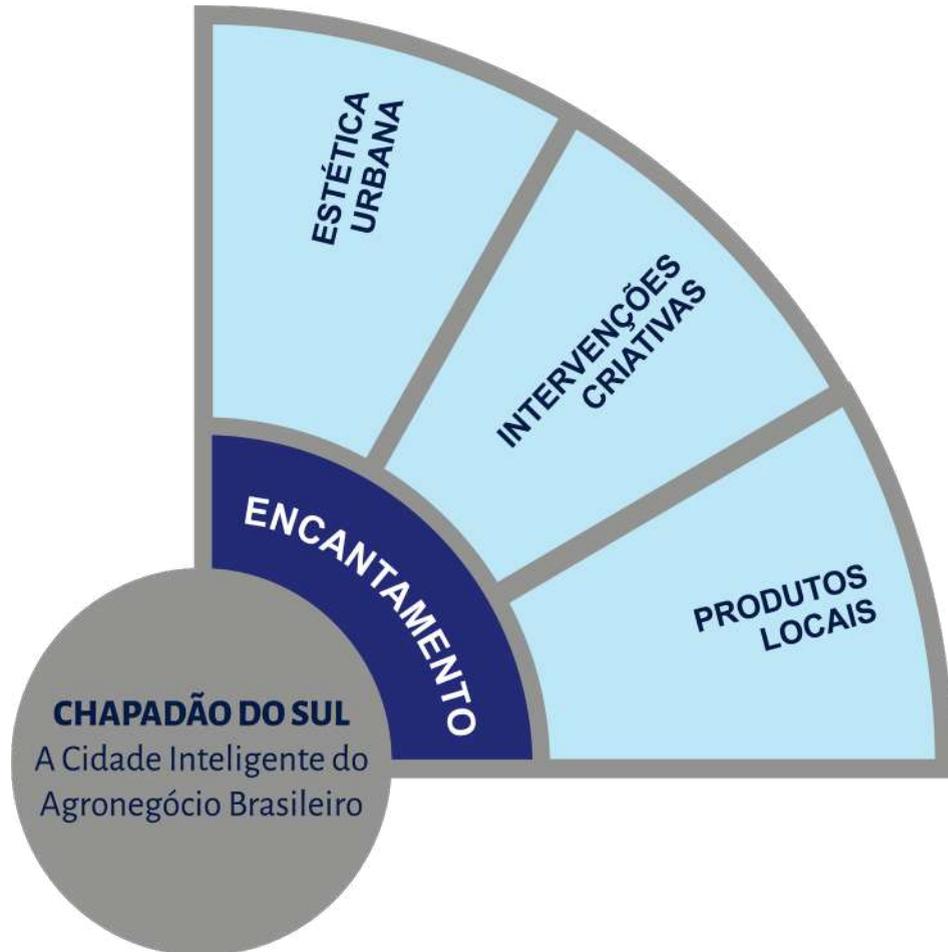
Estratégias para renovar a estética das ruas e dos espaços públicos.

INTERVENÇÕES CRIATIVAS

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

PRODUTOS LOCAIS

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





Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Experiências

“Atividades para entreter e fidelizar quem chega na cidade”

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

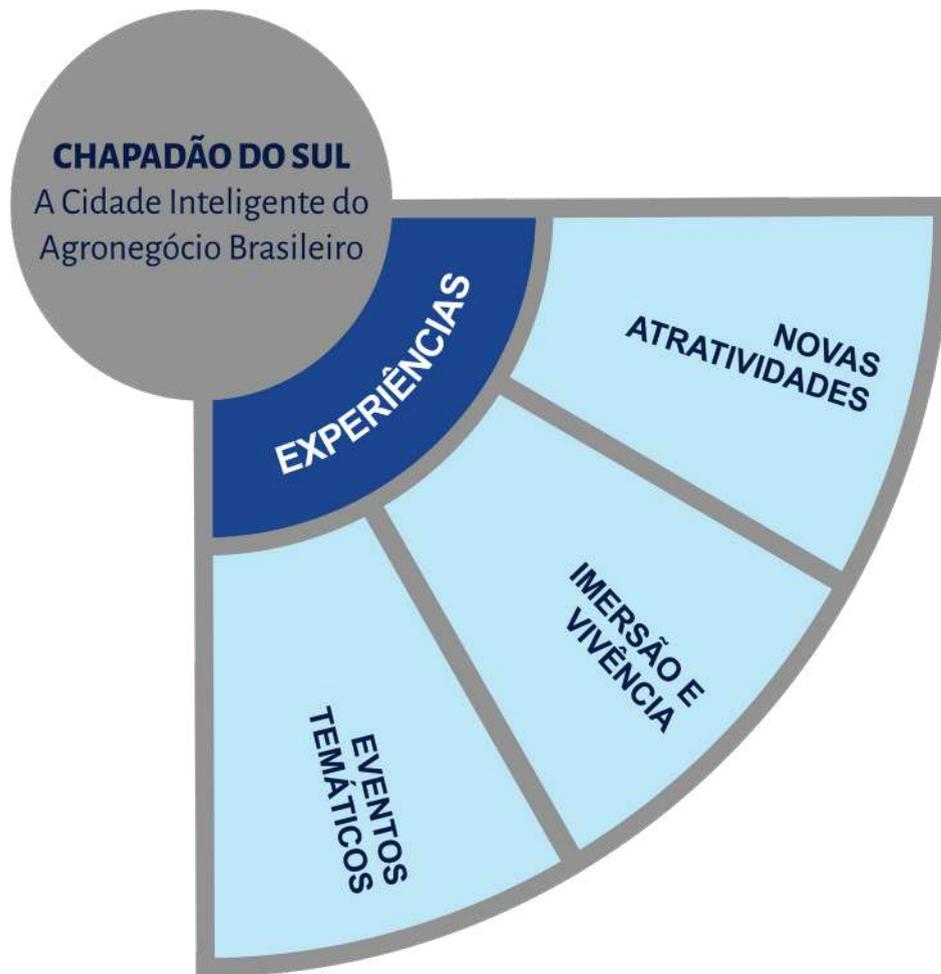
Proporcionar ao visitante uma estadia acima das expectativas é fundamental para a sua percepção positiva da cidade.

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

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

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





Eixo Norteador

Experiências

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

NOVAS ATRATIVIDADES

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

IMERSÃO E VIVÊNCIA

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

EVENTOS TEMÁTICOS

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

Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Hospitalidade

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



HOSPITALIDADE



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

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

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

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

Eixo Norteador

Hospitalidade

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

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

HOSPEDAGEM E ESTADIA

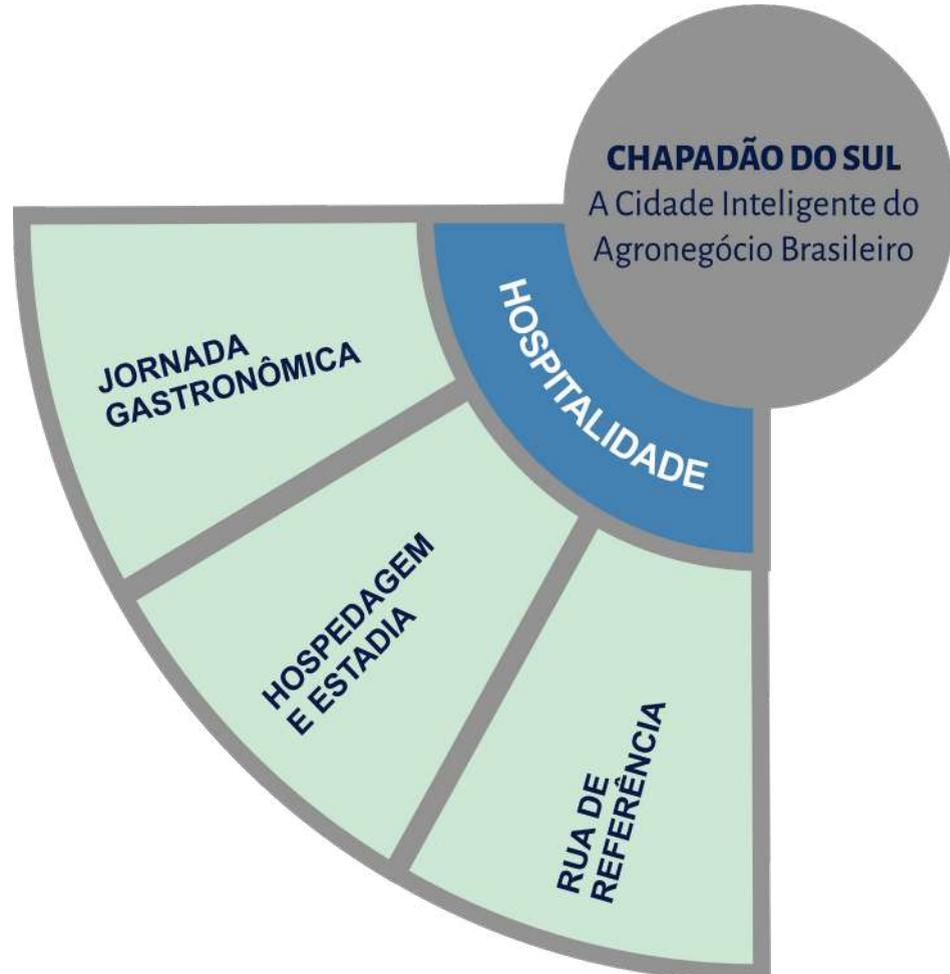
Estratégias para melhorar o que existe e inovar na oferta de acomodações para turistas.

