



Plano de Branding Territorial para

Nova Andradina



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 do 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

NOVA ANDRADINA

Gerente: Vanessa Pereira Reis
Analista: Hitalo Silva Cunha
Consultor: Eduardo Augusto Fontoura de Freitas Raslan

METODOLOGIA E DESENVOLVIMENTO DE CONTEÚDO

Equipe UNISINOS – Universidade do Vale do Rio dos Sinos

COORDENAÇÃO DO IPM - UNISINOS

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

PESQUISA E PROJETAÇÃO

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

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO

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

2. BRANDING TERRITORIAL

- 2.1 Conceituação
- 2.2 Imagens da Cidade
- 2.3 Proposta

3. EIXOS NORTEADORES

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

4. PROJETOS ESTRATÉGICOS

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

05

06

08

09

10

11

12

13

14

15

16

18

19

20

23

26

29

32

33

41

49

57

65

73

5. PROJETOS COMPLEMENTARES

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

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

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



Apresentação

APRESENTAÇÃO

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

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

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

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

Claudio Mendonça

Diretor-superintendente do Sebrae/MS

Desenvolvimento Sustentável e o Marketing Territorial

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

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

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

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

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

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

OBJETIVOS DO MILÊNIO



O Desafio do

Plano de Branding

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

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



PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

As etapas do

Trabalho desenvolvido





Branding Territorial

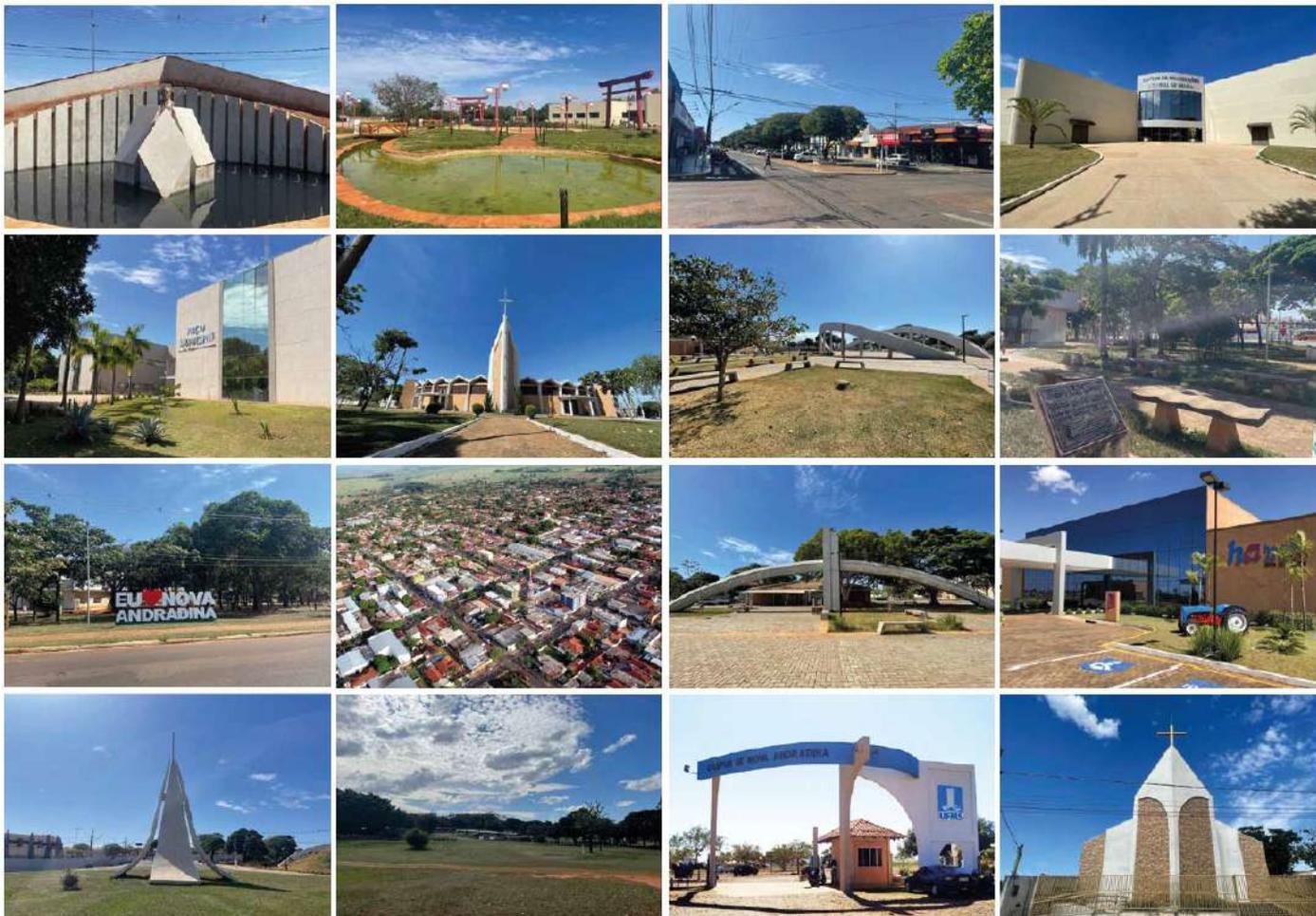
CONCEITO

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

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

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

IMAGENS DA CIDADE





O posicionamento ressalta o fato de a cidade já ser considerada a capital do Vale do Ivinhema, destacando sua centralidade na região. A proposta reforça sua relevância econômica, dando um toque de humanidade e amor. A expressão “Coração do Vale” engrandece a vitalidade e hospitalidade evidenciadas em festividades e experiências locais. O termo ‘coração’ reflete, ainda, o acolhimento oferecido, o cuidado com a infraestrutura e o caloroso sorriso dos moradores. O objetivo é mostrar Nova Andradina como um território pulsante, receptivo e cheio de oportunidades.

PROPOSTA

Nova Andradina

O Coração do Vale

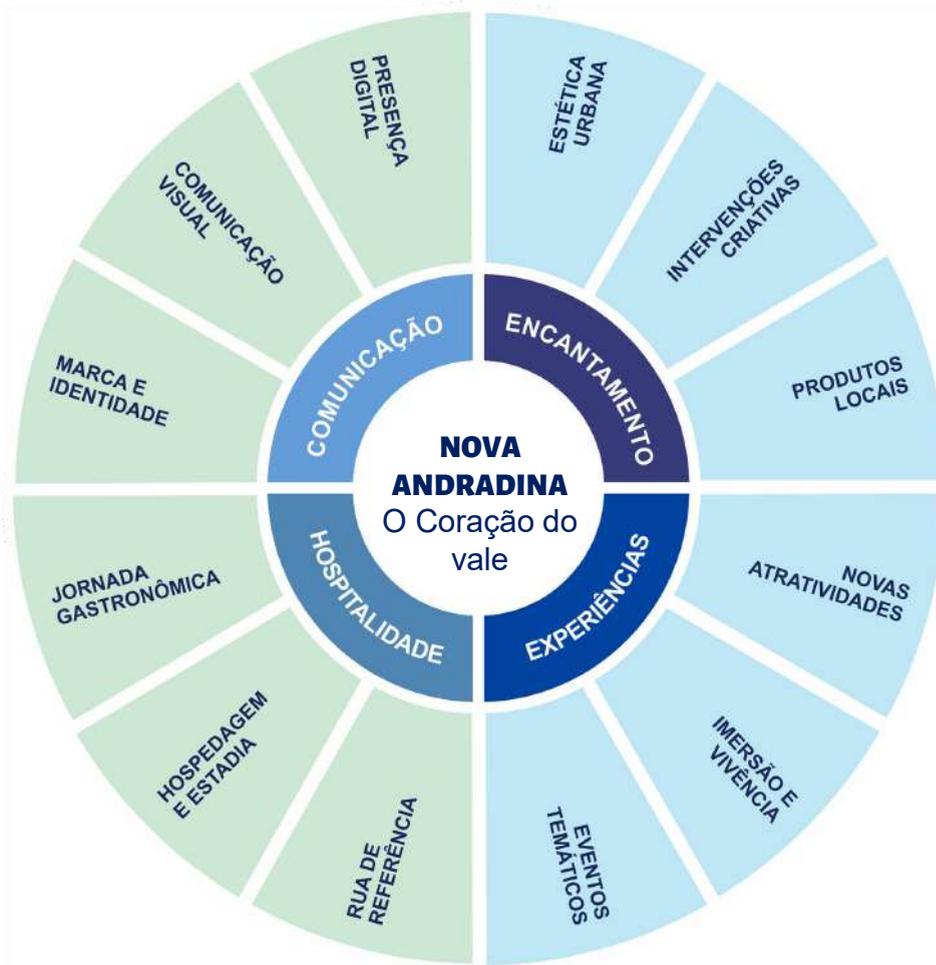


Eixos Norteadores

Os Eixos Norteadores

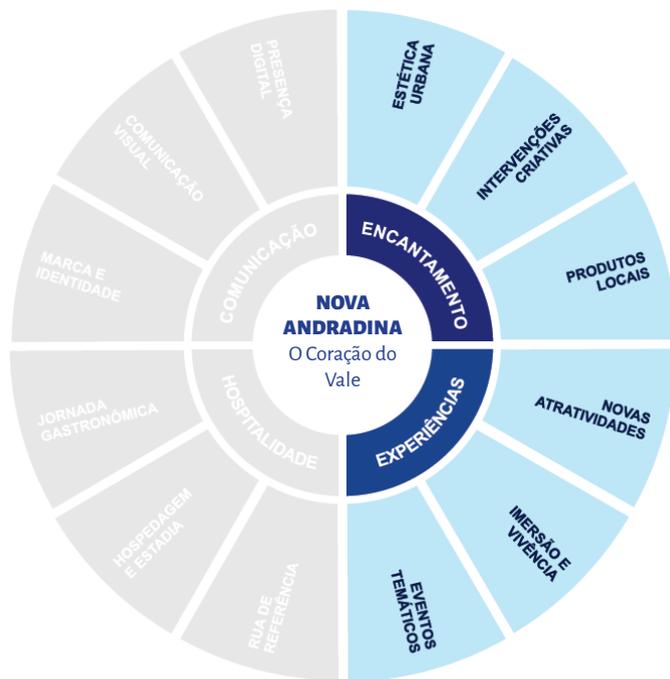
Organizar o trabalho por partes é fundamental para a compreensão e condução eficiente de projetos complexos. A partir de pesquisas de campo, consultas online, workshops com atores locais e processos criativos de projeção, propõe-se quatro eixos norteadores que sustentarão o novo posicionamento da cidade.

