



Plano de Branding Territorial para **Terenos**



CONSELHO DELIBERATIVO ESTADUAL DO SEBRAE/MS

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

Banco do Brasil – BB S.A.

Caixa Econômica Federal – CAIXA

Federação das Associações Empresariais de Mato Grosso do Sul – FAEMS

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

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

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

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

Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS

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

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO DO SEBRAE/MS

Marcelo Bertoni

DIRETOR SUPERINTENDENTE

Cláudio George Mendonça

DIRETORA TÉCNICA

Sandra Amarilha

DIRETOR DE OPERAÇÕES

Tito Manuel Sarabando Bola Estanqueiro

GERENTE DA UNIDADE DE COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Jorge Tadeu de Barros Veneza

COORDENADORA DE COMPETITIVIDADE

Isabella Fernandes Montello

COORDENADORA DE POLÍTICAS PÚBLICAS

Kassiele Cristina Nardi Galvão de França

GESTÃO E EXECUÇÃO

Vagner Texeira Alexandre
Roger Victor Corona Garcia
Odair José Mombach

TERENOS

Gerente: Rodrigo Maia Marcelo Pirani
Analista: Humberto Dionisio de Andrade Junior
Consultor: Cassio José Rodrigues Pereira

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



Terenos oferece atrativos naturais, como balneários, pesqueiros e eventos notáveis, além de ser um polo crescente para ciclistas e ter forte influência da agricultura familiar e das atividades feitas no campo. Sua tranquilidade e proximidade com Campo Grande a tornam um destino procurado para moradia ou descanso nos finais de semana, possuindo locais consolidados com sistema de day-use. O posicionamento almeja ampliar esses atributos, transformando Terenos em 'Um Retiro Natural' para quem busca escapar da agitação da região metropolitana, desfrutando da serenidade da vida no campo, da natureza que Terenos oferece e dos produtos frescos produzidos pela agricultura familiar, tornando cada visita uma verdadeira pausa revitalizante do cotidiano.

PROPOSTA

Terenos

Um Retiro Natural

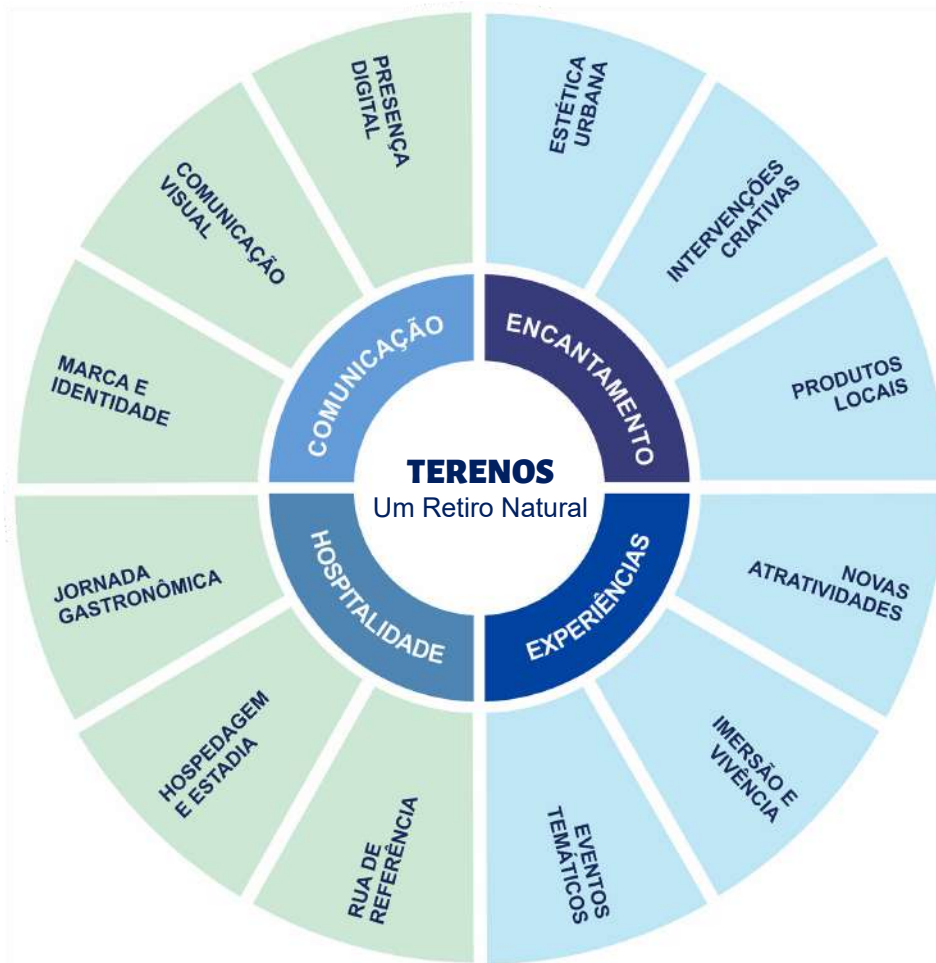


Eixos Norteadores

Os Eixos Norteadores

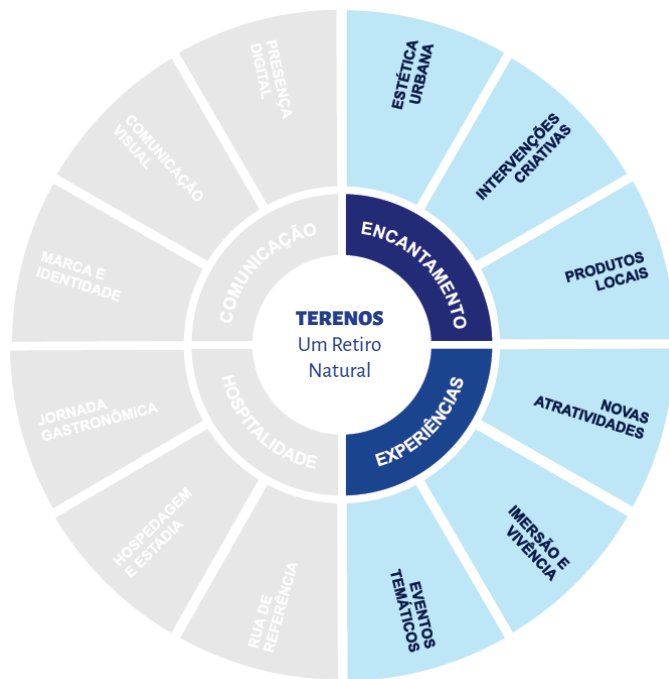
Organizar o trabalho por partes é fundamental para a compreensão e condução eficiente de projetos complexos. A partir de pesquisas de campo, consultas online, workshops com atores locais e processos criativos de projeção, propõe-se quatro eixos norteadores que sustentarão o novo posicionamento da cidade.