JORNADA GASTRONÔMICA

Estratégias para despertar o interesse dos visitantes por sabores locais.

RUA DE REFERÊNCIA

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





Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Comunicação

“Estratégias para informar, promover e entregar identidade”

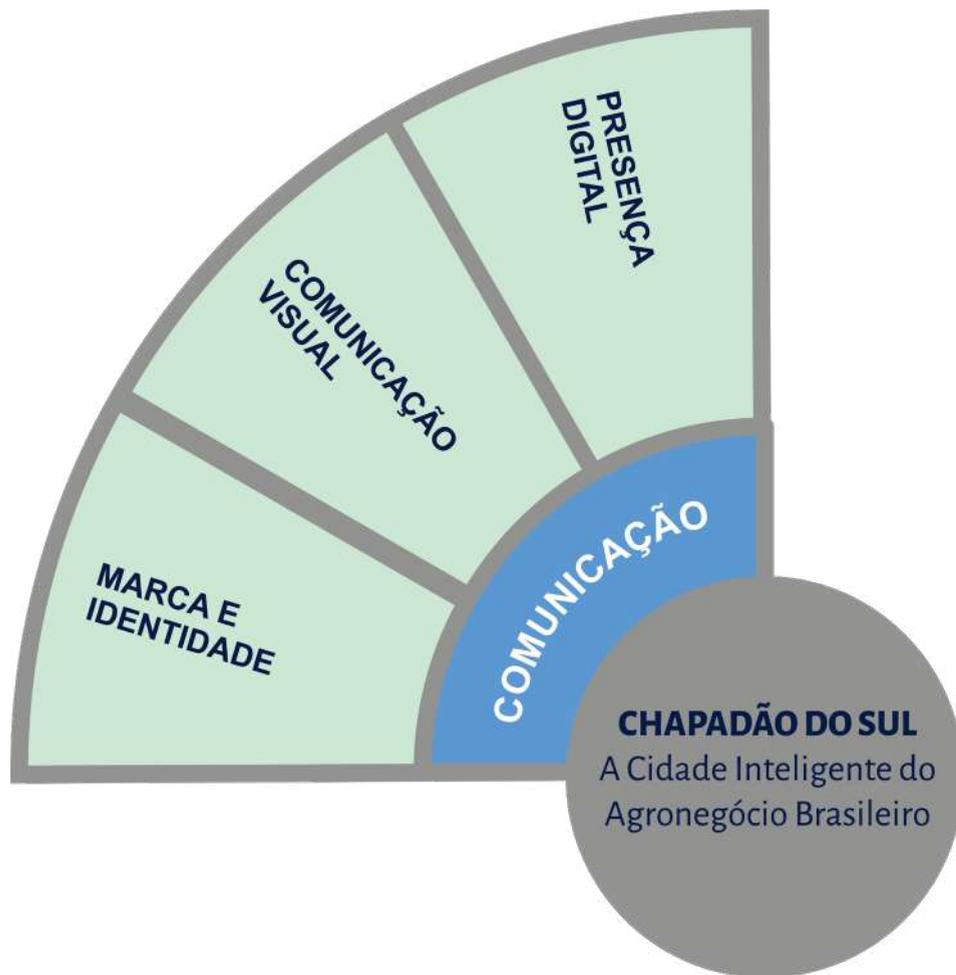
Este eixo se dedica à manifestação da identidade visual e plataformas de ampla divulgação da cidade.

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

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

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





Eixo Norteador

Comunicação

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

MARCA E IDENTIDADE

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

COMUNICAÇÃO VISUAL

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

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?

A intenção deste projeto estratégico é implementar ações de decoração que embelezem toda a cidade, com responsabilidades compartilhadas entre moradores, poder público e o comércio local. Sempre que possível, o conceito de cidade inteligente deve inspirar a criação de intervenções que deixem a cidade mais atrativa e com identidade.

A imagem ao lado busca ilustrar como se pode direcionar esforços para customizar a imagem de Chapadão do Sul a partir das estéticas agro, ecológica e tecnológica. Este projeto pretende unificar, numa mesma identidade, calçadas, mobiliários urbanos, fachadas comerciais, sinalizações, intervenções e espaços públicos, como ruas, praças e parques.

Trata-se de um exemplo de estética urbana inspirada no posicionamento proposto e suas diferentes formas de expressão, criando espaços altamente instagramáveis para seus visitantes.





Como é?

Uma cidade 'agrícola e sustentável'

Uma das ações possíveis para a cidade de Chapadão do Sul é trazer um pouco do universo agro e verde para a área urbana, isto é, explorando a força das plantações locais em intervenções urbanas com apelo turístico. A ideia é que, aos poucos, a cidade vá se tornando ainda mais ecológica e repleta de intervenções com esta temática que a embeleze e crie atratividade para os visitantes e repercussão nas mídias sociais.

Uma cidade 'tecnológica e inteligente'

Além das intervenções relacionadas ao mundo agro, é preciso trazer elementos do novo posicionamento para qualificar a estética de Chapadão do Sul, já que se busca posicioná-la como 'A Cidade Inteligente do Agronegócio Brasileiro'. Indica-se que em todos os pontos urbanos possíveis, sejam buscadas inspirações em tecnologias sustentáveis para criar intervenções públicas e privadas que transformem visualmente a paisagem da cidade, turistificando-a esteticamente, como se vê ao lado.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A cidade de Chapadão do Sul precisa ter uma atratividade que esteja alinhada com suas características e com o posicionamento que será trabalhado nos próximos anos. São inúmeras as possibilidades de intervenções nesta bela cidade, que incluem especialmente a implementação de novos mobiliários urbanos e espaços customizados, além da transformação das fachadas de empreendimentos comerciais e residenciais que desejarem adequar-se a identidade de 'cidade inteligente'. A ideia é organizar um núcleo permanente, com participantes de todas as esferas locais, a fim de planejar a qualificação visual da cidade. Essa qualificação estética será responsável por 'instagrar' e criar curiosidade pelo 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 ecotecnológicas.

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

Um mobiliário urbano ecotecnológico

A proposta que se faz aqui é instalar mobiliários urbanos ecológicos e conectados com os elementos identitários da cidade. Se as ruas, praças e parques da cidade são ‘salas de estar’ ao ar livre, deve-se atentar para o mobiliário que será disponibilizado ao visitante. Qualificar estes itens serve para embelezar as ruas e também para demonstrar respeito com o turista e com os moradores, assim como também reflete um cuidado especial dos gestores públicos. Este tipo de melhoria pode compreender, desde o restauro de mobiliário com valor arquitetônico e histórico até a reposição por itens novos, com design mais contemporâneo e maior durabilidade.

Mobiliários urbanos devem ter funcionalidade, conforto, durabilidade, bom desenho e beleza. Possuem relevância no mercado de mídia, pois recebem publicidade em pontos de ônibus, placas, entre outros objetos urbanos.

Ideias e Inspirações

Tem que ter uma estética 'inteligente'

O planeta recebe diariamente uma grande quantidade de energia através dos raios do sol. Estes raios podem ser captados e convertidos em energia elétrica ou de calor através de equipamentos específicos como os chamados painéis fotovoltaicos, ou placas solares. Esta já é a principal fonte de energia limpa no Brasil.

Em Chapadão do Sul, essas placas devem ser instaladas em locais estratégicos, como telhado das casas ou no chão, em áreas livres e espaços públicos. Depois de captada, a energia pode ser armazenada e utilizada. Além da parte sustentável, essa estética consciente e bela deve ser explorada.

O projeto de intervenções com uso de energia renovável busca qualificar a estética do centro comercial de Chapadão do Sul, turistificando-o, isto é, transformando os espaços urbanos em pontos turísticos conscientes e atrativos.





Ideias e Inspirações

Iluminação Inteligente e Decorativa

Embora também faça parte do mobiliário urbano, as luminárias são elementos que tem função ampliada, além de trazer luz ao escurecer. Luminárias podem proporcionar um interessante efeito cenográfico nas ruas e espaços, provocando interesse de visitação e maior movimentação, tanto no dia quanto à noite. Seu caráter escultórico pode ser explorado inclusive como fator de identidade das principais vias, reforçando ainda os aspectos sustentáveis através da escolha de produtos que usam energia renovável (placas solares, turbinas eólicas etc.), deixando assim a cidade bela e com a sua identidade ressaltada.