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

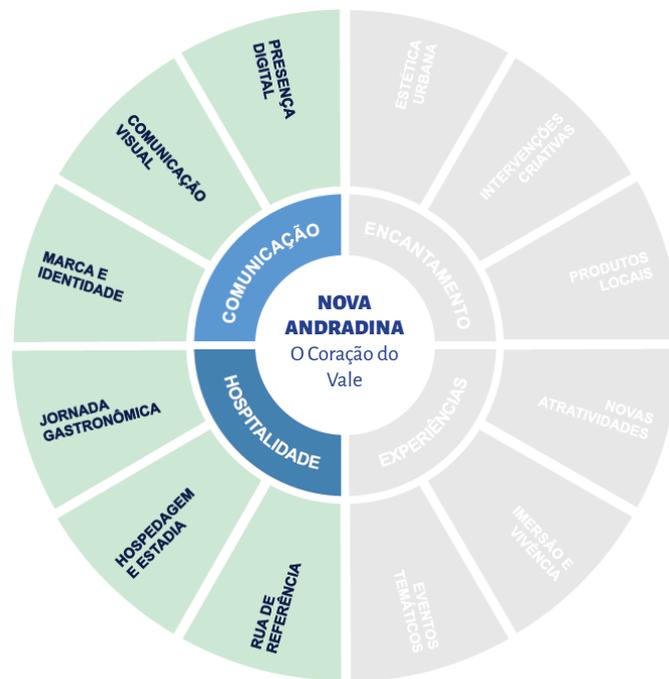


ORGANIZAÇÃO

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



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



Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Encantamento

*“Ações e intervenções para
surpreender quem chega”*



ENCANTAMENTO



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

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

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

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

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

Eixo Norteador

Encantamento

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

ESTÉTICA URBANA

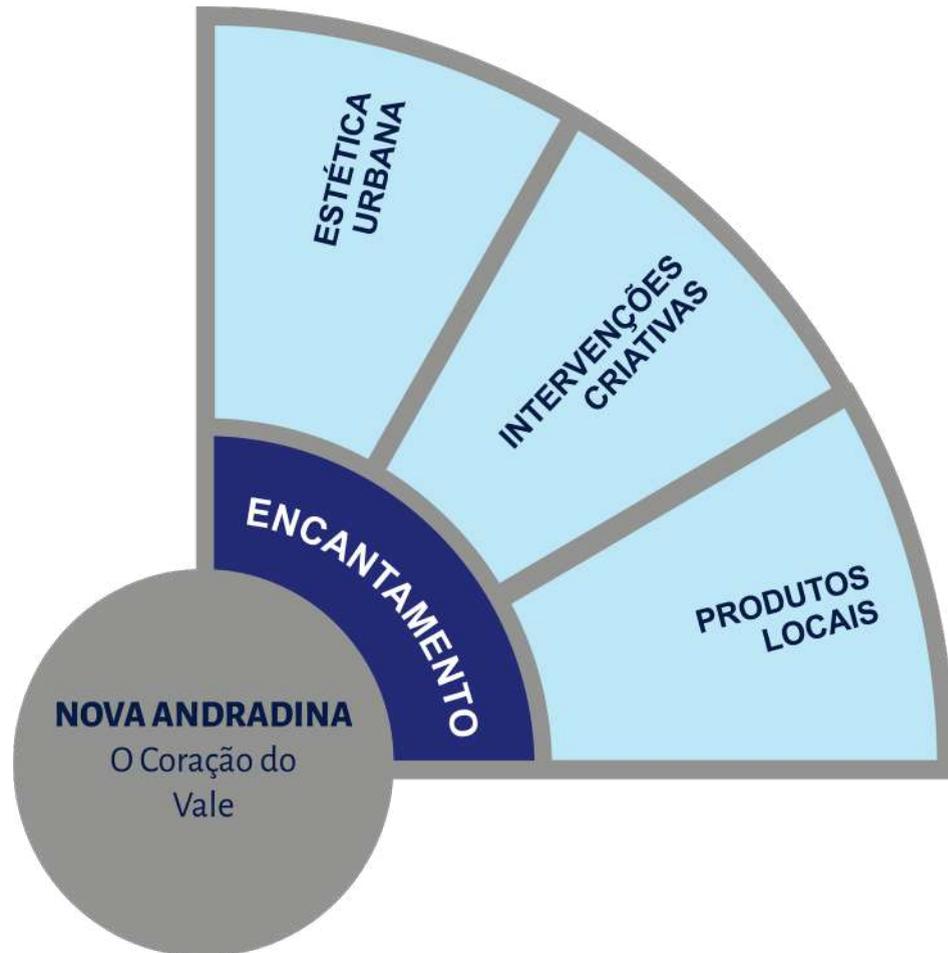
Estratégias para renovar a estética das ruas e dos espaços públicos.

INTERVENÇÕES CRIATIVAS

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

PRODUTOS LOCAIS

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





Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Experiências

“Atividades para entreter e fidelizar quem chega na cidade”

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

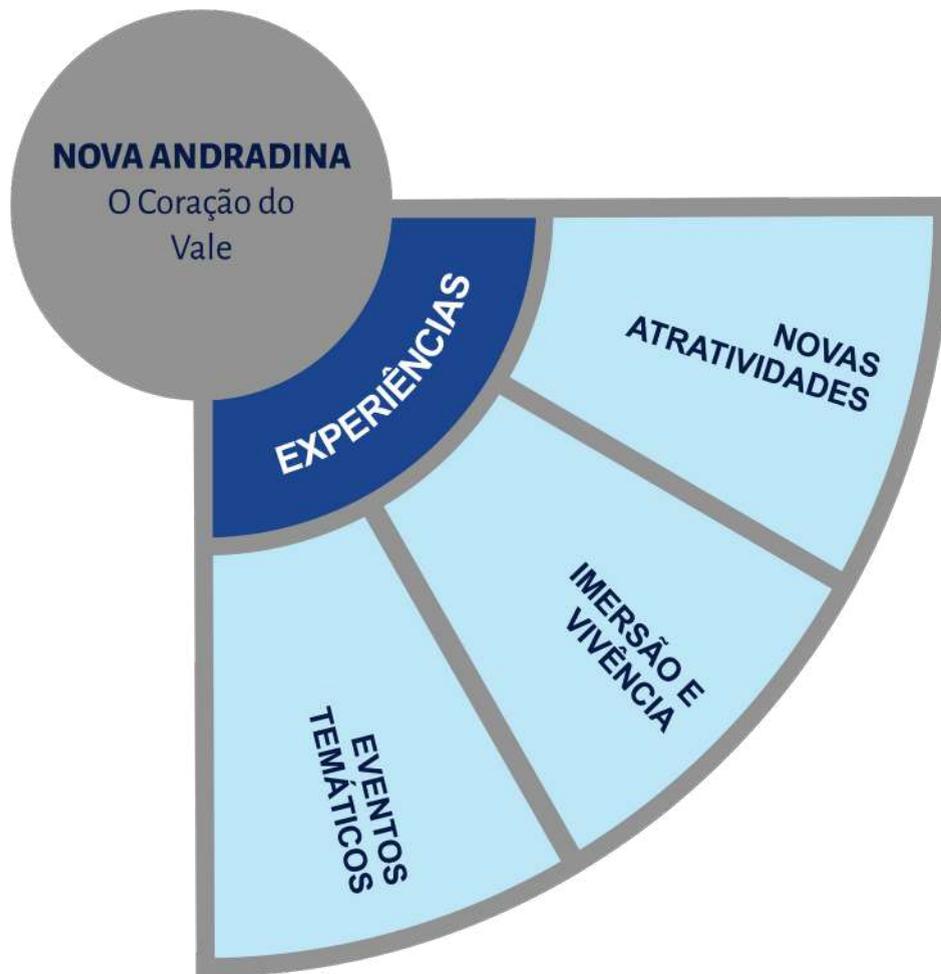
Proporcionar ao visitante uma estadia acima das expectativas é fundamental para a sua percepção positiva da cidade.

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

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

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





Eixo Norteador

Experiências

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

NOVAS ATRATIVIDADES

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

IMERSÃO E VIVÊNCIA

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

EVENTOS TEMÁTICOS

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

Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Hospitalidade

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



HOSPITALIDADE



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

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

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

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

Eixo Norteador

Hospitalidade

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

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

HOSPEDAGEM E ESTADIA

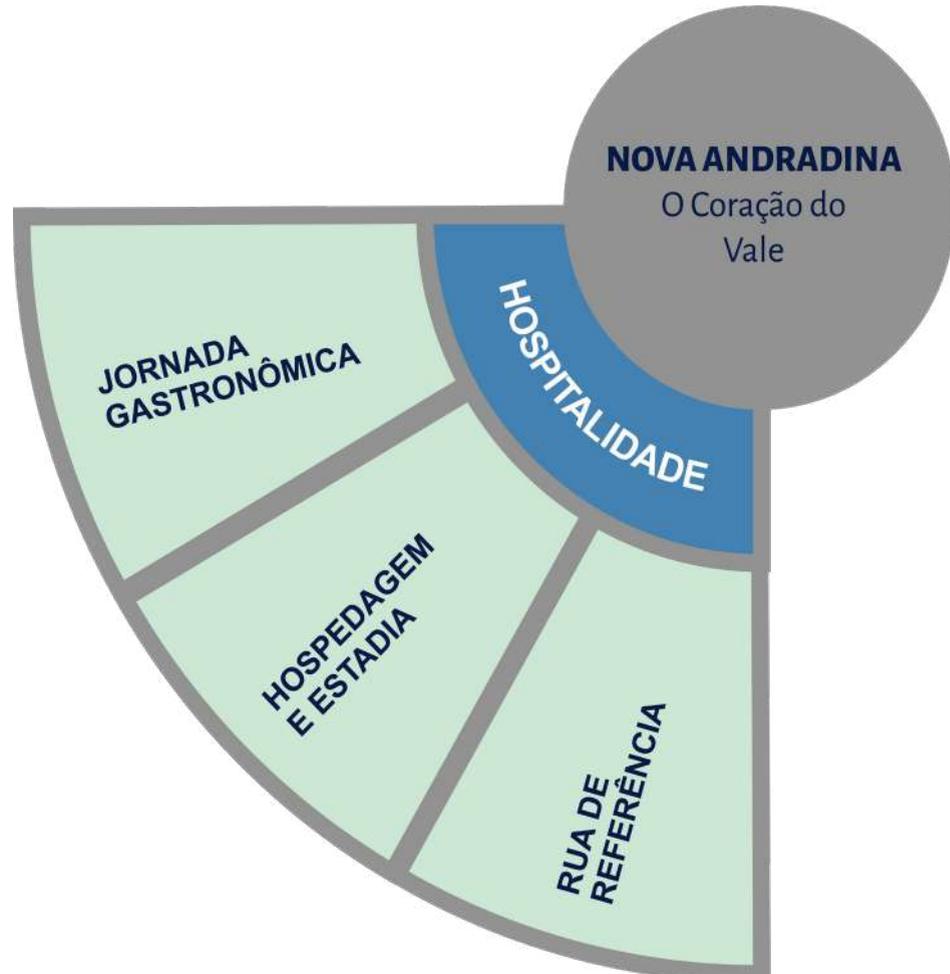
Estratégias para melhorar o que existe e inovar na oferta de acomodações para turistas.