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

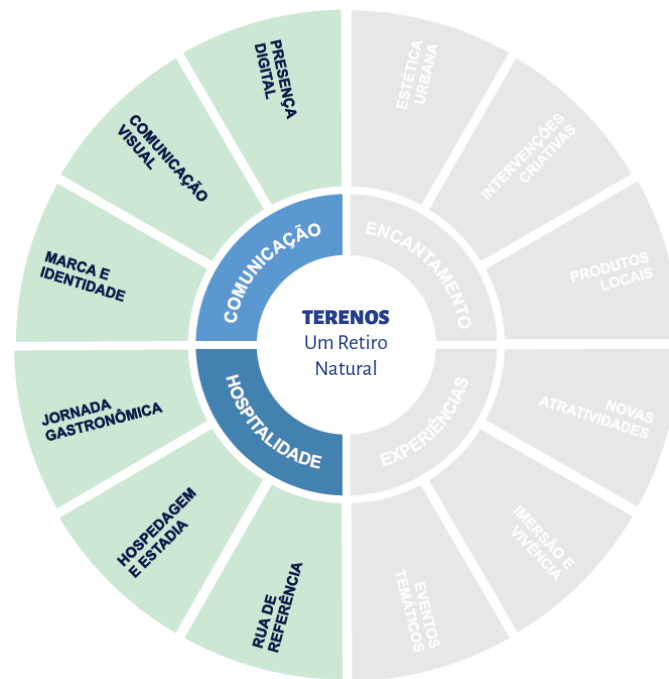


ORGANIZAÇÃO

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



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



Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Encantamento

*“Ações e intervenções para
surpreender quem chega”*



ENCANTAMENTO



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

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

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

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

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

Eixo Norteador

Encantamento

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

ESTÉTICA URBANA

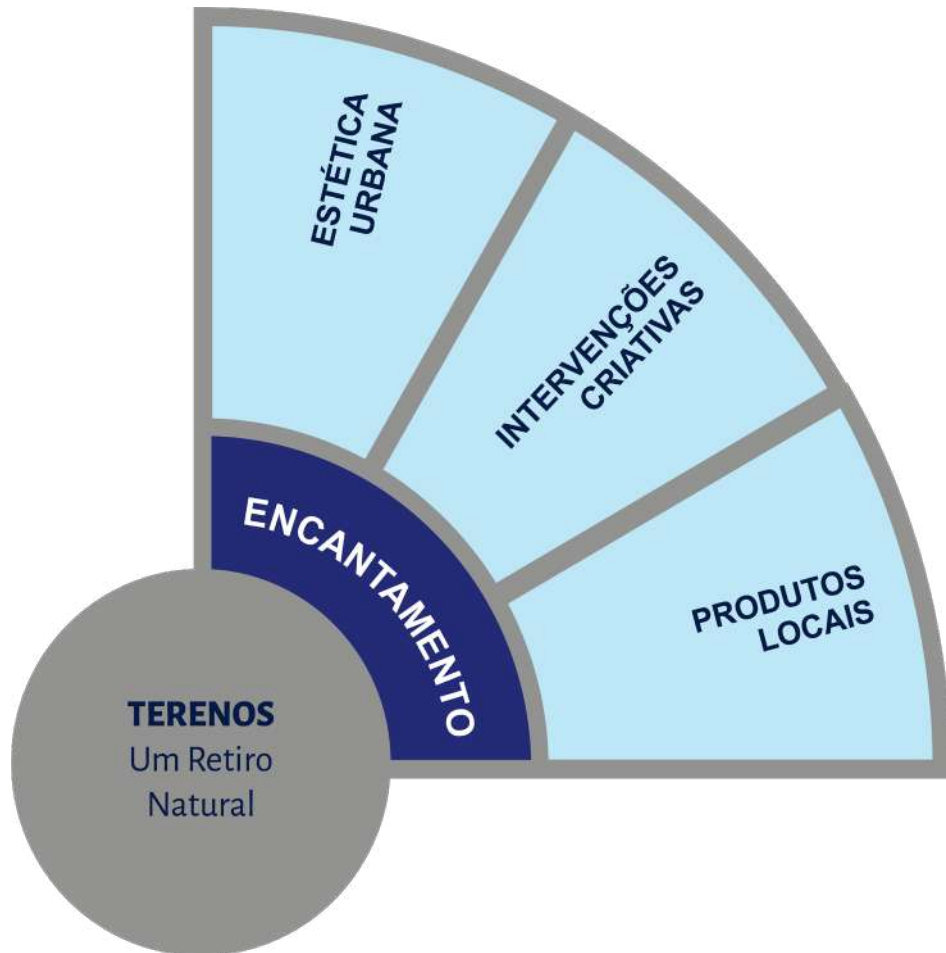
Estratégias para renovar a estética das ruas e dos espaços públicos.