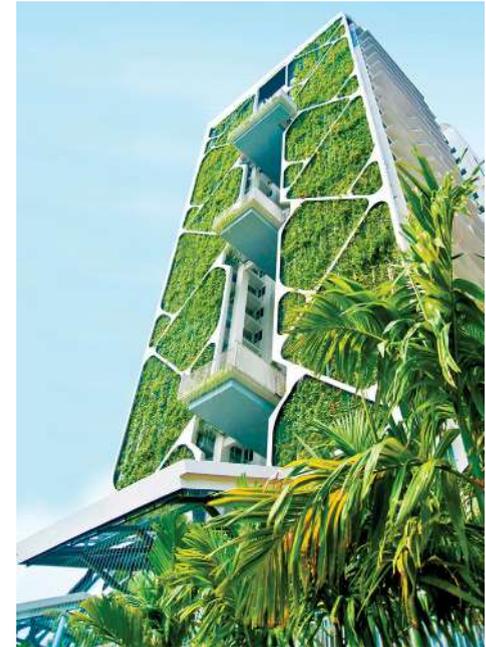
Implementação de iluminação pública artística e renovável que crie efeito cenográfico nas ruas da cidade; Este modelo cria identidade e serve para iluminar e embelezar atrativos turísticos, como praças, parques e vias.

Ideias e Inspirações

Mais superfícies verdes na cidade

As paredes verdes e os jardins verticais são uma solução fantástica para trazer mais vegetação e qualidade de vida em ambientes construídos, sendo essa estética que se busca incentivar em Chapadão do Sul. Com pouco peso e espessura, áreas verticais podem se transformar em densos jardins através da tecnologia japonesa premiada pela ONU. Redução da temperatura ambiente, habitat de pássaros, umidificação, filtragem do ar e retenção de barulhos são alguns dos muitos benefícios dessa tecnologia sugerida.

A estrutura da paredes verdes pode ser realizada em diferentes sistemas, como treliças e redes metálicas à prova de corrosão, já testados e ensaiados em grandes obras no Brasil e no Japão, criando grande apelo visual e estético, além de sustentável ao proporcionar conforto ambiental nas edificações em que é instalado.



Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

Intervenções Criativas

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



O que é?

A intenção deste projeto estratégico é implementar intervenções temáticas por toda a cidade, tornando-a especial e amplamente instagramável, isto é, fotografada e compartilhada nas redes sociais de forma espontânea. Todos os aspectos e símbolos que representam o viés tecnológico devem ser explorados no embelezamento de Chapadão do Sul.

A imagem ao lado, feita por meio de softwares de inteligência artificial, exemplifica os tipos de intervenções temáticas que poderiam ser feitas em Chapadão do Sul, considerando a estética inteligente que foi sugerida e uma série de intervenções artísticas que visam dar vida ao posicionamento de 'A Cidade Inteligente do Agronegócio Brasileiro'.

Trata-se de um exemplo de arte urbana contemporânea que pode ser usado como inspiração para o embelezamento temático da cidade, tornando-a ainda mais turística, atrativa e surpreendente.



INTERVENÇÕES CRIATIVAS



Como é?

A cidade que mostra suas raízes

Uma das ações propostas neste projeto é investir em símbolos, formas e cores que remetam a criatividade para inspirar intervenções temáticas em Chapadão do Sul. Tudo o que se refere ao conceito de cidade inteligente, sustentabilidade e o mundo do agronegócio, deve inspirar a projeção de parques, praças, monumentos, mobiliários urbanos e atrativos turísticos que surpreendam os visitantes.

Uma cidade que respira arte urbana

Gradualmente, a cidade deve ir recebendo esculturas e intervenções artísticas que despertem curiosidade, criem interesse de visita e registros fotográficos por parte do público em geral. A sugestão é que uma nova obra por semestre seja instalada, gerando mídia a cada novo lançamento realizado. As intervenções apresentadas nas imagens ao lado são exemplos de como outros lugares trabalharam para gerar atratividade por meio de arte urbana. Intervenções relacionadas aos elementos de identidade local devem ser exploradas.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A cidade de Chapadão do Sul precisa ter uma atratividade autêntica que a posicione de tal forma a se diferenciar de cidades vizinhas e de outros municípios do estado, isto é, sem sobreposição de posicionamento. São inúmeras as possibilidades de intervenções na cidade, incluindo especialmente a implementação de obras de arte feitas a partir de elementos importantes da cultura e identidade de Chapadão do Sul, como a agricultura de precisão. A ideia é selecionar, convidar e contratar artistas que desenvolvam obras de arte que combinem com o território e a temática em pauta e tenham características de rua, isto é, feitas com materiais que aguentam as intempéries climáticas, transformando-se em atrativos.

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

Maior visibilidade para o Agro

A proposta é realizar intervenções e exposições artísticas pela cidade, tendo as plantações locais como elemento central, além do viés tecnológico. As imagens ao lado, criadas por meio de software de inteligência artificial, são exemplos do tipo de instalações que a cidade de Chapadão do Sul pode receber. Acredita-se que são elementos atrativos que rapidamente se tornariam amplamente fotografados.

Uma inspiração de sucesso é o Touro de Osborne, que é uma enorme silhueta de touro-bravo em painel metálico preto, tendo aproximadamente 14 metros de altura e distribuída por toda a Espanha.

Criação de intervenções artísticas com homenagem ao que é produzido localmente;
Seleção de artistas da região e outros convidados para desenvolver as intervenções;
Exposição nas principais vias do município;

Ideias e Inspirações

A cidade que é um jardim botânico

Uma iniciativa visualmente interessante e que pode ser feita nos espaços públicos e privados de Chapadão do Sul é criar novas intervenções que explorem a vegetação da região, indo bem além do que já existe na cidade. Isso irá gerar mais atratividade e reforçará a estética ecológica do lugar, criando uma identidade sustentável e direcionada para o turismo, além de também ser uma característica desejada pela população local. As imagens ao lado são de diferentes lugares do mundo e servem de inspiração. Estas intervenções representam o que pode ser feito em Chapadão do Sul embelezando estradas, a entrada da cidade e pontos turísticos, como praças, parques e espaços públicos.

Mapear a flora da região e criar intervenções em escala maior para embelezar a cidade transformando-a num grande jardim botânico; Além de deixar a cidade mais verde, é preciso deixá-la mais artística.



INTERVENÇÕES CRIATIVAS



Ideias e Inspirações

A divertida Praça das Lagartas

Uma iniciativa visualmente interessante, que pode ser feita em toda Chapadão do Sul, é criar novas intervenções que explorem elementos lúdicos que despertem a atenção do público infantil. Isso irá gerar mais atratividade, mais pontos instagramáveis e reforçará a estética local criando uma identidade coesa, impactante e direcionada para o turismo. As imagens de lagartas ao lado são simulações realizadas com softwares de inteligência artificial. Elas têm a intenção de divertir e podem ser implementadas em espaços urbanos e pontos turísticos, como praças, parques e áreas livres.

Implementar intervenções que sejam criativas e despertem a curiosidade do público infantil.

As lagartas de lavouras podem servir como referência e inspiração, permitindo que elas sejam customizadas por artistas convidados.

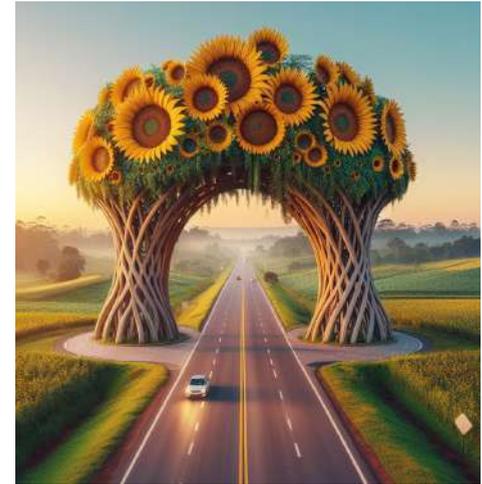
Ideias e Inspirações

Tem que ter um portal da cidade

Chapadão do Sul, ao buscar se posicionar como 'A Cidade Inteligente do Agronegócio Brasileiro', pode investir em um pórtico turístico, ou 'portal', no caminho que leva a cidade, explorando visualmente seus diferenciais. A sugestão é que esta intervenção tenha grandes proporções e crie forte impacto visual.

As propostas ao lado foram criadas por meio de inteligência artificial considerando características que representam a cidade e sua economia, com especial atenção para o universo agrícola e o novo posicionamento proposto, que explora formas orgânicas, contemporâneas, coloridas e atrativas.

Criação de um pórtico na entrada da cidade explorando elementos da identidade local, com atenção para as diferentes culturas agrícolas produzidas em Chapadão do Sul; A ideia é criar uma intervenção instagramável que viralize nas mídias.





Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

Produtos Locais

“Artefatos que representam a identidade e a cultura local”

O que é?