JORNADA GASTRONÔMICA

Estratégias para despertar o interesse dos visitantes por sabores locais.

RUA DE REFERÊNCIA

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





Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Comunicação

“Estratégias para informar, promover e entregar identidade”

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

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

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

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





Eixo Norteador

Comunicação

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

MARCA E IDENTIDADE

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

COMUNICAÇÃO VISUAL

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

PRESENCIA DIGITAL

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



Projetos Estratégicos



Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

Estética Urbana

*“Estratégias para reforçar os encantos
da cidade”*

O que é?

Este projeto traz orientações sobre elementos reproduzíveis que influenciam a atmosfera do posicionamento no cenário urbano.

É importante que o visitante se sinta imerso em um ambiente diferente ao percorrer as ruas da cidade. A distinção estética presente nas paisagens urbanas não só gera um impacto visual, mas também estimula uma imersão no tema escolhido como a identidade da cidade. Elementos replicados, como calçadas, muros, paisagismo e mobiliário urbano, apresentam oportunidades valiosas para expressar e fortalecer esse conceito, gerando assim uma atmosfera singular fundamentada na cultura local. Essa abordagem estética, exclusiva no contexto regional, certamente cativará os visitantes, envolverá a comunidade local e proporcionará uma experiência enriquecedora e memorável na cidade. Nesse sentido, Nova Andradina pode explorar símbolos que evocam o posicionamento a partir de uma abordagem mais contemporânea e cosmopolita.





Como é?

Uma cidade que sorri para todos

Propõe-se a criação de murais artísticos nos muros da cidade, retratando uma vibrante temática de sorrisos. Imaginamos uma cidade sempre feliz, sorrindo calorosamente para seus visitantes. Essas pinturas transmitirão uma imagem simpática e uma alegria contagiante a todos, transformando os espaços urbanos em lugares acolhedores e positivos. Trata-se de um convite para sorrir e celebrar a beleza da vida a cada esquina.

Simpática e conectada

No núcleo do vale, a cidade se destaca como ponto focal da cultura, dos negócios e do ambiente jovem devido a presença das universidades. É como uma cidade glocal, que integra aspectos globais com locais, e que recebe bem à todos. Direcionando a mensagem estética para o termo coração, sugerimos explorá-lo em diversas áreas urbanas, como paisagismo, calçadas e iluminação. Essa abordagem tornará a cidade vibrante e repleta de uma vivência calorosa, envolvente, simpática e conectada.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A realização desse projeto é de grande importância, capaz de redesenhar a cidade com um impacto visual notável e custos relativamente baixos. Ao envolver os residentes locais, fomenta-se o senso de comunidade, fortalecendo a sensação de pertencimento e inclusão na renovação urbana. A rápida transformação da paisagem urbana por meio de murais artísticos, canteiros, calçadas e iluminação atrairá visitantes, fortalecendo os vínculos na comunidade. Este enfoque, alinhado às diretrizes propostas, valoriza a participação comunitária, resultando em uma identidade turística autêntica e atraente. Isso impulsiona o desenvolvimento da cidade, consolidando-a como a mais acolhedora do vale do Ivinhema.

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. Identificar espaços

Mapear áreas urbanas para murais artísticos, priorizando locais visíveis aos turistas.

2. Engajar a comunidade

Incentivar participação da comunidade local na produção das intervenções.

3. Definir uma curadoria de apoio

Definir um comitê de artistas para dirigir o padrão e o tom das intervenções para que estejam alinhadas ao posicionamento.

4. Viabilizar a intervenção

Planejar e administrar recursos financeiros e materiais de forma eficaz.

5. Manter e dinamizar

Garantir a manutenção contínua das obras e promover atualizações.



Ideias e Inspirações

Canteiros e jardins cheios de afeto

Propõe-se uma revitalização dos canteiros públicos, introduzindo vasos e floreiras com plantas em formatos de coração, como an-túrios, corações-emaranhados, singônios e filodendros-coração. Essas espécies, com suas formas encantadoras, criarão uma estética única nas ruas da cidade, inspirando um ambiente acolhedor e vibrante. Além disso, incentivamos os moradores a contribuir plantando essas mesmas espécies em seus jardins residenciais, promovendo uma conexão comunitária e transformando a cidade em um verdadeiro jardim de corações. Essa iniciativa visa não apenas embelezar, mas também fortalecer o orgulho e a identidade locais.

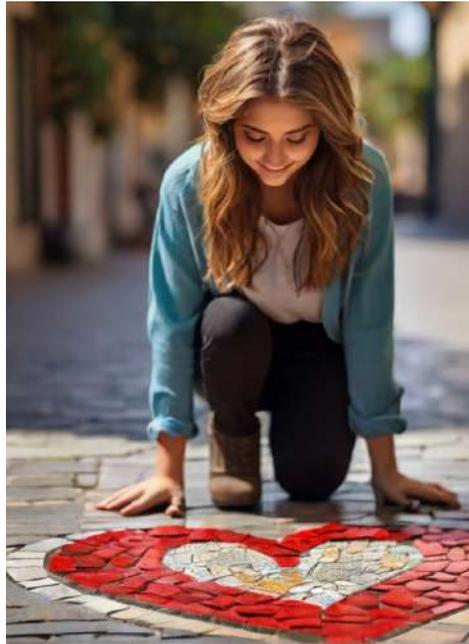
Criar parcerias com produtores rurais para o plantio e desenvolvimento destas mudas;
Facilitar o acesso e fornecimento destas plantas para a população;
Garantir a manutenção deste paisagismo, criando grupos de trabalho comunitário.

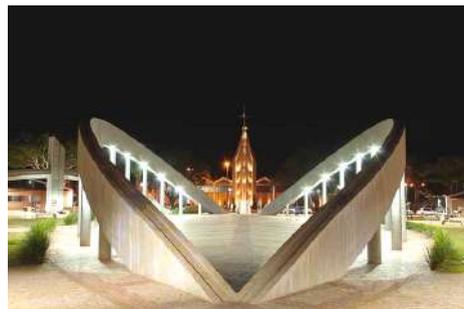
Ideias e Inspirações

Caminhos que fazem sorrir

Propõe-se a customização de trechos das calçadas com corações e frases simpáticas, pintadas ou gravadas no piso, como se a cada passo a cidade oferecesse estímulos para alegria e felicidade. Estas frases podem ser propostas por poetas e artistas locais, como uma iniciativa para enriquecer a experiência urbana. A escolha estratégica de ruas movimentadas, especialmente aquelas com comércio e grande circulação de pedestres, é crucial para atingir um amplo público que poderá apreciar essa intervenção. Alinhada ao posicionamento, essa proposta não apenas adicionará um toque visual exclusivo, mas também criará um cenário encantador para fotos.

Definir um quarteirão para iniciar a ação;
Planificar e definir previamente os layouts;
Criar com auxílio de poetas e artistas locais;
Implantar em calçadas existentes ou em futuras reformas.





Ideias e Inspirações

Luzes que pulsam

Uma forma de demonstrar simbolicamente o pulsar d'O Coração do Vale seria justamente sincronizar algumas luzes da cidade com o ritmo das batidas do coração, podendo também fazer o uso de cores que trocam ciclicamente junto com esse ritmo. É possível fazer isso em instalações existentes, como no Obelisco e no Monumento Pantanal. Um exemplo nessa linha é a instalação de Rafael Lozano-Hemmer, chamada de Pulse Topology, apresentada na 13ª Bienal do Mercosul. Na instalação, os visitantes são convidados a ter suas batidas captadas por um sensor, que simula esse ritmo por meio das luzes e sons do pulsar do coração.

Definir locais para intervenções luminosas com base nas batidas do coração e implementar esse objetivo no local;
Possibilidade de criar novas intervenções com essa temática, podendo ser inspiradas na obra de Rafael Lozano-Hemmer.

Ideias e Inspirações

Um sorriso a cada esquina

Sugere-se a criação de murais artísticos em muros ociosos da cidade, apresentando pinturas e grafites de sorrisos e pessoas felizes. Essa iniciativa visa transmitir uma sensação de euforia e alegria no cenário urbano, como se a cidade sorrisse para todos. Além de ser uma ação simples e simpática, os resultados estéticos serão incríveis, gerando muitos registros e postagens em redes sociais. Propõe-se envolver artistas locais para criar esses murais, contribuindo para a identidade vibrante e amigável de Nova Andradina, consolidando-a como a cidade mais simpática do vale.

Incentivar os moradores a cederem estes espaços para intervenções artísticas;
Criar parcerias com artistas locais;
Promover um concurso popular, por exemplo, do 'muro do sorriso mais bonito';
Registrar sorrisos de pessoas da comunidade de Nova Andradina.



Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

Intervenções Criativas

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



O que é?

Esse projeto oferece orientações para criar marcos urbanos que validam e consolidam o posicionamento

As expressões artísticas em Nova Andradina ressaltam a ideia de uma cidade constantemente alegre, repleta de pujança e calor humano, constituindo marcos distintivos que cativam os turistas. Manifestações semelhantes são observadas em várias cidades mundialmente reconhecidas pelo sucesso turístico, pois elevam o perfil da cidade além de suas fronteiras, estabelecendo-a como um destino encantador e criativo. Os símbolos explorados nessas intervenções refletem a afabilidade de Nova Andradina, incorporando elementos que representam o sorriso, o coração e a vitalidade.