INTERVENÇÕES CRIATIVAS

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

PRODUTOS LOCAIS

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





Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Experiências

“Atividades para entreter e fidelizar quem chega na cidade”

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

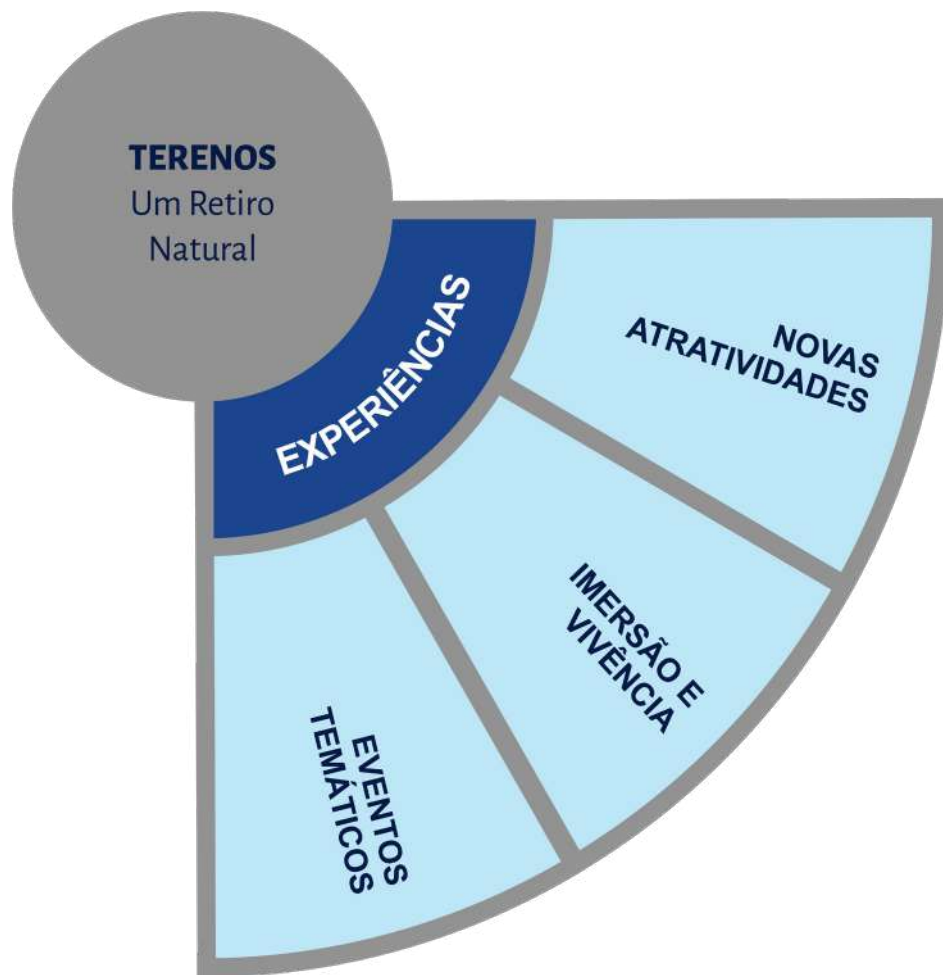
Proporcionar ao visitante uma estadia acima das expectativas é fundamental para a sua percepção positiva da cidade.

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

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

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





Eixo Norteador

Experiências

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

NOVAS ATRATIVIDADES

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

IMERSÃO E VIVÊNCIA

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

EVENTOS TEMÁTICOS

Propõe ocasiões planejadas e organizadas para celebrar temas específicos que possuam rela o com o território, reformulando o que já existe e criando novas atra oes.

Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Hospitalidade

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



HOSPITALIDADE



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

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

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

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

Eixo Norteador

Hospitalidade

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

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

HOSPEDAGEM E ESTADIA

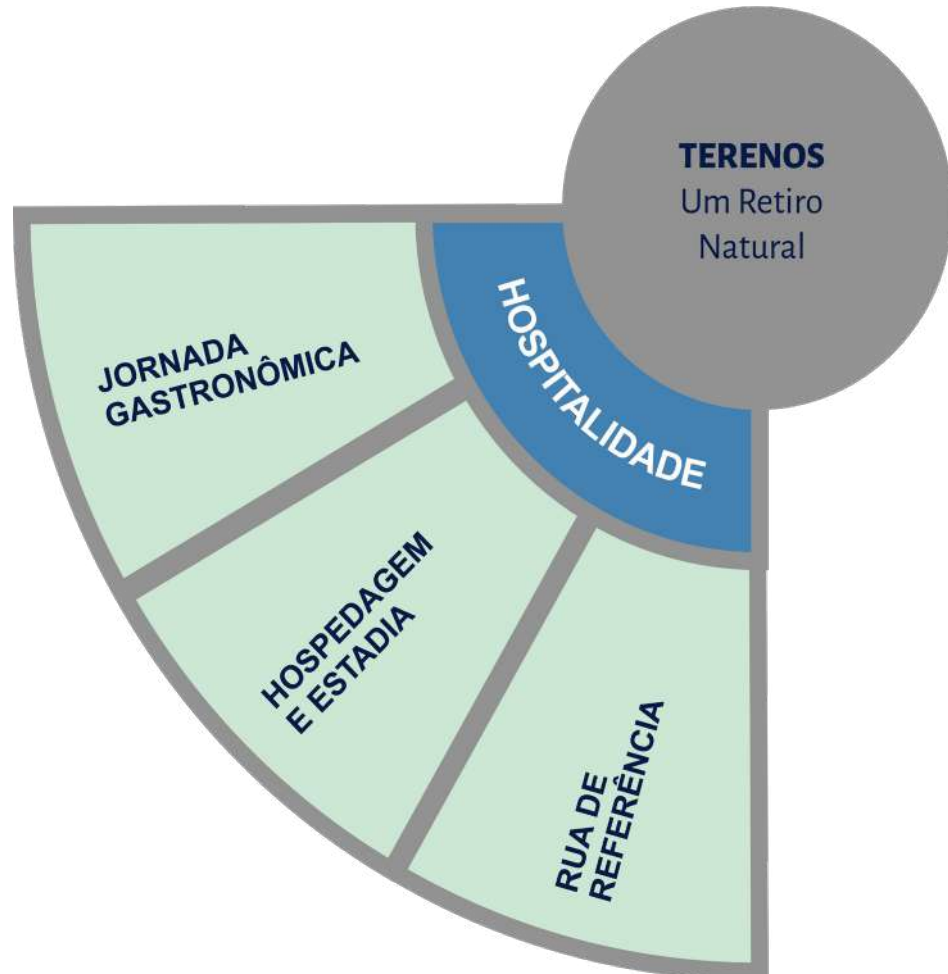
Estratégias para melhorar o que existe e inovar na oferta de acomodações para turistas.

JORNADA GASTRONÔMICA

Estratégias para despertar o interesse dos visitantes por sabores locais.