Destacar os produtos típicos da cidade de Chapadão do Sul, como o artesanato local, é essencial para criar um selo representativo deste território. Mas o portfólio de produtos locais pode ser bem mais amplo, devendo incluir outros produtos existentes e novas ofertas relacionadas diretamente com o posicionamento que será trabalhado.

Ao promover, organizar e divulgar esses produtos, a cidade não só amplia o seu potencial e identidade, mas também se conecta ao público externo, valorizando os produtores locais e impulsionando a geração de renda e, consequentemente, a qualidade de vida na região. Essa estratégia não apenas enaltece a comunidade produtora, mas também fortalece a identidade cultural, turística e econômica de Chapadão do Sul, destacando a importância dos produtos típicos como símbolos locais e recordações que os visitantes podem adquirir e levar.



PRODUTOS LOCAIS



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 Pantaneiras

Pequenos artefatos que representam a cultura 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, quebra-cabeças, bonecos 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.

PRODUTOS LOCAIS



Ideias e Inspirações

Uma linha de souvenirs lúdicos

A linha de produtos que está sendo apresentada representa um alinhamento do posicionamento local que vai em direção ao mundo infantil, tentando incluir esse segmento no escopo de público-alvo desejado.

As imagens ao lado são sugestões criadas por meio de softwares de inteligência artificial considerando elementos da cultura local e símbolos do município. Além de representar a cidade e gerar renda para quem produz, esses artesanatos locais sugeridos têm um atrativo a mais, que é o viés lúdico, encantando seus possíveis compradores por ter formas mais divertidas, uso amplo de cores, entreter e decorar.

Criação de uma linha de produtos com foco no público infantil. Além de souvenirs, devem ser desenvolvidos objetos de decoração que se diferenciam pela originalidade, design e pelo acabamento dado, fugindo de algo industrial.

Ideias e Inspirações

Um linha ecológica de produtos

Um dos produtos que deve sair de uma cidade inteligente é uma linha ecológica de artefatos que transmita o comprometimento da cidade com o meio-ambiente e demais pautas de preocupação social e sustentável. Sugere-se a criação de produtos e artesanatos utilizando materiais reaproveitados e renováveis que estejam em sintonia com a natureza e boas práticas de preparação.

As imagens ao lado, geradas por meio de inteligência artificial, procuram ilustrar como é possível ser criativo e consciente ao mesmo tempo, sempre respeitando a identidade local e o novo posicionamento proposto.

Desenvolvimento de uma linha de produtos e artesanatos com viés ecológico e alinhado com a identidade local e o posicionamento proposto. Um portfólio de produtos com esse apelo costuma despertar grande interesse comercial, ecológico e emocional.





Ideias e Inspirações

Linha de produtos mais sofisticados

A proposta que se faz é reunir esforços para ampliar a oferta de produtos dedicados à cultura de Chapadão do Sul, indo bem além de miniaturas e artesanatos. A ideia é também comercializar produtos de mais valor, atendendo um público mais sofisticado. As imagens ao lado, geradas por meio de inteligência artificial, ilustram como é possível qualificar o portfólio de produtos típicos da cidade, inovando e entregando mais design e valor agregado. A sugestão é criar um grupo de trabalho de artesãos locais, conectados a designers e profissionais da indústria criativa para desenvolver uma linha criativa de produtos temáticos, diferente do que já existe no mercado e foi sugerido.

Linha temática de produtos decorativos;
Linha temática de produtos têxteis;
Linha temática de souvenirs turísticos;
Linha temática de produtos artesanais;
Linha temática de produtos da marca local.

Ideias e Inspirações

Uma linha de produtos tecnológicos

Uma das temáticas que pode e deve ser explorada com a marca de Chapadão do Sul é o universo do agronegócio tecnológico e o conceito de smart city. Sugere-se que souvenirs, camisetas e artesanatos sejam inspirados nesta temática que representa a cidade. Esse viés mais tecnológico, inteligente e futurista tem potencial para divulgar ainda mais a cidade, que já é conhecida por essa temática. A sugestão são produtos mais inovadores que ajudem a aumentar a simpatia por esse diferencial que será trabalhado no novo posicionamento da cidade.

Criação de uma linha de produtos inovadores que sejam turísticos e também explorem o viés tecnológico percebido em Chapadão do Sul – MS. Essa temática pode ser desdobrada em vários souvenirs, desde miniaturas até dispositivos eletrônicos e jogos digitais.





Eixo Experiências

Projeto Estratégico

Novas Atratividades

“Atrações para todas as idades, gostos e expectativas”

O que é?

A proposta desta iniciativa é criar novas e diversificadas atrações para receber visitantes de todas as idades, tendo um portfólio criativo de empreendimentos turísticos locais. A projeção de novos espaços, como parques, e serviços, são esforços para captar investimentos e mentes criativas, servindo também como um vetor de desenvolvimento.

Uma atração turística é um local de interesse onde os visitantes vão, especialmente pelo seu valor natural ou cultural, inerente ou exposto, significado histórico, beleza natural ou construída, proporcionando lazer e diversão. As expectativas dos turistas ao visitar um determinado local estão relacionadas a várias características do destino escolhido, como: cultura, arquitetura, gastronomia, infraestrutura, paisagem, eventos, compras etc. A seguir, é possível visualizar exemplos de diferentes tipos de atrações turísticas.



NOVAS ATRATIVIDADES



Como é?

Um mix de atrações para todos os gostos

O perfil do turista brasileiro é bem amplo, incluindo nele quem prefere atrações mais urbanas e também quem opta por ter contato com as belezas naturais. Há quem prefira assistir espetáculos artísticos, como shows e apresentações, e outros que gostam de visitar museus e experimentar a gastronomia típica. Por isso, é preciso criar atrações turísticas que contemplem uma gama diversificada de preferências e expectativas.

Uma cidade que acolhe todas as idades

Além de se preocupar com os gostos particulares dos visitantes, é preciso contemplar todas as faixas etárias, criando um portfólio de atrações que divirtam toda a família, das crianças aos seus avós. As férias para crianças são consideradas um dos mercados mais emergentes em turismo atualmente. Além de influenciar na escolha dos destinos da família, a atividade turística também proporciona férias exclusivas para crianças desacompanhadas, como exemplo, pode-se citar as colônias de férias.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A cidade de Chapadão do Sul 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 Chapadão do Sul 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.

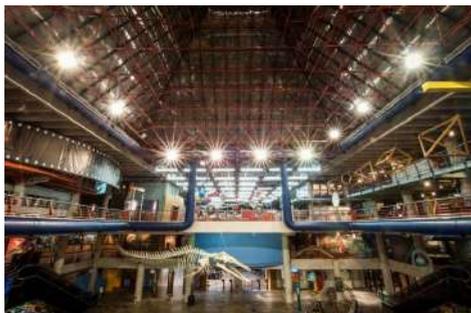
4. Qualificar as atrações existentes

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.

NOVAS ATRATIVIDADES



Ideias e Inspirações

Museu de Ciências, Tecnologia & Agro

A proposta desta ação é criar um Museu de Ciências e Tecnologias com uma ala especializada no mundo agro. Esse museu pode atrair visitantes de fora da cidade, assim como estudantes das escolas municipais e da região, inclusive universidades.

A cidade de Porto Alegre - RS tem o Museu de Ciências e Tecnologia da Universidade PUCRS, que tem a missão de gerar, preservar e difundir o conhecimento por meio de seus acervos e exposições interativas, contribuindo para o desenvolvimento da ciência, da educação e da cultura, oferecendo experiências lúdicas e inusitadas.

Um museu interativo e inovador que ofereça conhecimento e entretenimento ao mesmo tempo, pode ser um diferencial para a cidade, atraindo também visitantes da região e servindo com um lugar de pesquisa para escolas e alunos.

Ideias e Inspirações

Espaço 'Smart Coworking Village'

Espaços de coworking são ambientes de trabalho compartilhados, onde profissionais independentes, empreendedores e empresas podem alugar estações de trabalho ou escritórios privativos em um espaço comum. Esses locais proporcionam uma alternativa mais flexível e colaborativa em relação aos escritórios tradicionais. Um lugar deste tipo concentra esforços de profissionais e empresas com foco em inovação.

Uma das grandes vantagens desses espaços é a oportunidade de interagir com profissionais de diversas áreas, com troca de ideias e colaborações entre membros. Os espaços devem ser inspiradores, promovendo uma atmosfera criativa e colaborativa.

Espaços de coworking devem ser abertos. Uma inspiração é o Instituto Caldeira, que é um hub de inovação, que conecta empresas, startups, universidades e poder público local.