Essa combinação confere uma autenticidade única, aprimorando a experiência dos visitantes com tradições locais e beleza natural. Ao fortalecer os laços com suas raízes culturais e ambientais, a cidade consolida uma identidade memorável para quem visita os espaços de Nova Andradina.



INTERVENÇÕES CRIATIVAS



Como é?

Explorando a simbologia do coração

Propõe-se criar intervenções que explorem o símbolo do coração, proporcionando ao visitante o reconhecimento imediato de que está no coração do vale. Essa associação simples e direta facilita a conexão com o posicionamento, gera sensação de pertencimento aos moradores e, ao mesmo tempo, oferece oportunidades para captura de belas imagens e divulgação nas redes sociais. Nova Andradina será uma cidade fácil de ser lembrada.

Trazendo vitalidade e alegria

Propõe-se criar intervenções explorando o símbolo do sorriso, reforçando a identidade da cidade como a “cidade sorriso”. Isso preservaria sua história, associando temas de bem-estar e felicidade, como coração e sorriso. Uma intervenção sugerindo o tema ‘energias vitais’ também se encaixaria, destacando a cidade como encantadora, capaz de recarregar a energia de todos que a visitam. Por meio destas intervenções é possível criar uma atmosfera alegre e acolhedora na cidade.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A implementação deste projeto em Nova Andradina desempenha um papel significativo em sua atratividade e reforça o objetivo de ser reconhecida como o Coração do Vale. A viabilidade pode ocorrer de maneira gradual, por meio de intervenções específicas e únicas. É fundamental que tais intervenções comuniquem claramente seus significados, representando uma oportunidade singular para solidificar o posicionamento da cidade. Identificar locais adequados, envolver a comunidade, alinhar temas, gerenciar recursos e avaliar o impacto são etapas cruciais. As intervenções devem refletir a identidade local, conectando-se à história e cultura de Nova Andradina e contribuindo para a atratividade da cidade.

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

Chegando ao coração do vale

Propõe-se a construção de uma escultura ou portal de acesso em Nova Andradina, moldado como um coração formado pelas mãos, marcando a entrada para o coração do Vale do Ivinhema. Este elemento urbano destacaria a chegada à cidade, tornando-se um ponto de interesse para turistas em busca de fotos memoráveis. A estrutura exaltaria de maneira humanizada o símbolo do coração, refletindo a simpatia e receptividade da população, proporcionando uma experiência visual única. Com este equipamento urbano, Nova Andradina se consolidaria como um destino turístico acolhedor e cheio de autenticidade.

Posicionar uma escultura artística na principal via de acesso à cidade;
Definir o local estrategicamente, que seja acessível e com fundo bonito para fotos;
Desenvolver o projeto com especialistas, mas contando com a participação popular.

Ideias e Inspirações

Uma parada de corações

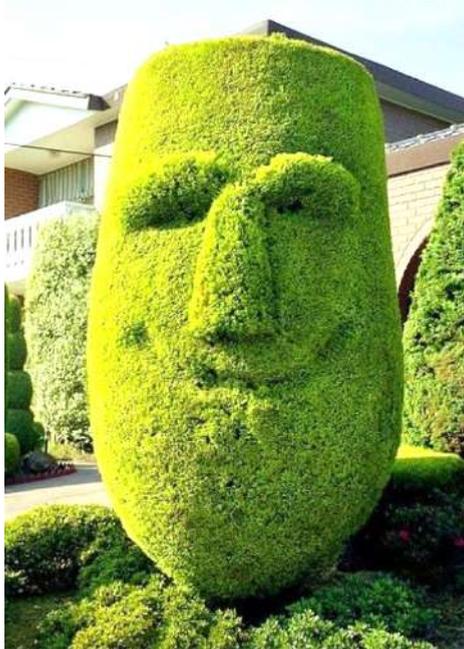
Propõe-se a instalação de esculturas padronizadas em forma de coração, cada uma customizada por artistas locais, convidados famosos ou até mesmo por grupos da comunidade local (escolas, universidade, associações etc).

Essas esculturas seriam estrategicamente distribuídas nas praças da cidade, tornando-se pontos ideais para selfies, incentivando os visitantes a compartilharem registros nas redes sociais, além de demonstrar o acolhimento característico do município. Inspirada em iniciativas como a Cow Parade em todo o mundo e a Heart Parade em San Francisco, Califórnia, essa proposta não só enriqueceria o cenário urbano, mas também promoveria a cidade como um destino interativo e memorável.

Definir os locais para a intervenção;
Sugere-se ao menos um coração em cada praça da cidade;
Estabelecer parceria para o fornecimento dos corações, que podem ser de fibra de vidro.



INTERVENÇÕES CRIATIVAS



Ideias e Inspirações

A encantadora árvore que sorri

Propõe-se a criação de uma árvore com uma poda que a faça parecer sorridente. Estrategicamente posicionada, com uma copa frondosa, tornaria-se um ponto fotogênico. Essa simples intervenção, de fácil manutenção pelos moradores, promoveria um impacto visual expressivo, atraindo visitantes para capturar fotos. Esta ideia, fácil de ser implementada localmente, certamente se tornaria um atrativo icônico, gerando visitas frequentes e divulgação espontânea nas redes sociais, reforçando a imagem positiva de Nova Andradina. A Praça Querenciano Cecílio de Lima, ou a Av. Antônio Joaquim de Moura Andrade (na altura dos comércios), são locais interessantes para essa instalação.

- Definir uma árvore com a ajuda de botânicos e paisagistas;
- Elaborar simulações para determinar a escala e forma do sorriso;
- Realizar a iniciativa com pessoas da comunidade e incentivar a sua manutenção.

Ideias e Inspirações

Conectividade e energia positiva

Propõe-se a criação de estações de recarga gratuitas pela cidade, transmitindo a mensagem de acolhimento e vitalidade, estimulando também o público jovem a ocupar os espaços públicos e praças. Essas microarquiteturas multifuncionais incluiriam pontos USB para celulares, recarga de bateria para bicicletas elétricas, água potável gelada para tereré, oferta de água para pets, borrifos refrescantes e uma estação para retirada de bicicletas compartilhadas. Esse serviço gratuito reflete a generosidade da cidade, proporcionando conveniência e energia positiva a todos os visitantes e moradores, reforçando a imagem de uma comunidade simpática e acolhedora.

Iniciar com um ponto, ampliando futuramente para outros, sempre locados em praças e parques da cidade; Contratar arquitetos para desenvolver o projeto. Sugere-se realizar um concurso nacional organizado pelo CAU-MS.



Eixo Encantamento



Projeto Estratégico

Produtos Locais

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

O que é?

Este plano fornece orientações para o desenvolvimento de novos produtos em Nova Andradina.

A criação de itens típicos desempenha um papel fundamental ao representar a cultura rica e diversificada da região, atendendo às expectativas dos visitantes ao chegarem à cidade e na Casa do Artesão. Esses produtos não apenas concretizam o posicionamento desejado, mas também se tornam uma experiência aguardada pelos visitantes. A simbologia inerente ao posicionamento oferece um vasto território criativo para a concepção de novos produtos, cujo valor autêntico estabelece uma conexão imediata e significativa com os visitantes. Esses artigos autênticos, carregados de significado cultural, servem como lembranças especiais ou presentes típicos que refletem também a identidade genuína da cidade. A participação ativa da comunidade na criação desses itens é crucial, garantindo a autenticidade e o caráter local desses produtos verdadeiramente representativos.



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 e Souvenirs

Pequenos artefatos que destacam a identidade local.

Artesanato e decoração

Obras de artesãos locais feitas com materiais da região.

Camisetas e acessórios

Vestuário com estampas de ícones da região.

Alimentos e bebidas

Produtos gastronômicos típicos da região.

Brinquedos e jogos

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

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

Quem deve se envolver?

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

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Mapeamento de materiais e produtos

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

2. Mapeamento de artesãos e designers

Mapear profissionais para a criação e produção de artefatos diferenciados.

3. Capacitação da mão de obra local

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

4. Busca de referências no mercado

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

5. Criação de portfólio de novos produtos

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



Ideias e Inspirações

A plantinha de Nova Andradina

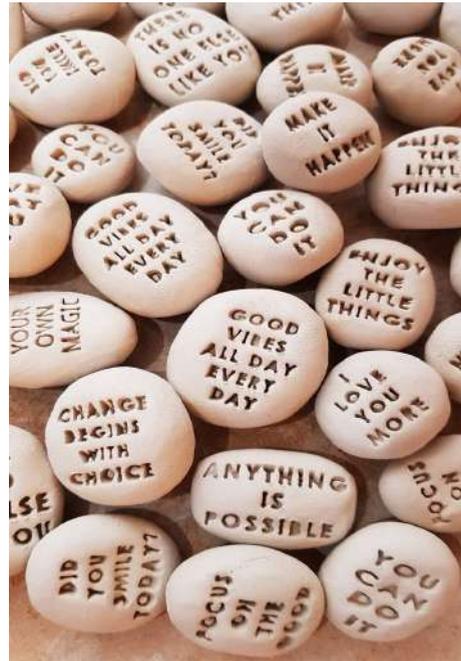
Propõe-se adotar a Suculenta Coração (Hoya Kerrii) como a planta oficial de Nova Andradina. Com seu formato perfeito de coração verde, ela seria comercializada em vasilhos, tornando-se uma lembrança distintiva da cidade. Além disso, essa suculenta poderia ser uma marca registrada do acolhimento e atendimento cordial da comunidade, sendo colocada em mesas de restaurantes, lojas e outros estabelecimentos. Essa iniciativa não apenas enriqueceria o ambiente com um toque simbólico, mas também se tornaria um símbolo tangível da hospitalidade característica de Nova Andradina.

Criar parcerias com produtores rurais para o plantio e desenvolvimento destas mudas;
Facilitar o acesso e fornecimento destas plantas para a população;
Incentivar a aquisição da suculenta como presente símbolo da cidade.

Ideias e Inspirações

Positividade para levar no bolso

Sugere-se a criação de artesanato simples, como pedras brancas gravadas com palavras positivas, refletindo a simplicidade e autenticidade do povo de Nova Andradina. Esses pequenos mimos, carregando mensagens cordiais e simpáticas, seriam lembranças duradouras do passeio pela cidade. Inspirada em práticas adotadas por várias lugares ao redor do mundo, essa ideia incentiva os próprios locais a elaborarem, criarem e produzirem esses souvenirs, garantindo uma autenticidade genuína de Nova Andradina e proporcionando aos visitantes uma recordação única e afetiva.