RUA DE REFERÊNCIA

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





Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Comunicação

“Estratégias para informar, promover e entregar identidade”

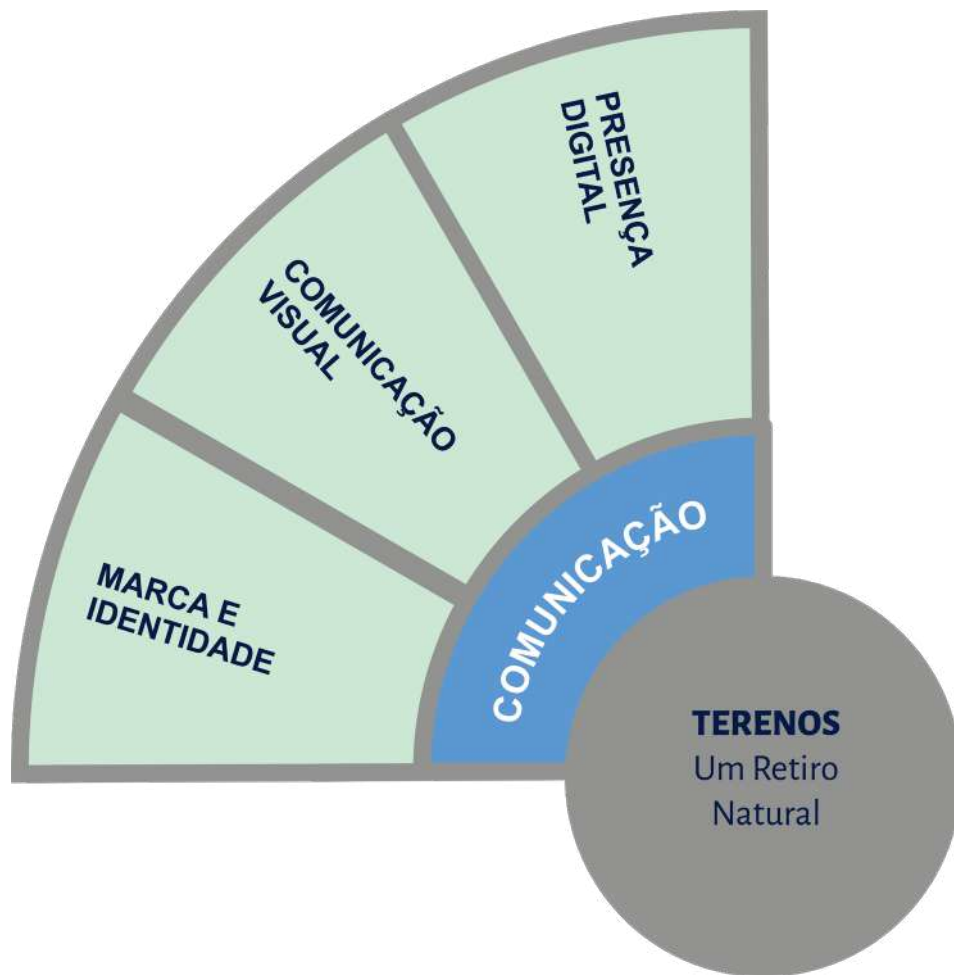
Este eixo se dedica à manifestação da identidade visual e plataformas de ampla divulgação da cidade.

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

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

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





Eixo Norteador

Comunicação

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

MARCA E IDENTIDADE

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

COMUNICAÇÃO VISUAL

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

PRESENÇA DIGITAL

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



Projetos Estratégicos



Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

Estética Urbana

*“Estratégias para reforçar os encantos
da cidade”*

O que é?

Este plano fornece diretrizes sobre elementos replicáveis que influenciam a atmosfera da identidade urbana.

A proposta de estética urbana para Terenos visa criar através da integração de elementos como paisagismo, mobiliário urbano e pavimentação, um espaço que exale a identidade de ser 'Um Retiro Natural'. Busca-se ressaltar também a relevância da paisagem natural, das Araras Canindé e da cultura nipônica local. O foco permanece em gerar pontos surpreendentes aos visitantes e criar elementos que reforcem a identidade característica do local.

A imagem ao lado foi criada com software de inteligência artificial e busca traduzir por meio de um elemento funcional urbano, neste caso uma parada de ônibus, a estética remetendo a um pagode japonês. Nesse sentido, a estratégia utilizada no projeto é lembrar que uma das características importantes da cidade de Terenos é possuir uma colônia japonesa. Assim, quem visita o município se sente convidado a imergir na cultura local por meio de diversos aspectos, entre eles, a estética urbana.





Como é?

Elementos identitários compoendo o cenário urbano de Terenos

A estética urbana aprimora a paisagem visual incorporando elementos que não apenas agregam beleza, mas também desempenham funcionalidade. O mobiliário urbano, que inclui bancos, lixeiras, luminárias e placas informativas, são exemplos. Além disso, estratégias paisagísticas, como a seleção cuidadosa de plantas e revestimentos de calçada alinhados à temática identitária estabelecida para Terenos, desempenham um papel crucial nesse processo de transformação estética e funcional do espaço urbano.

Terenos transformada em um retiro natural

Assim, Terenos passará por um processo de revitalização, incorporando os elementos necessários para alcançar a estética urbana almejada. Com o intuito de comunicar externamente como sendo 'Um Retiro Natural', o conceito estético visa justamente trazer elementos simbólicos que lembrem um lugar de paz e entretenimento em meio a natureza.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Para consolidar a estética urbana desejada em Terenos, é necessário considerar vários elementos intrinsecamente ligados à identidade escolhida pela cidade. Entre esses elementos, destacam-se a atmosfera desejada e o público-alvo pretendido. Uma vez que essas diretrizes estejam estabelecidas, é responsabilidade do poder público, em colaboração com diversos atores locais, abraçar e empreender a concretização dessa fase projetual. Essa etapa pode se desenvolver de maneira cocriativa, envolvendo ativamente a comunidade. A cidade deve utilizar as inspirações apresentadas neste documento como base para desenvolver a estética desejada de maneira que sejam coerentes com a realidade local.

Quem deve se envolver?

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

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Mapear pontos de intervenção

Definir os elementos urbanos apropriados para receber intervenções artísticas.

2. Mapear os empreendimentos parceiros

Selecionar empreendimentos locais e instituições que queiram aderir ao projeto.