Ideias e Inspirações

Mini Mundo Agro para toda a família

Mini Mundo é um parque em miniatura localizado na cidade de Gramado – RS, sendo uma das mais tradicionais atrações turísticas desta cidade. No local existem cidades em miniatura, cerca de 24 vezes menor que o tamanho real. Os visitantes encontram importantes obras da humanidade, dentre elas castelos europeus, prefeituras, estações ferroviárias, igrejas, torre de televisão, conjuntos de casarios, aeroporto e metrô, além de unidades habitacionais, comerciais e de serviços. Existem quase 140 construções dos mais variados portes, desde as mais contemporâneas até os prédios mais antigos. A ideia é fazer um Mini Mundo do Agro em Chapadão do Sul.

A criação de um Mini Mundo Agro pode representar propriedades rurais, plantações, maquinário agrícola e infraestrutura usada, além de cidades que estão próximas destes cenários, como é o caso da cidade de Chapadão do Sul.

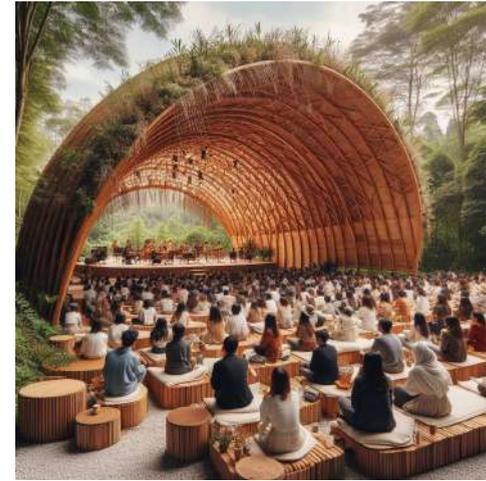
Ideias e Inspirações

Uma Concha Acústica Inteligente

Uma Concha Acústica é um equipamento cênico, disposto à volta de uma orquestra e aberto para a plateia, refletindo o som dos instrumentos musicais para o público. Como forma de complementar o portfólio de atratividades de Chapadão do Sul e baseado na sugestão dos atores locais, sugere-se a construção de uma concha acústica para receber diferentes tipos de espetáculos artísticos.

A Concha Acústica de Salvador tem mais de 50 anos de história. Esse espaço já recebeu grandes nomes da música brasileira e atrações internacionais, estando na memória afetiva do soteropolitano.

Além dos espetáculos que pode receber, o design diferenciado de uma Concha Acústica Inteligente e Sustentável pode transformá-la em um ponto turístico de grande visitação e promoção local.



Eixo Experiências



Projeto Estratégico

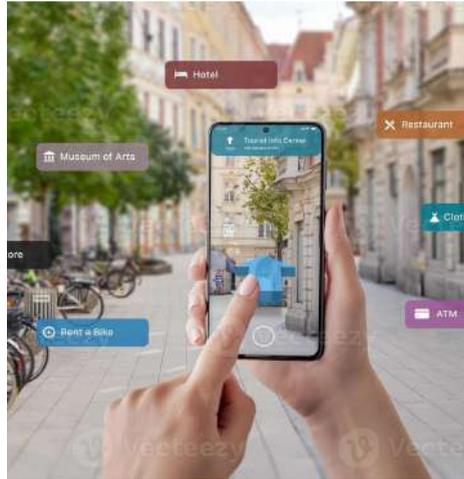
Imersão e Vivência

*“Experiências autênticas e descobertas
memoráveis”*

O que é?

Chapadão do Sul é uma cidade que possui inúmeras oportunidades de vivência que podem ser facilitadas por meio de dispositivos tecnológicos. O desafio posto é consolidar um pacote de experiências imersivas e digitais nos atrativos da cidade, criando novos serviços que ampliem o número de turistas.

A economia da experiência surge quando a oferta deixa de ser apenas a prestação de um serviço comum, como uma refeição ou um passeio turístico, para ser a oferta de uma experiência memorável que gera emoção e engajamento. É disso que trata o turismo de experiência, uma forma de se diferenciar pelo envolvimento do visitante a partir de experiências significativas e autênticas. A Organização Mundial do Turismo (OMT) afirma que o turista deste século deseja “viajar para destinos onde mais do que visitar e contemplar fosse possível também sentir, viver, emocionar-se e ser personagem de sua própria viagem”.



IMERSÃO E VIVÊNCIA



Como é?

Menos fotos e mais experiências

O que está sendo proposto aqui é que se deixe de lado a preocupação com pontos turísticos que são exclusivamente lugares de registros fotográficos. A ideia agora é criar experiências imersivas pela cidade e zona rural, onde o visitante possa vivenciar momentos memoráveis de lazer, entretenimento, aprendizado e conexão com uma nova cultura, hábitos e práticas. Trata-se de roteiros mais lentos e mais sensoriais.

Imersão nas práticas e na cultura local

A presente proposta busca oferecer experiências imersivas voltadas ao agronegócio, com foco em reforçar o posicionamento de Chapadão do Sul, que podem ser voltadas tanto ao público de negócios, quanto a um público que busca lazer e entretenimento.

Experiências que exploram a história da fundação do município, além de propostas no meio rural e roteiros voltados ao mundo do agronegócio e da tecnologia empregada na lavoura são oportunidades identificadas no território de Chapadão do Sul.

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 o turismo de aventura

Deve-se oferecer infraestrutura para a prática de ecoturismo e turismo de aventura.

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

A turistificação das propriedades rurais

Esta proposta busca mapear e qualificar turisticamente propriedades rurais do município, com foco em oferecer experiências de lazer e desconexão aos visitantes. Para isso, três frentes de esforços merecem atenção:

Qualificação Estética – Sugere-se a tematização, o paisagismo e pontos instagramáveis nas propriedades.

Qualificação da Infraestrutura – Sugere-se a qualificação das estruturas de hospedagem, alimentação e lazer disponibilizadas aos turistas.

Qualificação da Experiência – Sugere-se a implementação de mais opções de entretenimento.

Aprimorar a parte visual das propriedades; Criar hotéis-fazenda temáticos, inspirados na produção local de milho, algodão e girassóis; Qualificar a infraestrutura com cabanas; Criar um roteiro e programação pelas propriedades rurais.

Ideias e Inspirações

Sobrevoar a região em resgate histórico

Chapadão do Sul foi fundada pelo aviador Júlio Alves Martins, que pousou no município e deu início à colonização deste local. A ideia dessa experiência é contar a história de fundação da cidade, juntamente com um passeio de avião pelas belezas da região, mostrando a coragem do fundador e promovendo uma experiência única ao visitante, já que o município possui um aeroporto disponível, porém usado atualmente apenas pela iniciativa privada, que pode vir a ser responsável por esse tipo de serviço turístico. Poços de Caldas – MG é um exemplo de cidade que oferece voos panorâmicos como atrativo turístico.

A oferta de voos panorâmicos reúne três propósitos especiais: conhecer as belezas da região, proporcionar uma experiência de voar (talvez pela primeira vez) e homenagear o fundador do município e seu ato ousado.





Ideias e Inspirações

Experimentando novas tecnologias em roteiros técnicos de visitação ao agro

Como 'A Cidade Inteligente do Agronegócio Brasileiro', Chapadão do Sul pode ser um grande laboratório para a experimentação de novas tecnologias de ponta nesse setor. A criação de um espaço voltado a experimentação, treinamento e teste de novas tecnologias pode ser feito a partir de uma parceria entre a Fundação Chapadão e a UFMS, com o apoio de empresas interessadas. A ideia é que o município possa receber visitantes de diferentes locais que buscam conhecer e experimentar essas tecnologias, podendo também ter treinamentos no local. Roteiros técnicos na Fundação Chapadão e em áreas rurais de referência no município complementam a ideia.

Posicionar a cidade de Chapadão do Sul como um laboratório a céu aberto, oferecendo roteiros de visitação para profissionais, estudantes e turistas, que pode ser um atrativo e diferencial muito procurado.

Ideias e Inspirações

Oficinas, cursos, estágios e capacitações

Nos dias atuais, vem crescendo o número de viajantes que não busca mais destinos turísticos apenas para visitar, fazer fotografias e adquirir produtos locais. Como foi mencionado, ganha protagonismo o segmento de pessoas que desejam vivenciar e aprender as práticas e costumes do lugar visitado. Por isso, sugere-se a oferta de cursos, oficinas e capacitações locais como opções turísticas, especialmente no que se refere a agricultura de precisão, gastronomia e artesanato produzido com a matéria-prima local, como a palha de milho e o algodão. A Associação Paneleiras de Goiabeiras, de Vitória – ES é um bom exemplo de articulação entre ponto turístico, oficinas, comércio e produção em um mesmo local.

Ofertar como produto turístico oficinas e cursos relacionados com as práticas locais.

Além de contato com técnicos, artesãos e tutores, sugere-se que capacitações desses saberes sejam ofertadas para os visitantes.



Eixo Experiências



Projeto Estratégico

Eventos Temáticos

*“Um calendário repleto de
muito entretenimento”*

O que é?

O objetivo deste projeto é estruturar um calendário anual de eventos que mantenha o ecossistema turístico local em constante movimento. A estratégia é mesclar eventos sazonais com outros atemporais, que não tenham relação direta com datas específicas, atraindo, assim, novos olhares para a cidade, mas fazendo isso de maneira ordenada para evitar um excesso de ofertas que dispersem o público visitante.