Criar parceria com designers para definir tipografia e elaborar padrões;
Desenvolver a comunidade local para produzir souvenirs artesanalmente;
Desdobrar esta ideia também para peças de cerâmica, chaveiros e ímãs de geladeira.



Ideias e Inspirações

Conquistando pela boca

Propõe-se a produção de pratos e iguarias culinárias com formatos de coração para surpreender os visitantes, gerando uma irresistível motivação para postagens e divulgação espontânea nas redes sociais. Essa abordagem criativa visa conquistar o turista pela boca e pelos olhos, desdobrando-se em pizzas, cafés, doces, sushis e sanduíches, entre outros. Um exemplo prático disso seria ter a famosa “pizza frita” de Nova Andradina em formato de coração, podendo ter o recheio de coração de galinha (ou outro sabor, como chocolate e morangos), com o nome “O Coração do Vale”.

Desenvolver a ideia com comerciantes e produtores locais;

Ter a pizza frita em formato e recheio de coração, fazendo menção ao slogan;

Incentivar a aderência a este projeto, sugerindo que todos os estabelecimentos tenham pelo menos um prato em formato de coração.

Ideias e Inspirações

Miniaturas colecionáveis

Propõe-se a criação de miniaturas representando ícones de Nova Andradina, como monumentos (o Obelisco, Monumento Brasil...), igrejas, edifícios, fachadas, corações, sorrisos e ciclistas, refletindo os elementos distintivos da cidade. Essas miniaturas seriam souvenirs cativantes, comuns em cidades turísticas ao redor do mundo, como chaveiros, ímãs de geladeira, esculturas, etc, que apoiariam a difusão dos elementos próprios de Nova Andradina. Esses produtos poderiam ser desenvolvidos junto aos artesãos locais, e serem comercializados em algum ponto das praças do município (como a Praça Brasil), ou por comércios interessados ao longo da Av. Antônio Joaquim de Moura Andrade.

Elencar pelo menos 10 ícones que serão símbolo da cidade;
Desenvolver parceria com designers para criação destes itens, para que sejam únicos;
Produzir localmente.





Eixo Experiências

Projeto Estratégico

Novas Atratividades

“Atrações para todas as idades, gostos e expectativas”

O que é?

Este plano fornece orientações para desenvolver recursos inovadores, proporcionando uma experiência turística única e envolvente.

Além de garantir uma estadia agradável e opções gastronômicas de alta qualidade, a cidade deve criar atividades turísticas envolventes que atraiam novos públicos e fortaleçam sua posição no cenário turístico. Os visitantes de Nova Andradina buscam experiências distintas do comum, e a cidade tem o potencial de oferecer vivências memoráveis aproveitando sua natureza e orla, sua ligação com a saúde, negócios, entretenimento e mobilidade. Iniciativas como um hub de negócios, circuitos naturais, melhoria da orla, estabelecimento de um cinema e academias públicas, assim como a criação de uma ciclovia incentivando a mobilidade por meio desse modal e estabelecendo uma rota de passeio, enriquecem a jornada do turista. Isso diversifica as atividades e torna a estadia mais atrativa, sendo também divulgada como um lugar excelente para se viver.



NOVAS ATRATIVIDADES



Como é?

Qualificando as praças

Nova Andradina deve aproveitar seu rico patrimônio urbanístico, repleto de belas praças, e trazer novos usos a esses espaços. Ao implementar funções adicionais, esses locais serão revitalizados, transformando-se em pontos de interesse amplamente procurados, tanto por turistas quanto por moradores locais.

Trabalhando o potencial de fazer negócios, lazer e mobilidade

Nova Andradina necessita de um local referência para negócios. Além disso, revela grande potencial na utilização das margens dos rios como balneários, proporcionando espaços de lazer e entretenimento. Sua topografia plana oferece uma excelente oportunidade para a promoção da bicicleta como modalidade oficial da cidade, com a implementação de belas ciclovias, promovendo a mobilidade sustentável e proporcionando uma experiência agradável aos moradores e visitantes e também possibilitando a vinda de competições esportivas dessa modalidade.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A cidade de Nova Andradina precisa ampliar o conjunto de atratividades turísticas que possui hoje. Isso é importante para aumentar o números 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 Nova Andradina deseja atrair?

2. Planejar um portfólio de atrações

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

3. Atrair novos empreendimentos

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

4. Qualificar as atrações existentes

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

5. Implementar atração de grande impacto

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



Ideias e Inspirações

Impulsionando negócios

Propõe-se a criação de um open mall temático, que é um conceito que integra espaços comerciais, gastronomia e lazer, assemelhando-se a um shopping center ao ar livre. Este espaço multifuncional serviria como hub de negócios, oferecendo áreas de coworking, trabalho remoto e salas de reunião compartilhadas para produtores, comerciantes e turistas de negócios. Além disso, funcionaria como centro de informações, proporcionando aos visitantes insights sobre oportunidades de turismo e contatos com produtores locais. O local ideal para essa proposta poderia ser próximo ao Hotel B&S, ou na Av. Antônio Joaquim de Moura Andrade.

- Definir o local, de preferência acessível e próximo do centro da cidade;
- Incentivar a participação da comunidade, como empresários e jovens empreendedores da cidade e região;
- Divulgar na região e externamente.

Ideias e Inspirações

Muito lazer nas margens do rio

Propõe-se elevar o padrão da orla do Rio Ivinhema, transformando-a em um parque de lazer e beleza natural para ser apreciado pelos moradores locais e turistas que visitam Nova Andradina. A concepção abrange a melhoria do Parque Estadual considerando a integração de uma infraestrutura de apoio completa, incluindo bares, restaurantes, sanitários, vestiários, quiosques e estacionamento. Essas aprimorações visam criar um ambiente mais qualificado, garantindo que este local se transforme em um ponto de encontro aconchegante, onde todos possam desfrutar das maravilhas naturais e das comodidades oferecidas tomando os devidos cuidados com relação à preservação ambiental. A Reserva Picada Verão, em Sapiiranga, RS, serve como uma inspiração para uma atração semelhante.

Definir a área da intervenção;
Projetar o serviço e os ambientes dos espaços de lazer, das áreas comuns e de apoio;
Viabilizar com a iniciativa privada.





Ideias e Inspirações

Cinema na praça

Sugere-se a implementação de um cinema ao ar livre em Nova Andradina, uma iniciativa que não apenas introduziria uma novidade na região, mas também atenderia a uma demanda da comunidade. Cinemas a céu aberto são comuns em todo o mundo, inclusive no Brasil, e podem ser realizados nas praças locais sem necessidade de infraestrutura complexa. As pessoas podem trazer suas cadeiras, reunindo-se à tarde para apreciar filmes ou espetáculos. Essa proposta, podendo ser itinerante, proporcionaria uma experiência única e dinâmica, incentivando a comunidade a se envolver. Food parks e food trucks devem complementar o evento.

Definir o local da instalação do cinema;
Facilitar e incentivar o comércio de comida e bebida no entorno, para qualificar o serviço e tornar a experiência completa;
Divulgar na região e externamente.

Ideias e Inspirações

A ciclovia mais alegre do MS

Sugere-se a criação (ou customização) de uma ciclovia super colorida que percorra as principais ruas de Nova Andradina, aproveitando sua topografia plana e a já consolidada cultura do uso da bicicleta na cidade. A proposta inclui a reestruturação da infraestrutura urbana das vias existentes para incorporar uma ciclovia segura e adequada. Essa iniciativa não apenas aprimorará a dinâmica da cidade, impulsionando o comércio com mais pessoas circulando, mas também proporcionará uma autêntica opção de lazer para os turistas, seguindo exemplos de cidades como Amsterdam, na Holanda, e Copenhagen, na Dinamarca, que utilizam a bicicleta como elemento turístico.

Definir as vias impactadas pela ciclovia e planejar sua implantação gradual;
Trazer comerciantes impactados para contribuir, explicando as vantagens que esta mudança oferece;
Criar um concurso de ideias para esta intervenção, com o apoio do CAU/MS.



Eixo Experiências

Projeto Estratégico

Imersão e Vivência

*“Experiências autênticas e descobertas
memoráveis”*



O que é?

Este projeto propõe a concepção de atividades centradas no protagonismo do turista.

Este projeto visa criar experiências turísticas centradas no visitante, destacando as potencialidades e os elementos distintivos de Nova Andradina. Reconhecida por sua importância no Vale do Ivinhema, sua abordagem direcionada à saúde a torna um polo regional, com destaque para o Hospital do Amor e a presença constante de bicicletas nas ruas e avenidas.

Propõe-se atividades que proporcionem interações autênticas, permitindo aos turistas vivenciar autenticamente as práticas, saberes e costumes locais. Ao participarem ativamente de imersões e oficinas, os visitantes estabelecem conexões duradouras com o modo de vida, com a história e com as tradições desta comunidade singular. Além de retornarem para seus lares com momentos memoráveis vividos, os visitantes também levam conhecimento e descobertas adquiridas em Nova Andradina.



IMERSÃO E VIVÊNCIA



Como é?

Vivendo a cidade

Em Nova Andradina, oferecemos uma imersão autêntica na cidade por meio de atividades urbanas. Passeios temáticos de bicicleta, guiados por especialistas locais, revelam a história, personagens e curiosidades. As praças se tornam locais de encontro, proporcionando uma experiência ao ar livre com práticas de ioga e massagem, promovendo um estilo de vida saudável. Turistas são convidados a vivenciar Nova Andradina de forma única.

Aproveitando o interior

Nova Andradina convida os visitantes a explorar não apenas a cidade, mas também sua encantadora área rural. Hospedar-se em propriedades rurais e hotéis fazenda é uma boa oportunidade para vivenciar um turismo rural autêntico. Além disso, o visitante pode aventurar-se em um passeio de balão para apreciar a deslumbrante paisagem do Vale do Ivinhema. Trata-se de uma experiência única, que proporciona a emoção de voar em balões em meio a beleza colorida dos céus.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

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

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

Quem deve se envolver?

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

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Mapear locais para imersões culturais

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

2. Estruturar atividades turísticas

Propor atividades autênticas ligadas ao turismo urbano e experiências ativas.