3. Criar um plano de intervenções

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

4. Oferecer benefícios aos participantes

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

5. Implementação e manutenção

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



Ideias e Inspirações

A natureza ganha as ruas

Em uma cidade que deseja se posicionar como 'Um Retiro Natural', a natureza deve ser a protagonista e ganhar as ruas da cidade de forma assertiva, comunicando a quem visita a cidade que ao estar em Terenos é possível conectar-se de forma intensa com o ar puro e deixar a agitação da vida urbana um pouco de lado. Dessa forma, podem ser escolhidos materiais orgânicos, como madeira e pedra na concepção de mobiliários urbanos e estrutura paisagística, além da implantação de revestimentos vegetais na fachada de estabelecimentos comerciais, de serviço e institucionais e em muros e empenas cegas de residências, trazendo vitalidade e tornando a cidade um verdadeiro retiro natural.

Trazer materialidade orgânica para mobiliários urbanos e estrutura paisagística;
Utilizar revestimentos vegetais em fachadas comerciais, muros e empenas cegas trazendo vida e verde ao contexto urbano.

Ideias e Inspirações

A beleza das Araras Canindé

A presença vibrante da ave de penas de cor amarela e manchas azuis intensas em elementos urbanos pode conferir a cidade um aspecto estético único, lembrando que Terenos é a morada delas. Dessa forma, as Araras Canindé podem ser a inspiração na criação de mobiliários urbanos, como bancos, lixeiras, luminárias e bicicletários; também pode-se aplicar em elementos de pavimentação e revestimentos, mostrando que este recanto natural é a morada das mais belas aves da região. Ao lado estão alguns exemplos de como o conceito das Araras Canindé pode ser aplicado em estratégias estéticas para a cidade.

Trazer a beleza das Araras Canindé para a estética da cidade e dos seus espaços; Utilizar as aves como inspiração para a criação de mobiliários urbanos, pavimentação e revestimentos que compõem os espaços da cidade.





Ideias e Inspirações

Um pedacinho do Japão em Terenos

A proposta que se faz aqui é homenagear os imigrantes japoneses que se instalaram na cidade de Terenos, trazendo aspectos da cultura nipônica para a estética da cidade. Como sugestão, podem ser instaladas lanternas japonesas em certas ruas da cidade, podendo também ser realizado o plantio de espécies típicas, como a cerejeira e o bambu, no trajeto até a comunidade JAMIC e também em ruas e espaços que homenageiam a comunidade japonesa de Terenos. Tais estratégias, além de embelezarem a cidade permitem o fácil reconhecimento sobre a existência de um núcleo comunitário oriental a quem visita à cidade.

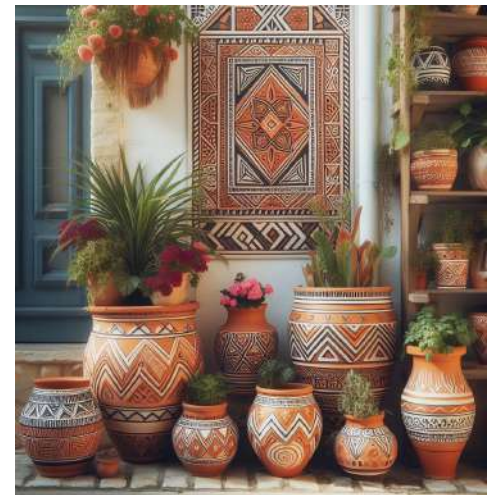
Homenagear a comunidade japonesa local por meio do paisagismo e equipamentos; Trazer elementos da cultura japonesa, como luminárias, cerejeiras e o bambu, como componentes estéticos do ambiente urbano.

Ideias e Inspirações

A arte Terena evidenciada

Na principal avenida da cidade de Terenos encontra-se um totem que homenageia os Terena, tribo indígena que habitou a região e inspirou de certa forma o topônimo 'Terenos', nome atual do município. A existência de apenas um totem é singela se comparada às possibilidades que a cidade tem de explorar as formas geométricas, flores e a terracota utilizada no artesanato do povo nativo em elementos do mobiliário urbano, em revestimentos e pavimentações, além da estética de fachadas comerciais. A utilização da arte terena em elementos estéticos mostra a força que o nome do município possui e honra as suas origens.

Enaltecer a arte dos indígenas Terena, antigos habitantes da região, em estratégias estéticas da cidade; Evidenciar as formas geométricas, flores e a terracota utilizada no artesanato feito pelo povo nativo.



Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

Intervenções Criativas

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



O que é?

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

O intuito das intervenções criativas propostas para a cidade de Terenos é reconhecer a beleza natural e a influência da cultura nipônica e indígena que a cidade possui por meio de obras de arte e espaços cativantes visualmente. Essas intervenções têm o potencial de criar uma variedade de conteúdos audiovisuais para os visitantes de Terenos, os quais, ao serem compartilhados nas mídias digitais, irão promover de forma espontânea a cidade para além de suas fronteiras. A imagem ao lado é de um pórtico que foi imaginado para a entrada da cidade de Terenos.

É possível trazer elementos que simbolizam a cidade, como por exemplo, o Torii, portal japonês, a Arara Canindé, os tribais indígenas e vegetação variada, recepcionando os visitantes que estão prestes a imergir em 'Um Retiro Natural' no município de Terenos.





Como é?

A natureza inspirando a arte

A partir do posicionamento escolhido, Terenos passa a ser conhecida como sendo 'Um Retiro Natural', e este título deve inspirar as intervenções artísticas propostas para a cidade. A criatividade deve surgir a partir das formas inspiradoras da natureza e ser empregada na concepção das obras que farão parte do território e que comunicarão a mensagem que Terenos deseja passar. Devem participar do processo criativo artistas locais e também externos, criando intervenções que consigam traduzir de forma criativa e bela a cidade de Terenos.

Revigorando quem visita Terenos

Assim, de maneira progressiva, Terenos deve incorporar elementos físicos, como esculturas, que evocam o posicionamento. Esses elementos têm o propósito de serem porta-vozes e comunicarem por meio da irreverência e criatividade o posicionamento de 'Um Retiro Natural', assim como natureza que traz paz e revigora quem entra em contato com ela.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Terenos pode estabelecer-se como um destino turístico no estado do Mato Grosso do Sul para quem quer descansar e curtir em meio a natureza. Nesse sentido, é possível sugerir diversas intervenções criativas que estejam alinhadas com a identidade escolhida pela cidade de 'Um Retiro Natural', e que permeiem as ruas, praças e estabelecimentos locais. É fundamental que os artistas envolvidos encontrem inspiração tanto no posicionamento quanto nos aspectos identitários locais, como a própria natureza, a Arara Canindé, as culturas japonesa e indígena e tantas outras manifestações que constituem a imagem de Terenos e que possuem o potencial de atrair visitantes e diferenciar Terenos de outras cidades.