A cidade já conta com eventos e festividades tradicionais, mas que devem se qualificar para reforçar o novo posicionamento turístico que está sendo trabalhado.

Além disso, é desejável identificar outras oportunidades que tragam novos públicos.

É recomendável que as ofertas de programas que serão testados, sejam sempre agendadas para o primeiro final de semana de cada mês, até que a procura aumente e as mesmas possam se consolidar no calendário anual de eventos proposto pela cidade.



EVENTOS TEMÁTICOS



Como é?

Tem que ter eventos 'de massa'

São atividades coletivas que por motivo esportivo, religioso, lúdico ou laboral, entre outras motivações, atraem um elevado contingente de pessoas vindas de todas as partes do país e, até mesmo, do exterior.

Trata-se de eventos que recebam um grande público, sendo importantes pelo retorno financeiro e pela visibilidade que tem nas mídias. A cidade deve realizar pelo menos um evento anual deste porte.

Tem que ter eventos 'de nicho'

O segmento de eventos vem passando por grandes mudanças. Uma delas é o formato dos encontros, menores, para públicos específicos e fora dos grandes centros. Os eventos corporativos também diminuíram, com o fracionamento de grandes feiras e convenções. Isso é observado em festas particulares, como casamentos, aniversários e formaturas. Chapadão do Sul pode se beneficiar desta tendência, realizando eventos menores para nichos de turistas.

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

Um evento sobre Cidades Inteligentes

O desafio que se faz é posicionar Chapadão do Sul como um destino inteligente e atrair para a cidade um número significativo de visitantes interessados e investimentos. O principal evento que ajudará a fortalecer o posicionamento de 'Cidade Inteligente do Agronegócio' é uma grande exposição e congresso internacional sobre o conceito de Smart City, termo em inglês popularizado.

A cidade de Curitiba (PR) tomou a frente e realizou recentemente a Smart City Expo 2023, que mostrou ao mundo as soluções inteligentes que moldam esta nova era – ajudando as cidades a prosperar e a criar espaços urbanos mais seguros, mais verdes e mais eficientes.

Realização de um evento internacional sobre Smart Cities e Cidades Inteligentes (do Agro); Esse evento deve funcionar como exposição, congresso, festival e feira que consiga atrair visitantes, investidores e pesquisadores.

Ideias e Inspirações

Realização do evento 'Agro Summit'

Os eventos 'Summit' são encontros ou conferências de alto nível que reúnem líderes, especialistas e influenciadores de diferentes áreas para discutir questões relevantes, trocar ideias e propor soluções para problemas específicos. Geralmente, esses eventos são organizados em torno de temas importantes, como política, negócios, tecnologia, meio ambiente, saúde, educação, entre outros, como o Agro. Os Summit podem incluir palestras, painéis de discussão, workshops, networking e outras atividades destinadas a promover a colaboração e o intercâmbio de conhecimentos entre os participantes. A ideia é que Chapadão do Sul promova o Agro Summit, inspirado no South Summit que aconteceu em Porto Alegre – RS.

Realização de evento com a marca Summit para conectar especialistas do mundo Agro, startups e investidores interessados em incentivar inovações e parcerias nesta área.



EVENTOS TEMÁTICOS



Ideias e Inspirações

Bienal de Arte Agropecuária

A proposta é que a cidade de Chapadão do Sul realize a cada dois anos uma grande exposição de arte urbana pelo município, envolvendo locais fechados, públicos e rurais, que receberão obras e intervenções criadas por artistas selecionados que trabalharão a partir da temática Agropecuária e seus recursos materiais, formas e tecnologias.

Duas referências ajudam a inspirar o clima desse evento, sendo elas: a Bienal do Mercosul, que acontece em Porto Alegre – RS, e o Instituto Inhotim – MG. São exemplos de acontecimentos turísticos relacionados a arte, que atraem grande público.

Criação de uma exposição bienal de arte em Chapadão do Sul – MS, tendo o Agro como temática central e espalhando pela cidade obras de artistas selecionados e convidados;
Algumas obras criadas poderão permanecer na cidade.

Ideias e Inspirações

Um evento 'muito curioso'

As imagens ao lado são de eventos curiosos que acontecem ao redor do mundo e que costumam se destacar por sua originalidade, isto é, por serem curiosos e não se repetirem em outros contextos.

Chapadão do Sul precisa criar o seu evento inédito e de repercussão nacional. Por isso, sugere-se algo criativo e que desperte interesse dos segmentos de patrocinadores e mídia, como os exemplos ao lado.

Na cidade de Pomerode – SC, acontece anualmente o Volksfriends, que é um encontro de amigos de fuscas e derivados. Algo nesse sentido deve ser implementado na cidade de Chapadão do Sul.

Criação de um evento inusitado, curioso e que não aconteça em outros lugares do mundo.

Não precisa ser algo relacionado ao Agro, pois o segmento já está sendo contemplado em outras iniciativas.





Projetos Complementares

Eixo Hospitalidade

Projeto Complementar

Rua de Referência

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



RUA DE REFERÊNCIA



O que é?

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

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

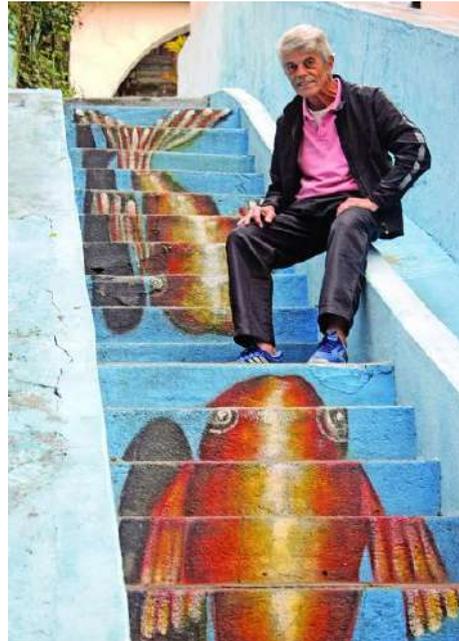
Como é?

Cheia de vitalidade e produtos locais

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

Um cenário atraente e inesquecível

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



CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Delimitar o trecho de ação

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

2. Engajar a comunidade

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

3. Projetar com os melhores

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

4. Mapear e articular o mix

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

5. Fomentar a cultura local

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

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

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

Quem deve se envolver?

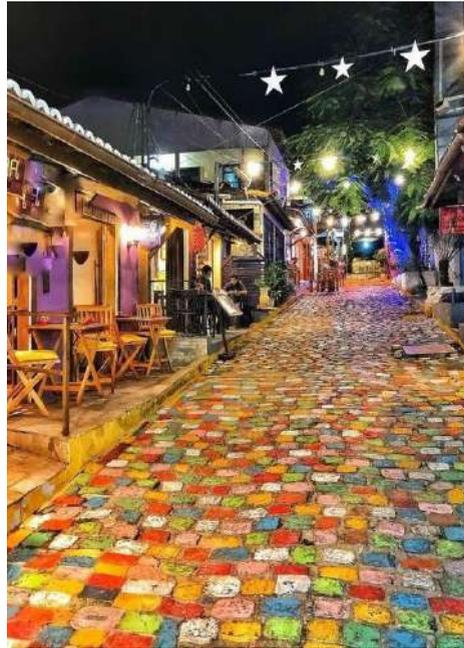
Poder público, empreendedores e pequenos negócios locais, além de associações comunitárias, dos moradores desta rua e integrantes do trade turístico local.

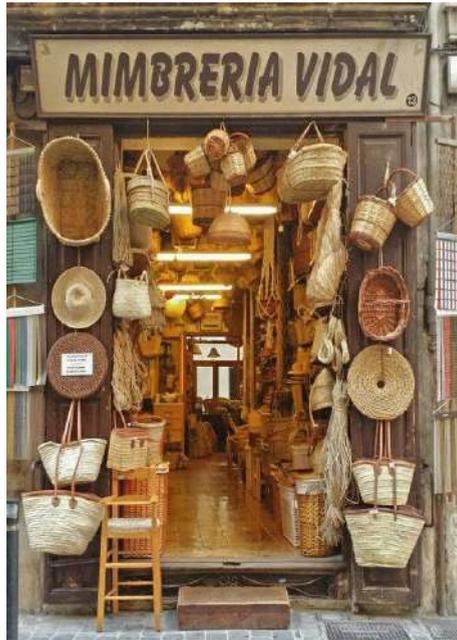
Ideias e Inspirações

Tem que ser uma rua bonita de se ver

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

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





Ideias e Inspirações

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

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

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

Ideias e Inspirações

Atenção ao público jovem e infantil

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

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



RUA DE REFERÊNCIA



Ideias e Inspirações

A rua que é um destino por si só

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

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

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

Eixo Hospitalidade

Projeto Complementar

Hospedagem e Estadia

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





O que é?