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

Curtindo o vale de balão

Propõe-se a implementação de passeios de balão como um serviço recorrente em Nova Andradina, proporcionando vistas espetaculares do Vale do Ivinhema. Ao alçar voo, os turistas contemplarão paisagens deslumbrantes, envolvendo-se numa experiência única e memorável. Esta atividade, além de oferecer uma perspectiva exclusiva da região, atrairá amantes de aventuras e entusiastas por paisagens panorâmicas. Com uma programação regular, os passeios de balão se tornarão uma atração emblemática, ampliando o leque de opções turísticas na cidade. Municípios como Torres, Bento Gonçalves e Cambará do Sul, no RS, e Praia Grande, SC, são reconhecidos por este tipo de atrativo.

Identificar empresas especializadas para implementar este serviço na região.
Criar infraestrutura necessária para a base de saída do passeio, com serviços e facilidades ao turista.

Ideias e Inspirações

Experimentando a vida no campo

Sugere-se a elaboração de itinerários turísticos nas propriedades rurais de Nova Andradina. Além da estadia, esses passeios proporcionarão aos visitantes a vivência na lida do campo e colheita de hortifrutigranjeiros, permitindo-lhes levar para casa os produtos colhidos, aprender a fazer pães artesanais, entre outros.

É importante contemplar o público infantil, que geralmente é o foco deste tipo de atividade. Essa imersão na cultura rural proporciona uma experiência genuína, promovendo contato direto com as tradições e costumes locais. A Fazenda Quinta da Estância, em Vião RS, é uma boa referência nesse tema.

Mapear propriedades e interessados na promoção de experiências;
Capacitar e qualificar a hospitalidade, atendimento e serviço dos locais;
Elaborar um mix de experiências a oferecer para o público infantil.





Ideias e Inspirações

Bici tur pela cidade

Propõe-se a criação de um itinerário de City Tour de bicicleta por Nova Andradina, proporcionando uma experiência edutainment, onde o conhecimento sobre a cidade é compartilhado de maneira divertida. Este roteiro, além de explorar as ruas e ciclovias, ajuda a manter a história viva e a preservar a identidade local. Incentivar a participação da comunidade na concepção desses programas fortalece os laços comunitários, promovendo o sentimento de pertencimento. Firmar parceria com empresas de bike compartilhada é uma forma de viabilizar o acesso ao equipamento. O sucesso do Rio by Bike, no Rio de Janeiro RJ, destaca a eficácia dessa prática inovadora.

Estabelecer um roteiro pronto a percorrer;
Criar pontos de parada onde o visitante possa descansar e consumir algo local;
Auxiliar e incentivar comerciantes a ser parceiros deste projeto.

Ideias e Inspirações

Recarregando energias na praça

Propõe-se a transformação das praças urbanas de Nova Andradina em espaços multifuncionais, oferecendo atividades físicas e momentos de relaxamento. Incentivar práticas como yoga, tai chi chuan e outras modalidades ao ar livre cria ambientes propícios para a saúde e o bem-estar. Além disso, a instalação de estações de massagem rápida e shiatsu proporcionaria momentos de alívio e tranquilidade, promovendo a saúde e o equilíbrio emocional dos frequentadores, tornando as praças não apenas áreas de lazer, mas verdadeiros oásis de bem-estar. Os instrutores devem ser locais.

Modalidades sugeridas: Massagem, treino funcional em grupo, aulas de alongamento e flexibilidade, aeróbica ao ar livre, treino cardiovascular em grupo, aulas de pilates e yoga em grupo e treinamento funcional para idosos.





Eixo Experiências

Projeto Estratégico

Eventos Temáticos

*“Um calendário repleto de
muito entretenimento”*

O que é?

Este projeto traz recomendações para a criação de novos eventos que mantenha o ecossistema turístico em movimento

Os eventos tradicionais, como a Romaria do Imaculado Coração de Maria e a ultramaratona Pata da Onça, devem ser aprimorados para se alinharem ao novo posicionamento. No entanto, é crucial identificar oportunidades inexploradas para atrair diversos públicos e manter um interesse contínuo. A estratégia visa coordenar eventos sazonais e atemporais, evitando a dispersão da audiência.

O projeto busca estabelecer um calendário regular de eventos, recomendando atividades nos primeiros finais de semana de cada mês, ajustando a oferta conforme a demanda. Explorar o Santuário Imaculado Coração de Maria, o romântico Dia dos Namorados, as bicicletas e o estilo de vida saudável são oportunidades que enriquecerão a experiência turística em Nova Andradina e consolidarão um público cativo para os eventos realizados na cidade.



EVENTOS TEMÁTICOS



Como é?

Valorizando o que já funciona

Valorizar a romaria do Santuário Imaculado Coração de Maria é estratégico, atraindo um considerável número de fiéis à cidade. Além do aspecto religioso, o evento possui uma relação conceitual relevante com o posicionamento da cidade como “Coração do Vale”. Aprimorar essa romaria é uma oportunidade única de aprimorar não apenas o evento religioso, mas também fortalecer a identidade e conexão emocional dos visitantes com Nova Andradina.

Explorando novas frentes

Propõe-se impulsionar Nova Andradina com três novos eventos. Transformar o Dia dos Namorados em uma grande celebração na cidade, explorar o título de “Cidade Sorriso” com um evento de comédia e promover uma atividade ciclística inclusiva, atraindo tanto amantes de passeios quanto ciclistas amadores. Essas iniciativas diversificam as opções, enriquecendo a experiência turística e destacando características únicas da cidade.

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.



Ideias e Inspirações

A semana do Imaculado Coração de Maria

Grandes eventos atraem multidões por várias razões, envolvendo públicos regionais e internacionais, recebendo ampla cobertura da mídia e atraem investimentos. Nesse contexto, propõe-se que Nova Andradina estabeleça um evento anual de grande magnitude, alinhado ao seu posicionamento. Sugerimos a criação da Semana do Imaculado Coração de Maria, incorporando elementos distintivos para destacar essa celebração entre outras já existentes. A atual romaria deve ser ampliada e qualificada, transformando-se em uma semana de eventos e festividades na cidade, trazendo movimento e criando oportunidades para o comércio local, além de fortalecer o vínculo com a comunidade e promover o turismo.

Revisar o evento existente e propor novidades para todos os públicos de turista;
Criar atividades diárias, como almoço comunitário, caminhadas com velas, encenações, shows, desfiles e vigília.

Ideias e Inspirações

Um festival contagiante

Propõe-se a realização do Festival do Sorriso em Nova Andradina, um evento de 3 a 5 dias repleto de shows de comediantes e artistas de humor e stand-up comedy. Transformar a cidade em um destino alegre, atraindo visitantes para uma celebração que promova o riso e a diversão é um programa único na região. Este festival destaca a atmosfera descontraída da cidade, reforçando seu título de “Cidade Sorriso” e proporcionando a todos uma experiência memorável e leve. Afinal, rir é uma expressão universal de felicidade e, todos sabem, um dos melhores remédios. O Festival do Riso é um dos maiores eventos de humor do Brasil e uma boa referência.

Escolher comediantes garantindo diversidade de estilos para agradar a todos;
Usar estratégias de marketing para gerar antecipação e envolvimento da comunidade local;
Proporcionar ambientes acolhedores e bem organizados para os shows.



EVENTOS TEMÁTICOS



Ideias e Inspirações

Um desfile sobre duas rodas

Propõe-se a realização de um vibrante desfile na rua principal de Nova Andradina, onde moradores, visitantes e ciclistas locais exibem suas bicicletas decoradas, bicicletas antigas, tandem e triciclos, trazendo cor e alegria às ruas. Além de celebrar o estilo de vida saudável e sustentável promovido pela bicicleta, o evento pode direcionar fundos para hospitais regionais (como o Hospital do Amor), incentivando a prática de atividade física. A iniciativa fortalece a comunidade, promove o turismo e destaca a cidade como defensora da saúde, bem-estar e solidariedade. O evento Movimenta Bike de Natal, em Joiville, SC, é uma referência interessante.

- Divulgar e incentivar a participação de todos;
- Oferecer oficinas de alegorias para customização das bicicletas;
- Definir o trajeto e promover premiações aos participantes.

Ideias e Inspirações

O destino dos namorados do vale

Propõe-se transformar Nova Andradina no destino romântico do Vale, aproveitando sua identidade como o “Coração do Vale”. Instituir o Dia dos Namorados como um grandioso evento anual é estratégico, considerando sua relevância global para o comércio. A cidade, associada ao coração, poderia envolver-se em uma atmosfera amorosa, promovendo a visitação de casais do Vale e arredores. Ações como decorações temáticas, selfie points, jantares especiais, distribuição de balões e flores reforçariam a imagem da cidade como o destino perfeito para celebrações românticas.

Incentivar a decoração temática, com corações e iluminação especial nas ruas;
Organizar shows para proporcionar experiências românticas e diversificadas;
Estabelecer parcerias com restaurantes, lojas e serviços locais para oferecer promoções especiais, incentivando o comércio.





Projetos Complementares

Eixo Hospitalidade

Projeto Complementar

Rua de Referência

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



RUA DE REFERÊNCIA



O que é?

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

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

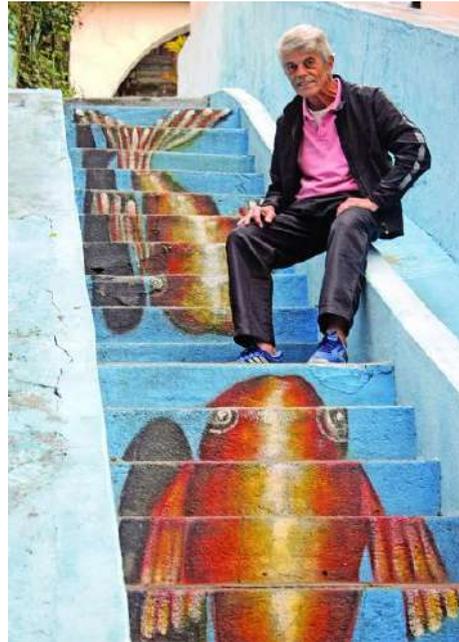
Como é?

Cheia de vitalidade e produtos locais

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

Um cenário atraente e inesquecível

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



CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Delimitar o trecho de ação

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

2. Engajar a comunidade

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

3. Projetar com os melhores

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

4. Mapear e articular o mix

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

5. Fomentar a cultura local

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

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

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

Quem deve se envolver?