Quem deve se envolver?

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

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. *Delimitar os espaços da ação*

Definir os espaços aptos para receber intervenções artísticas na cidade.

2. *Seleção de artistas*

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

3. *Criação de obras da cultura pantaneira*

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

4. *Criação de exposições artísticas*

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

5. *Implementação e Gestão*

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

INTERVENÇÕES CRIATIVAS



Ideias e Inspirações

Tem que ter um pórtico memorável

Os pórticos urbanos desempenham um papel crucial na comunicação do posicionamento escolhido por uma cidade. Demarcam limites geográficos, assumem um papel na orientação espacial dos visitantes e são capazes de transmitir a cultura, a história e a identidade da cidade que representam. Como sugestão para Terenos, alguns elementos emblemáticos podem ser utilizados na concepção de um majestoso pórtico: a Arara Canindé com suas cores vibrantes, a natureza, o portal japonês, conhecido também como Torii, homenageando a comunidade de imigrantes japoneses existente na cidade de Terenos; e o viés indígena da palavra.

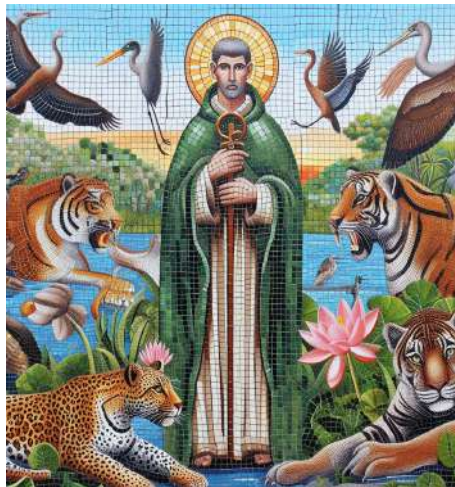
Evidenciar a estética do pórtico de acesso da cidade com elementos que posicionam e identificam Terenos para quem passa; Ressaltar a Arara Canindé, o viés natural e elementos da cultura japonesa, como o Torii, na concepção de um pórtico impactante.

Ideias e Inspirações

Santo Antônio num retiro natural

Terenos assume uma importante posição como cidade na comunidade católica, ao possuir um santuário de Santo Antônio de Pádua em que se encontra uma relíquia de primeiro grau do santo (um pedaço de sua face). Para que este fato seja ressaltado e conhecido por mais pessoas, a cidade pode ganhar intervenções criativas que remetam ao santo, como esculturas ou murais em que estejam frases e ensinamentos transmitidos por Santo Antônio de Pádua, que também encontrou o seu lugar em um retiro natural.

Ressaltar a importância de Santo Antônio de Pádua para a cidade de Terenos em intervenções criativas e arte urbana; Criar intervenções como esculturas e murais cujo conceito é 'Santo Antônio em um retiro natural' imaginando a presença do santo na cidade de Terenos.



INTERVENÇÕES CRIATIVAS



Ideias e Inspirações

Um retiro de esculturas naturais

Assim como nas estratégias de estética urbana, a Terenos que escolheu ser 'Um Retiro Natural' pode ter intervenções criativas que afirmem o seu posicionamento, como esculturas que podem ser feitas de matéria-prima natural por meio de técnicas de topiaria, como nos exemplos apresentados ao lado. Estas esculturas devem ser impactantes e colocadas em locais estratégicos, com o objetivo de serem elementos altamente fotografáveis pelos visitantes da cidade. Podem ser confeccionadas esculturas que traduzam a cultura, a fauna e os símbolos locais, transmitindo em sua totalidade o posicionamento escolhido pelo município.

Instalar esculturas feitas de tramas vegetais confeccionadas por artistas locais;
Criar esculturas naturais com formatos que possuem relação com elementos característicos de Terenos.

Ideias e Inspirações

É preciso um símbolo do Japão!

Pagode é uma estrutura em forma de torre, construída com fins religiosos, estéticos ou estratégicos no Japão e também na China. No Japão, geralmente são feitas de madeira e o número de telhados comumente é de 5 pavimentos. Estas torres costumam chamar muito a atenção de quem viaja para a Ásia e é um elemento altamente fotografável. A instalação de um Pagode no parque ou em alguma praça da cidade, além de proporcionar uma homenagem a comunidade japonesa local, pode se tornar um dos ícones identitários de Terenos e atrair visitantes, curiosos e admiradores da cultura oriental.

Instalar uma estrutura de pagode japonês na entrada da cidade, podendo ser no Parque Municipal de Terenos; O elemento tem o intuito de chamar a atenção e ser altamente fotografável e midiático.



Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

Produtos Locais

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



O que é?

Este plano oferece diretrizes para realçar os produtos locais e criar novas lembranças de Terenos.

Promover a venda de produtos locais não apenas expande a visibilidade da cidade de Terenos para além de suas fronteiras, mas também fortalece sua identidade junto ao público externo. No âmbito local, essa iniciativa impulsiona o desenvolvimento da economia criativa, envolvendo artistas e artesãos locais na concepção e produção, gerando emprego e renda para a população. Terenos possui diversos elementos locais que podem ser explorados. Pode-se citar a Arara Canindé, o Santo Antônio de Pádua e a influência da cultura nipônica na cidade, além do viés indígena do nome. É preciso que estes produtos passem por um processo de adequação de marca e se agreguem a novos produtos criados que atendam as demandas do público visitante e consumidor formando um portfólio que transmita o posicionamento escolhido pelo município.



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 miniaturas.

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

Artesanato com casca de ovo

A cidade de Terenos destaca-se como a maior produtora de ovos do estado do Mato Grosso do Sul, por conta da CAMVA (Cooperativa Agrícola Mista de Várzea Alegre) fundada pelos imigrantes japoneses da cidade. A casca de ovo pode ser um material orgânico a ser explorado como matéria-prima para artesanato. Apesar de pouco conhecida e usada, a casca do ovo pode ser o insumo para belas e criativas obras de artesanato, como miniaturas, mosaicos, quadros e até mesmo luminárias. Ao lado estão alguns exemplos de como a casca do ovo pode ser utilizada na produção de artesanato local.