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

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

Como é?

Qualificando o que já existe

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

Criando novas opções

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



CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Mapear e tematizar

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

2. Diversificação e acesso

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

3. Profissionais criativos

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

4. Padrão e reputação

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

5. Divulgação eficiente

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

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

Quem deve se envolver?

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

Ideias e Inspirações

Pousadas temáticas, que podem estar alinhadas às diretrizes do posicionamento

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

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





Ideias e Inspirações

Microcasas e refúgios na natureza

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

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

Ideias e Inspirações

Glamour + Camping = Glamping

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

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





Ideias e Inspirações

Veículos adaptados

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

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

Eixo Hospitalidade

Projeto Complementar

Jornada Gastronômica

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





O que é?

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

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

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

Como é?

Qualificando a oferta existente

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

Destacando a autenticidade local

Deve-se mapear sabores surpreendentes e autênticos da região, enriquecendo a experiência dos visitantes.

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



CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. *Diversificar a oferta*

Desenvolver ofertas gastronômicas variadas, alinhadas ao contexto local.

2. *Construir histórias*

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

3. *Capacitar pessoal*

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

4. *Promover produtos locais*

Estabelecer redes de produtores e promover certificações de sabores regionais.

5. *Aproximar para conectar*

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

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

Quem deve se envolver?

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

Ideias e Inspirações

Mais experiências autênticas

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

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





Ideias e Inspirações

Terroir: O melhor da região

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

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

Ideias e Inspirações

Bares e restaurantes temáticos

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

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



JORNADA GASTRONÔMICA



Ideias e Inspirações

Tem que ter rotas gastronômicas

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

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

Eixo Comunicação

Projeto Complementar

Marca e Identidade

*“Criando uma identidade que reforce
os diferenciais”*





O que é?

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

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

Como é?

Deve ser coerente e consistente

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

Destacando a autenticidade local

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



CREMIA PRINCIPAL

O espaço é privilegiado por sua complexa e marca. Ela foi escolhida devido ao alto nível de qualidade e também devido ao fato de estar localizada no Centro Histórico, cercada por edifícios de alto padrão. O movimento constante por ela são turistas, porém de alguma forma o espaço não parece sempre tão cheio e movimentado. A Prefeitura de Brasília possui uma visão que reflete e ressaltam a cor azul do céu e o Congresso Nacional possui a sua própria cor azul. Seguindo o mesmo princípio, sendo também o Hospital Base Hospitalar criado por João Pigeiras Leite, o Lúcio, que se destaca por suas curvas, para cor branca e pela relação com o azul do Lago Paranoá. Dessa forma, a identidade visual que não oculta, mas realça para aqueles que representam Brasília e tudo o que ela engloba.



© 2023 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

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, não poderá ser utilizado para fins que prejudique a marca, sob pena de sanção administrativa.



© 2023 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

FUNDOS FOTOGRÁFICOS

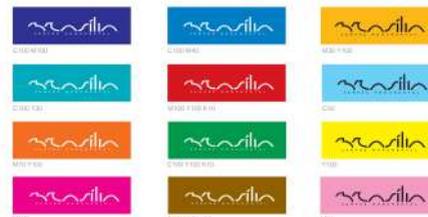
Desde permitida também utilização em fundos fotográficos, desde que sejam mantidas a visualização e o reconhecimento da marca. O idealmente sempre em imagens coloridas. A marca deve ser aplicada sobre uma área de cor homogênea da imagem. É proibida a imagem fotográfica que não represente o princípio e valores da marca Brasília.



© 2023 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

FUNDOS COLORIDOS

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



© 2023 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

CAMISETA



© 2023 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

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

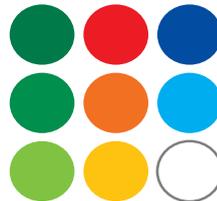
Na prática, a expressão da marca se concretiza por meio de quatro elementos gráficos essenciais que, quando coordenados, estabelecem uma identidade visual que unifica toda a comunicação.

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

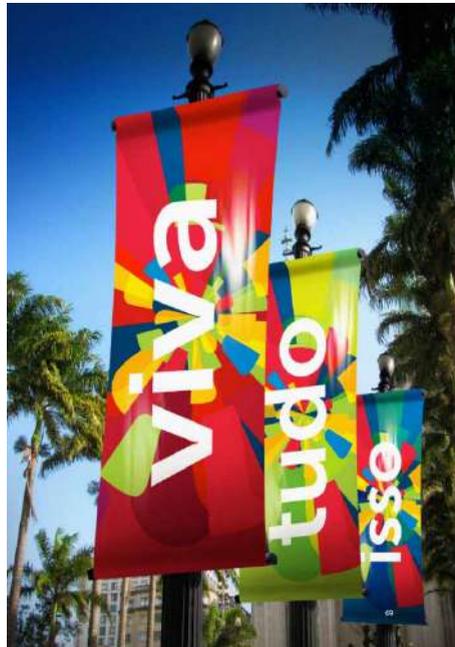
Uma marca repleta de significados

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 Chapadão do Sul

Evidenciando o que a cidade tem de melhor

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

É possível perceber que a tecnologia e a agricultura são evidenciadas na marca de Chapadão do Sul, com a utilização do girassol que pode ser visto em meio as plantações na zona rural, e também por circuitos eletrônicos e a tecla “ligar” inserida no miolo da flor, mostando que Chapadão é um município que está atento as novas tecnologias proporcionadas pelo mercado e investe neste segmento, podendo carregar consigo o título de ‘A Cidade Inteligente do Agronegócio Brasileiro’, tornando-se referência em inovação e sustentabilidade. A marca 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 Chapadão do Sul.





Ideias e Inspirações

Materiais promocionais e informativos

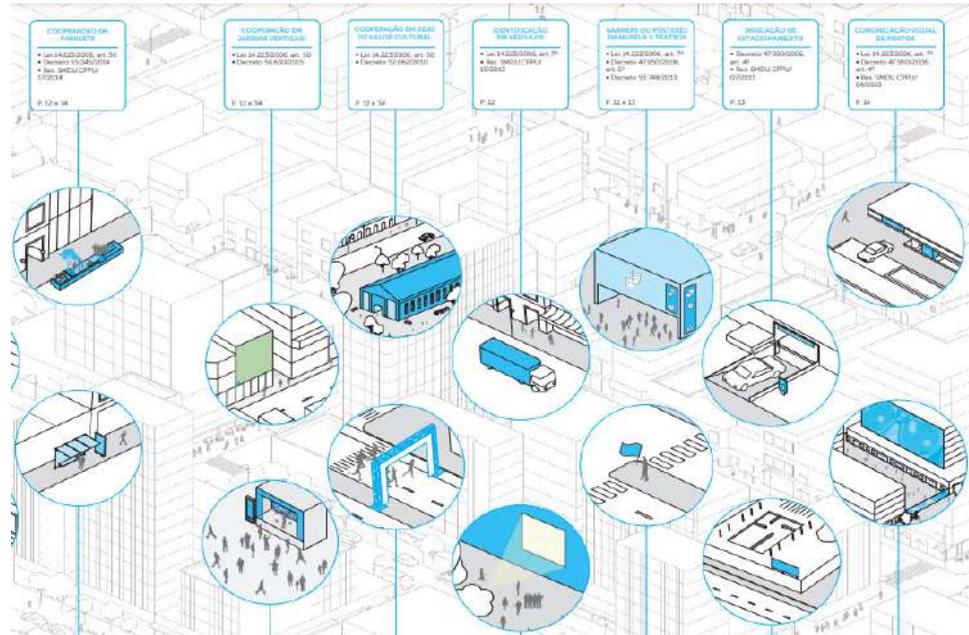
É fundamental criar materiais de apoio turístico, como mapas, folhetos e adesivos, integrando-os aos serviços cotidianos, como nas capas de cadernos escolares e na papelaria oficial da prefeitura. Essa inclusão da identidade visual em agendas e comunicados reforça a marca da cidade e, também, mantém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