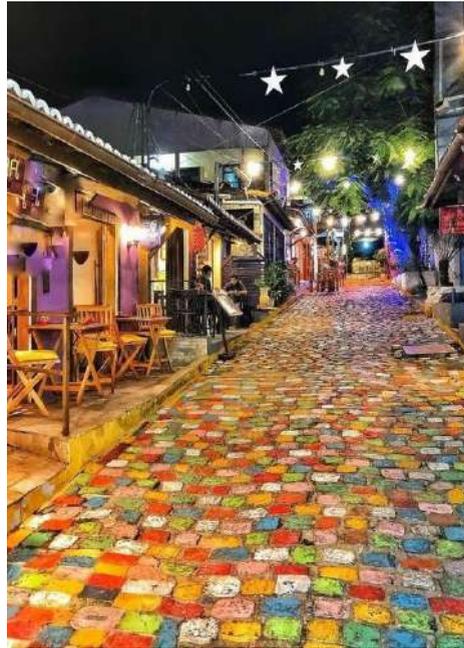
Poder público, empreendedores e pequenos negócios locais, além de associações comunitárias, dos moradores desta rua e integrantes do trade turístico local.

Ideias e Inspirações

Tem que ser uma rua bonita de se ver

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

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





Ideias e Inspirações

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

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

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

Ideias e Inspirações

Atenção ao público jovem e infantil

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

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



RUA DE REFERÊNCIA



Ideias e Inspirações

A rua que é um destino por si só

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

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

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

Eixo Hospitalidade

Projeto Complementar

Hospedagem e Estadia

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





O que é?

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

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

Como é?

Qualificando o que já existe

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

Criando novas opções

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



CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Mapear e tematizar

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

2. Diversificação e acesso

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

3. Profissionais criativos

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

4. Padrão e reputação

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

5. Divulgação eficiente

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

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

Quem deve se envolver?

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

Ideias e Inspirações

Pousadas temáticas, que podem estar alinhadas às diretrizes do posicionamento

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

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





Ideias e Inspirações

Microcasas e refúgios na natureza

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

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

Ideias e Inspirações

Glamour + Camping = Glamping

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

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





Ideias e Inspirações

Veículos adaptados

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

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

Eixo Hospitalidade

Projeto Complementar

Jornada Gastronômica

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





O que é?

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

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

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

Como é?

Qualificando a oferta existente

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

Destacando a autenticidade local

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

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



CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. *Diversificar a oferta*

Desenvolver ofertas gastronômicas variadas, alinhadas ao contexto local.

2. *Construir histórias*

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

3. *Capacitar pessoal*

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

4. *Promover produtos locais*

Estabelecer redes de produtores e promover certificações de sabores regionais.

5. *Aproximar para conectar*

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

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

Quem deve se envolver?

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

Ideias e Inspirações

Mais experiências autênticas

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

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





Ideias e Inspirações

Terroir: O melhor da região

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

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

Ideias e Inspirações

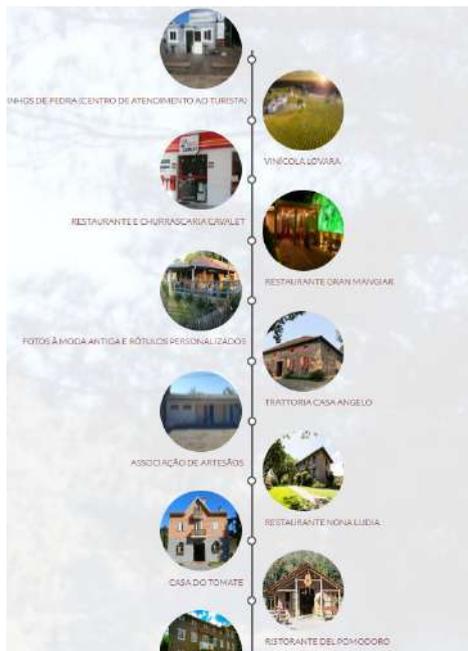
Bares e restaurantes temáticos

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

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



JORNADA GASTRONÔMICA



Ideias e Inspirações

Tem que ter rotas gastronômicas

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

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

Eixo Comunicação

Projeto Complementar

Marca e Identidade

*“Criando uma identidade que reforce
os diferenciais”*





O que é?

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

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

Como é?

Deve ser coerente e consistente

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

Destacando a autenticidade local

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



CREMIA PRINCIPAL

O espaço é privilegiado por sua complexa e marca. Ela foi escolhida devido ao alto nível de qualidade e também devido ao fato de estar localizada no Centro Histórico, cercada por edifícios de alto padrão. O monumento oferece um ponto de vista único, com uma forma e um espaço de água. Os monumentos criados por ele são únicos, porém de alguma forma o azul está sempre presente. A criação, portanto, também é única, quando nos movemos em um. Por isso, a Catedral possui uma visão que reflete e ressoa a cor azul do céu e do Congresso Nacional para o seu design e espaço de água. Seguindo o mesmo princípio, temos também o Projeto Espaço Monumental, criado por João Pimenta Lopes, o Lúcio, que se destaca por suas curvas, para cor branca e pela relação com o azul do Lago Paranoá. Desde então, a identidade visual que não poderia ser melhor para simbolizar o que representa Brasília e tudo o que ela engloba.



10 - MANEJO VISUAL - 10/2020

ÁREA DE PROTEÇÃO

A fim de preservar a visibilidade da marca, foi criada uma área de proteção visual. Tudo aquilo que esteja dentro do aproximadamente 50% do espaço da marca, sendo assim, qualquer elemento gráfico deve respeitar o espaço delimitado para não que prejudique a marca, como no exemplo abaixo.



11 - MANEJO VISUAL - 10/2020

FUNDOS FOTOGRÁFICOS

Podem permitir também aplicações em fundos fotográficos, desde que sejam mantidas a visualização e o comprimento da marca. O idealmente sempre em imagens coloridas. A marca deve ser aplicada assim em:

• Área de cor homogênea da imagem;

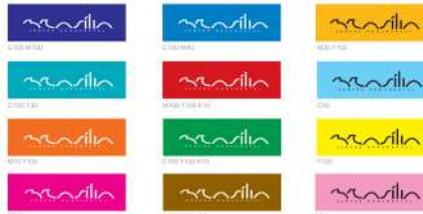
• Área de imagem fotográfica com um referencial ao princípio e valores da marca Brasília.



12 - MANEJO VISUAL - 10/2020

FUNDOS COLORIDOS

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



13 - MANEJO VISUAL - 10/2020

CAMISETA



CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Definir a marca

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

2. Criar o manual de identidade visual

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

3. Estabelecer normas de aplicação

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

4. Promover o lançamento

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

5. Facilitar o acesso e uso

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

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

Quem deve se envolver?

Poder público e empresas de design especializadas em comunicação visual.

Ideias e Inspirações

Cuidado e atenção aos detalhes

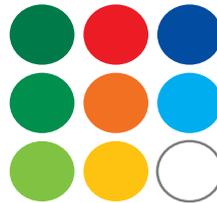
Na prática, a expressão da marca se concretiza por meio de quatro elementos gráficos essenciais que, quando coordenados, estabelecem uma identidade visual que unifica toda a comunicação.

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

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



Sensacional!



JIGSAW MEDIUM

Jigsaw Regular Italic





Ideias e Inspirações

Conte com designers e valide com a população para gerar engajamento

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

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

Ideias e Inspirações

Uma marca repleta de significados

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

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

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





Ideias e Inspirações

Conte com designers e valide com a população para gerar engajamento

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

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

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

A marca de Nova Andradina

Evidenciando o que a cidade tem de melhor

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

Nela está evidenciada o traçado urbano da cidade com as diversas edificações que possuem uma arquitetura contemporânea e os diversos monumentos e praças que compõe a paisagem urbana de Nova Andradina. Além disso a bicicleta também é ressaltada, sendo utilizada como meio de transporte e também como esporte e atividade de lazer.

O coração traz as cores da bandeira do município e comunica de forma simbólica a vocação do município em ser o ponto central do Vale do Ivinhema. A proposta pode ser aplicada de diferentes maneiras em produtos e souvenirs vendidos na cidade, além de elementos de comunicação visual como placas e outdoors, adesivagem de carros particulares e uso em capas de cadernos e agendas. Também deve ser utilizada nos meios digitais, como em redes sociais, plataformas de vídeo e aplicativos.



**NOVA
ANDRADINA**
O CORAÇÃO DO VALE



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 Nova Andradina.





Ideias e Inspirações

Materiais promocionais e informativos

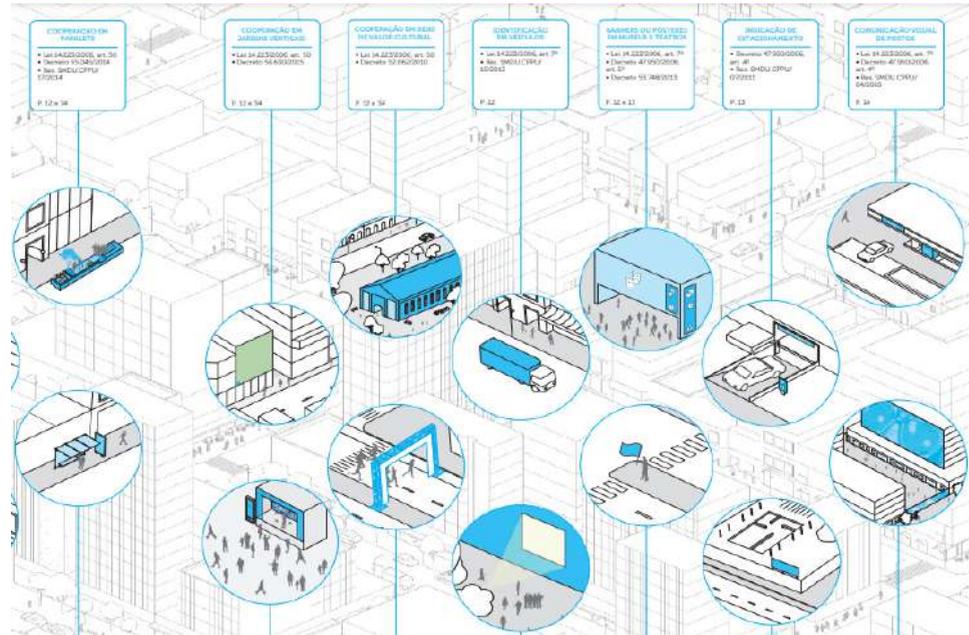
É fundamental criar materiais de apoio turístico, como mapas, folhetos e adesivos, integrando-os aos serviços cotidianos, como nas capas de cadernos escolares e na papelaria oficial da prefeitura. Essa inclusão da identidade visual em agendas e comunicados reforça a marca da cidade e, também, mantém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