Desenvolver peças artesanais e de design autoral a partir da casca do ovo;
Podem ser desenvolvidos diferentes tipos de peças, como miniaturas, quadros, mosaicos e luminárias, entre outros;
Trata-se de um material sustentável e também biodegradável.

Ideias e Inspirações

Tem que levar a Arara Canindé de recordação

As Araras Canindé podem aparecer em diversos produtos como miniaturas, acessórios, vestuário e brinquedos.

As miniaturas podem ser feitas de diversos materiais, como cerâmica, biscuit ou a partir de matérias-primas locais. As criações devem ser feitas por artesãos da cidade, valorizando dessa forma a mão-de-obra local, com o auxílio de profissionais da moda e designers. Os vestuários e acessórios podem ser criados a partir de tecidos e materiais residuais encontrados nas indústrias locais, sendo reaproveitados de maneira consciente e criativa pelos artesãos e designers.

Criar produtos locais como miniaturas, acessórios e vestuário utilizando a Arara Canindé como conceito principal;
Utilizar matérias-primas e mão de obra local para a criação e confecção das peças;
Investir em materiais sustentáveis.





Ideias e Inspirações

Santo Antônio em Souvenirs

Santo Antônio pode inspirar diversos souvenirs para serem comercializados na cidade. O comércio de artigos religiosos do santo ajuda a reforçar a cidade como um Santuário importante para a Igreja Católica e pode estar relacionado de modo criativo ao posicionamento local como sendo 'Um Retiro Natural'. Dessa forma, podem ser criadas miniaturas, acessórios e vestuários que tenham como temática o 'Santo Antônio e o retiro natural' que podem ser encontrados na cidade de Terenos, exaltando a fauna e a flora local disponível para quem visita o município, junto com as manifestações religiosas ao Santo.

Criar souvenirs com a imagem de Santo Antônio de Pádua em diferentes situações;
Podem ser criadas miniaturas, acessórios e peças de vestuário com identidade única;
Utilizar o conceito de 'Santo Antônio num Retiro Natural' como ponto de partida.

Ideias e Inspirações

Levando um pouco do Japão consigo

Aqui se propõe a criação de produtos locais que façam referência à comunidade local japonesa, produzindo-se desde souvenirs até iguarias gastronômicas. Como recordação local, podem ser produzidos origamis e miniaturas em madeira, luminárias e leques de papel e até artefatos mais rebuscados, como peças cerâmicas e quimonos pintados à mão. Quanto as iguarias gastronômicas, podem ser oferecidos produtos de consumo local e também para levar, com embalagens adequadas e com design e marca que se atentem em comunicar que os produtos são feitos em Terenos.

Dar visibilidade a cultura dos imigrantes japoneses por meio de produtos locais e artesanais;
Podem ser criados diversos artefatos, desde os mais simples aos mais rebuscados;
Criar produtos exclusivos e alinhados ao seu posicionamento.





Eixo Experiências

Projeto Estratégico

Novas Atratividades

“Atrações para todas as idades, gostos e expectativas”

O que é?

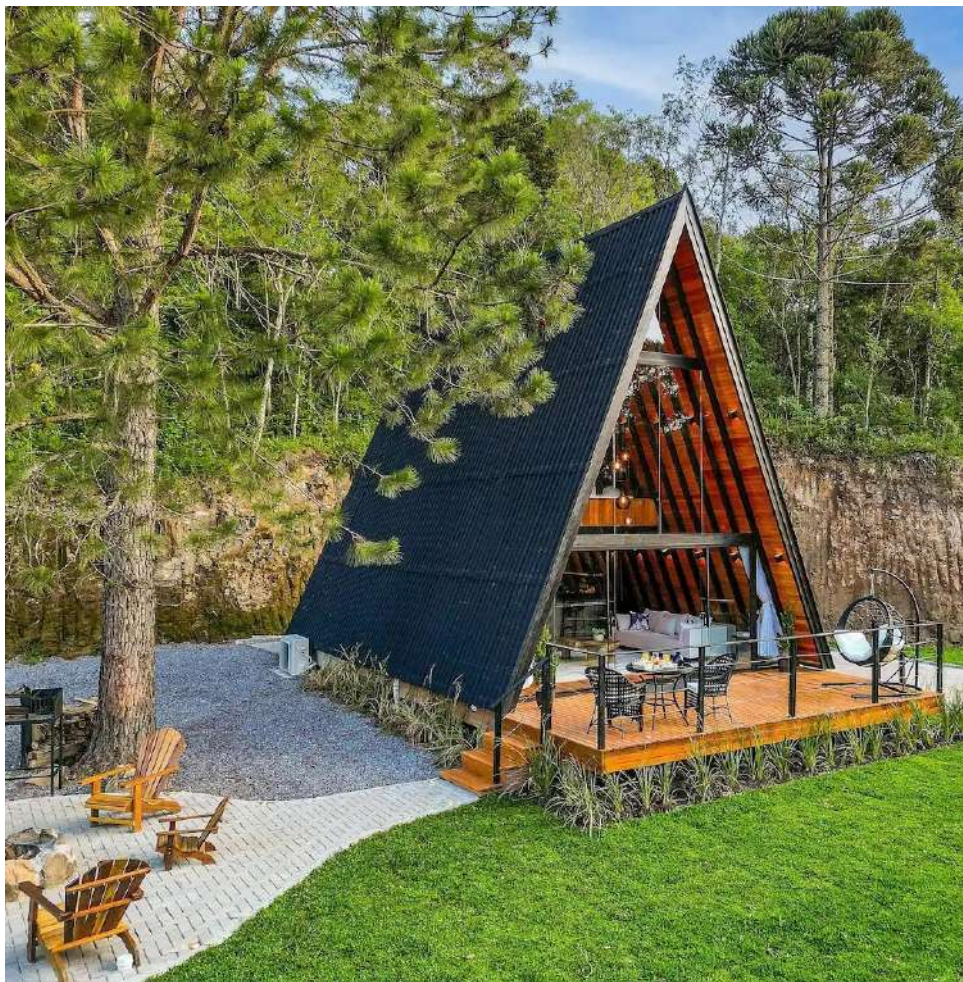
Novas atrações são espaços que podem ser concebidos na cidade com o intuito de atrair visitantes.