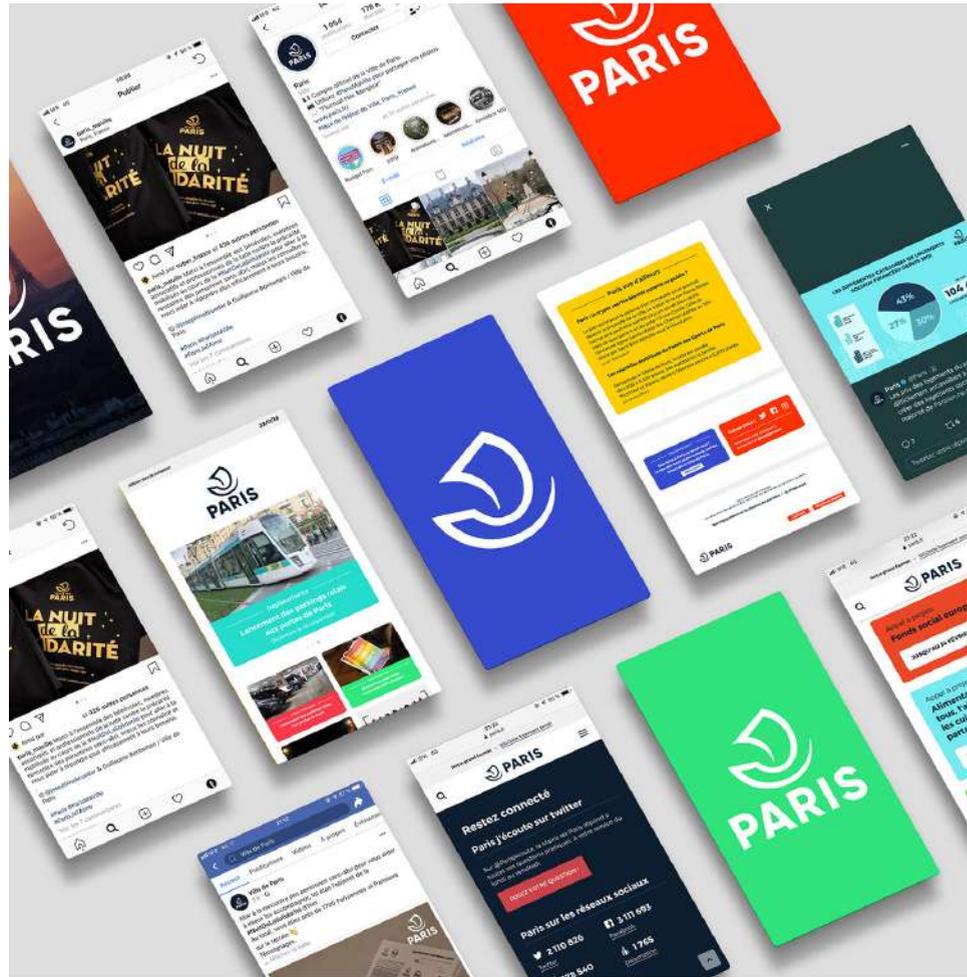
*“A cidade marcando presença no
badalado território virtual”*



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.

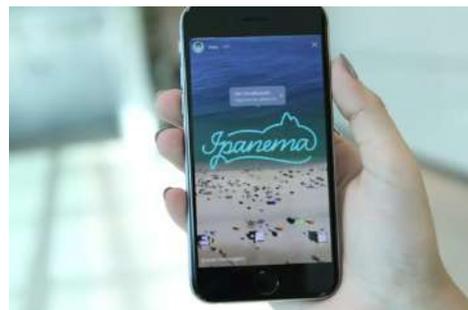
Acompanhar e sempre responder comentários e perguntas postadas nestas mídias.

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.

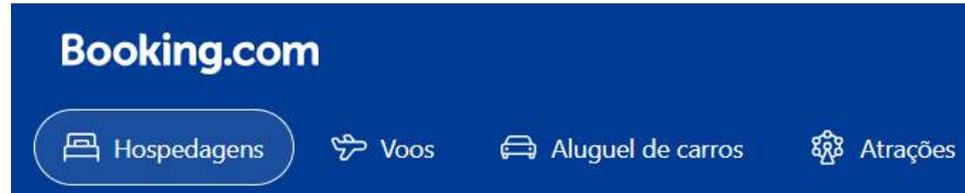
É uma maneira simples e sem custo de estabelecer presença digital;
Deve-se criar releases para divulgar atrações e enviar periodicamente para canais midiáticos estratégicos.

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





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.

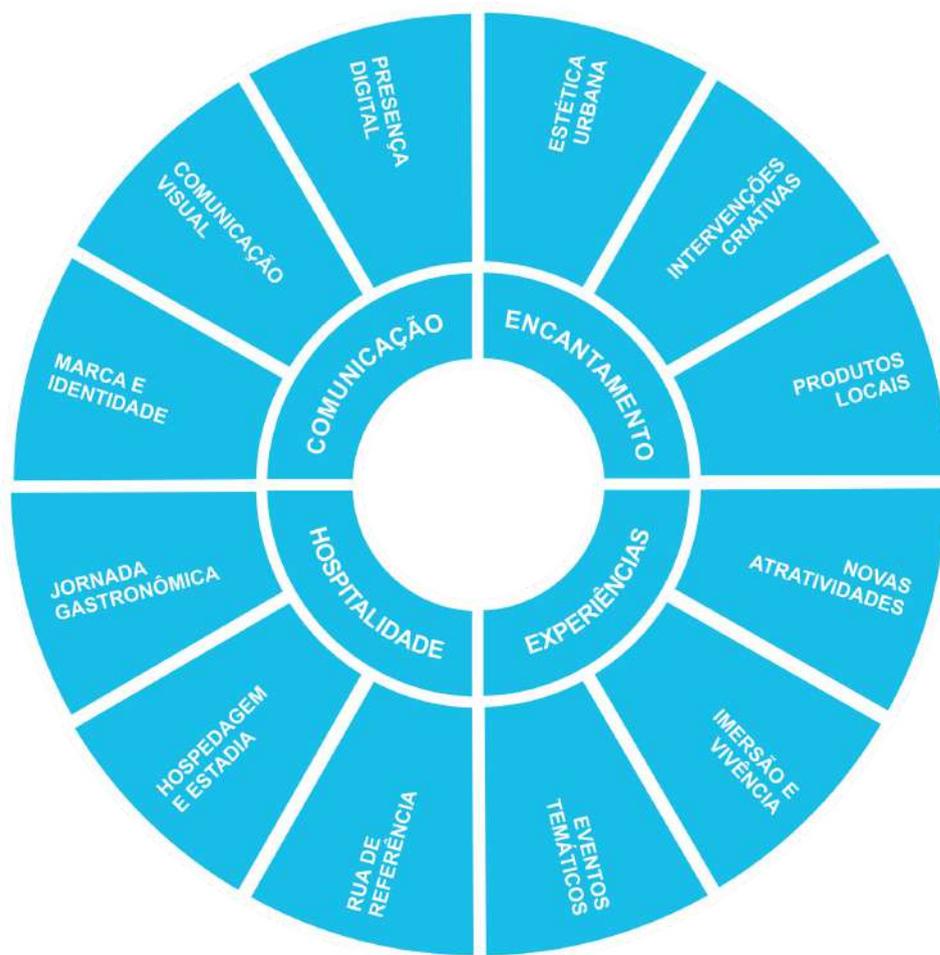
O programa não envolveu vínculos financeiros nem empregatícios e foi conduzido por meio de edital público. A seleção ocorreu no Dia Mundial do Turismo, permitindo a inscrição em diferentes redes sociais, com um limite de uma seleção por participante e exigindo um mínimo de 20 mil seguidores. Esta foi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

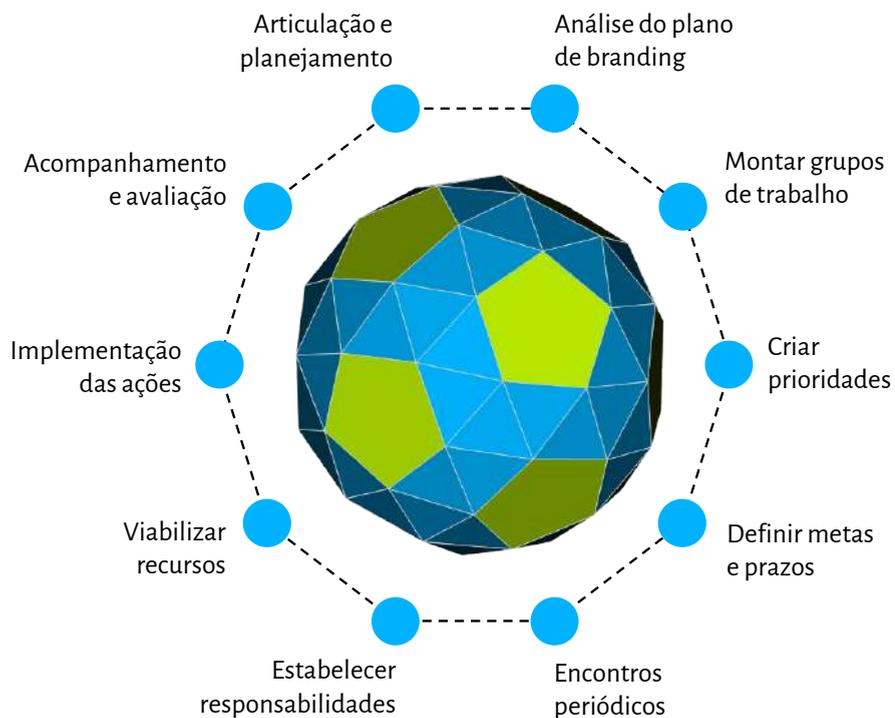
EIXO HOSPITALIDADE

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.