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

Ideias e Inspirações

Fachadas organizadas e reguladas por lei para evitar a poluição visual

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



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



Eixo Comunicação

Projeto Complementar

Presença Digital

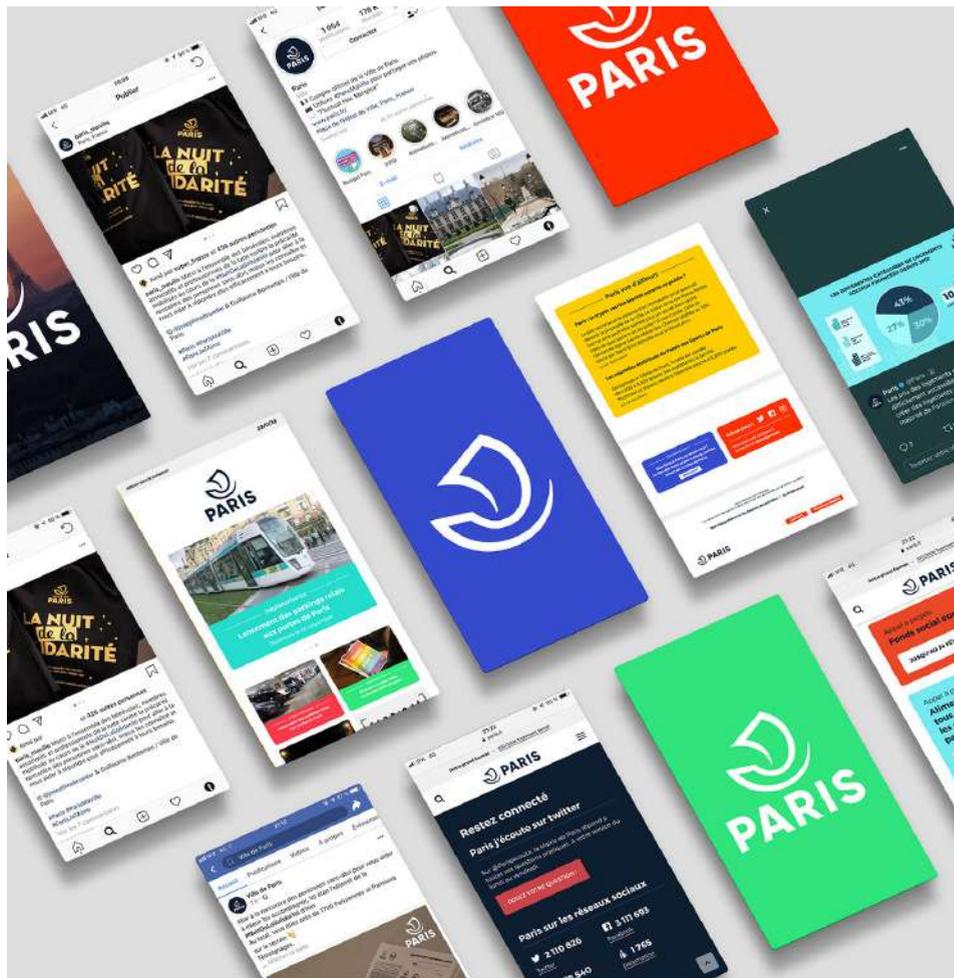
*“A cidade marcando presença no
badalado território virtual”*



O que é?

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

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





Como é?

Consistência na comunicação

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

O turista produtor de conteúdo

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

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

Quem deve se envolver?

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

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. *Planejar o conteúdo para redes sociais*

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

2. *Engajar o usuário*

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

3. *Colaboração com influenciadores digitais*

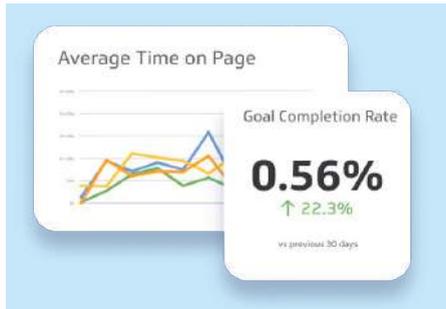
Estabelecer parcerias com influenciadores para divulgação da cidade em redes sociais.

4. *Contratar serviços de conteúdo e publicidade*

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

5. *Marcar presença*

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



Ideias e Inspirações

Tudo começa no Google

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

Investir em Google Ads.

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

Acompanhar e sempre responder comentários e perguntas postadas nestas mídias.

Ideias e Inspirações

Imagem é fundamental hoje em dia

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

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





Ideias e Inspirações

Pautando a comunicação especializada

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

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

Ideias e Inspirações

Integração com plataformas de reservas

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

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



Inspire-se para sua próxima viagem





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.

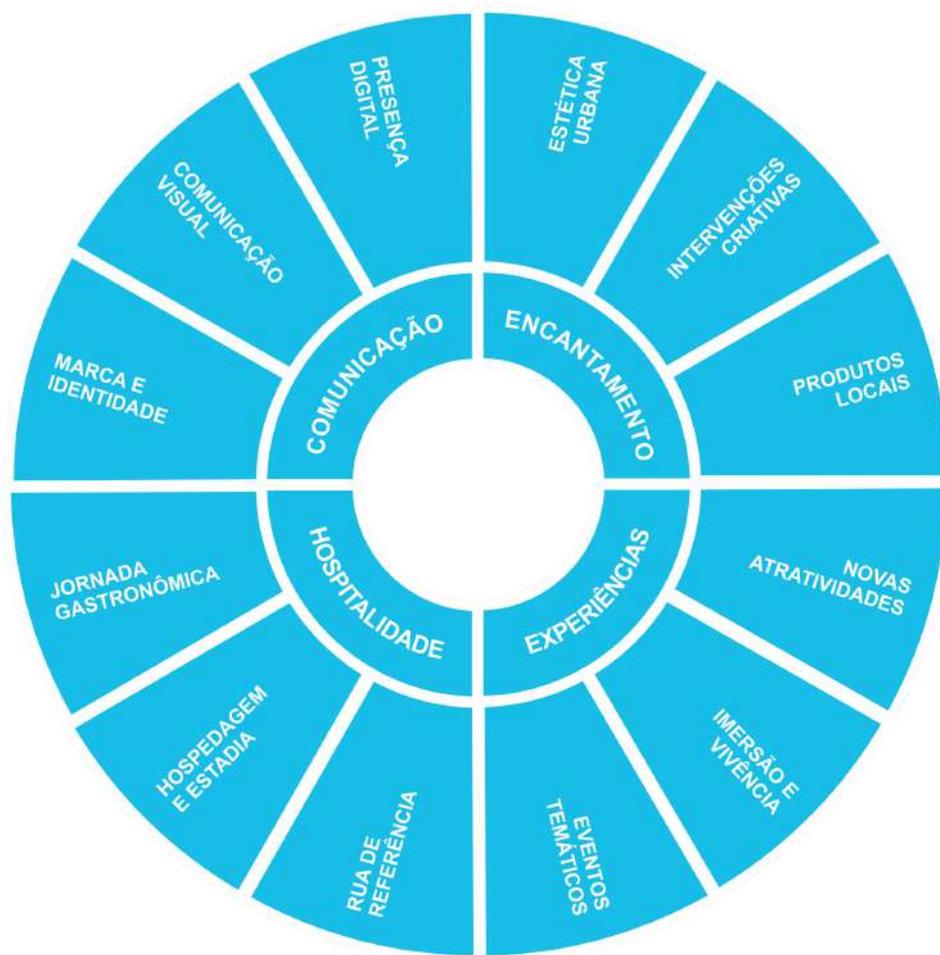
O programa não envolveu vínculos financeiros nem empregatícios e foi conduzido por meio de edital público. A seleção ocorreu no Dia Mundial do Turismo, permitindo a inscrição em diferentes redes sociais, com um limite de uma seleção por participante e exigindo um mínimo de 20 mil seguidores. Esta foi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

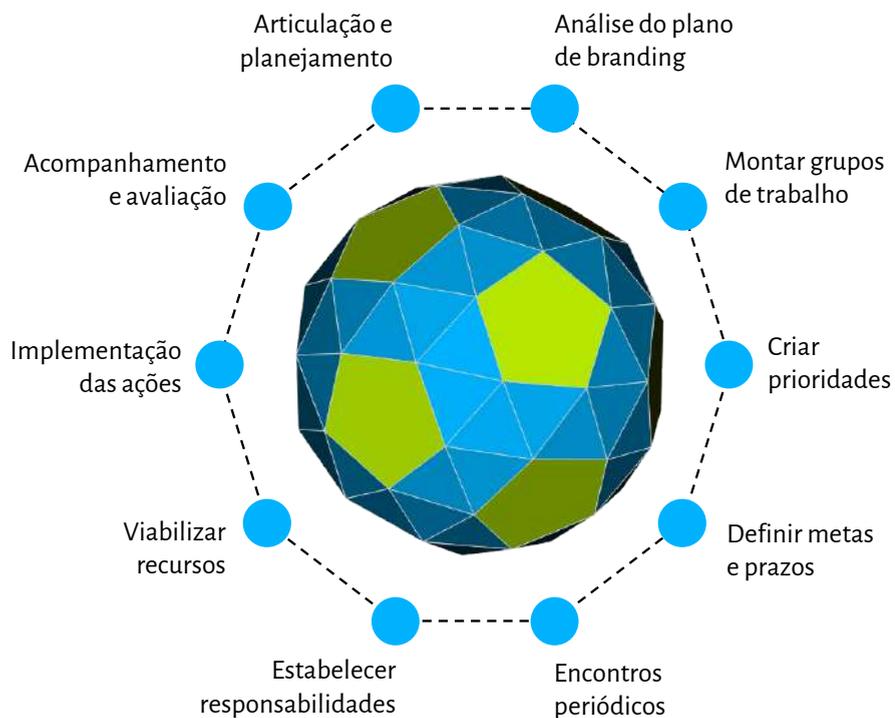
EIXO HOSPITALIDADE

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.