As atrações propostas para Terenos levam em conta o seu slogan 'Um Retiro Natural' enaltecendo pontos turísticos naturais onde o turista tenha contato com a paisagem cativante da cidade e arredores.

Nesse sentido, as atrações devem surpreender e entusiasmar os visitantes, além de serem diferenciadas.

Entre as atrações que a cidade pode desenvolver estão a implantação de um jardim com os preceitos do paisagismo japonês, o restauro e a requalificação das adjacências da Estação Férrea de Terenos, tornando o local um espaço cultural importante para a cidade; a instalação de parques aquáticos, temáticos e clubes de day-use na cidade, aproveitando-se da proximidade com Campo Grande; e também, uma arena para shows ou concha acústica, colocando Terenos no circuito estadual de grandes eventos deste segmento.





Como é?

Atrair visitantes

Como dito anteriormente, as atrações devem estimular a vinda de pessoas a cidade de Terenos e fazer com que queiram retornar a cidade sempre que possível. Desse modo é preciso desenvolver empreendimentos que estejam atrelados a experiências únicas e diferenciadas e que consigam carregar consigo também o posicionamento escolhido. Portanto, as atrações que devem ser desenvolvidas precisam estar voltadas para o conceito de um local perfeito para descansar e curtir a vida em meio a natureza, levando em conta a diversão também.

E investidores

Desse modo, é preciso realizar uma busca por investidores locais ou externos, demonstrando o desenvolvimento econômico que estes empreendimentos podem significar para a cidade de Terenos e região, gerando novos empregos e também alimentando setores indiretos, que se beneficiam da vinda destes empreendimentos para a cidade.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

Quem deve se envolver?

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

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Mapear o perfil dos visitantes desejados

Há incontáveis tipos de turistas. Qual é o público-alvo que Terenos 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

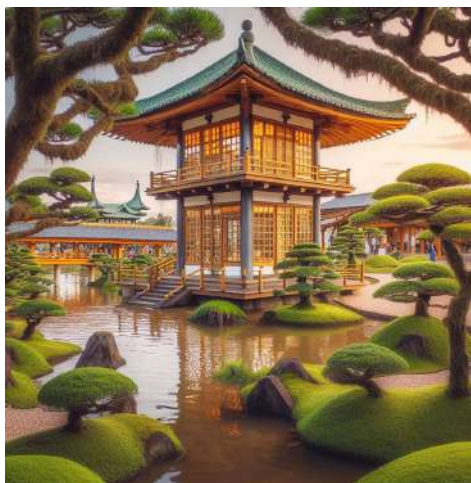
Há várias franquias e entretenimentos que podem ser atraídos para a cidade.

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

Jardim Japonês

Uma das atrações que pode ser criada na cidade de Terenos é um jardim inspirado no paisagismo japonês, que possui características e elementos que são utilizados de forma única. Entre os componentes que podem ser citados estão as pedras, das quais se acreditava na antiguidade que um local cercado por elas era habitado por Deuses, além de colinas criadas artificialmente junto com água corrente de lagos ornamentais e cachoeiras, pontes e a presença da árvore de cerejeira. Um atrativo como o Jardim Japonês é perfeito para ser um retiro natural com identidade para quem visita a cidade de Terenos.

Criar um jardim na cidade de Terenos, seguindo os preceitos e identidade do paisagismo tradicional japonês;
Trata-se de uma atração que será altamente fotografada e que transmite de forma especial o posicionamento da cidade.

Ideias e Inspirações

Qualificação da Estação Cultural

Aqui se propõe o restauro e requalificação da Estação Ferroviária de Terenos, que por muitas décadas serviu de ponto de parada para que os viajantes pudessem aproveitar as águas dos balneários da cidade. A Estação pode se tornar um importante ponto cultural para a cidade, criando-se um anexo destinado à um museu e espaço para oficinas. Na área adjacente, pode ser proposta uma praça gastronômica que deve ser ocupada por restaurantes e também por foodtrucks, proporcionando aos visitantes um local perfeito para a realização de eventos sunsets e happy hours. Um dos exemplos inspiradores é a Estação Campos de Canella, em Canela-RS.

Restaurar e qualificar a Estação Férrea de Terenos, tornando-a mais turística;
Torná-la um espaço cultural, com museu, exposições e áreas para oficinas;
Criar praça gastronômica na área adjacente para a realização de eventos e encontros.





Ideias e Inspirações

Arena para Shows

Nesta proposta sugere-se que seja construída uma arena para shows na cidade de Terenos, com o intuito da cidade entrar nos circuitos nacionais e internacionais de grandes espetáculos. Nesse sentido, a cidade possui uma posição estratégica estando ao lado de Campo Grande, o que facilita em termos de logística e hospedagem, tanto para visitantes quanto para quem realiza os shows. Este é um investimento que deve ser realizado por uma organização privada, como uma grande produtora, capaz de atrair festivais variados, como sertanejos, de música eletrônica e até shows de artistas com reconhecimento nacional e internacional.

Implantar uma arena para shows nacionais e internacionais, ou concha acústica; Trata-se de um investimento que deve ser realizado a partir de uma organização privada, como uma grande produtora de eventos.

Ideias e Inspirações

Clubes Day-use e Parques Temáticos

A proposta é atrair e implementar Clubes Day Use e Parques Temáticos em Terenos, que são estabelecimentos que oferecem acesso temporário a suas instalações e serviços durante o dia, sem a necessidade de pernoite. Geralmente, os visitantes pagam uma taxa de entrada para desfrutar das comodidades e atrativos disponíveis. As instalações oferecidas variam amplamente e podem incluir piscinas, áreas de lazer, quadras esportivas, restaurantes, spas e academias, entre outros. Esses serviços são projetados para proporcionar um ambiente relaxante e recreativo para os visitantes que desejam passar um dia agradável sem se comprometer com uma estadia noturna.

Parques aquáticos e temáticos e clubes day-use são investimentos importantes e atrativos, pois oferecem uma opção de lazer diversificada, atraindo diferentes públicos, desde famílias até grupos de jovens.





Eixo Experiências

Projeto Estratégico

Imersão e Vivência

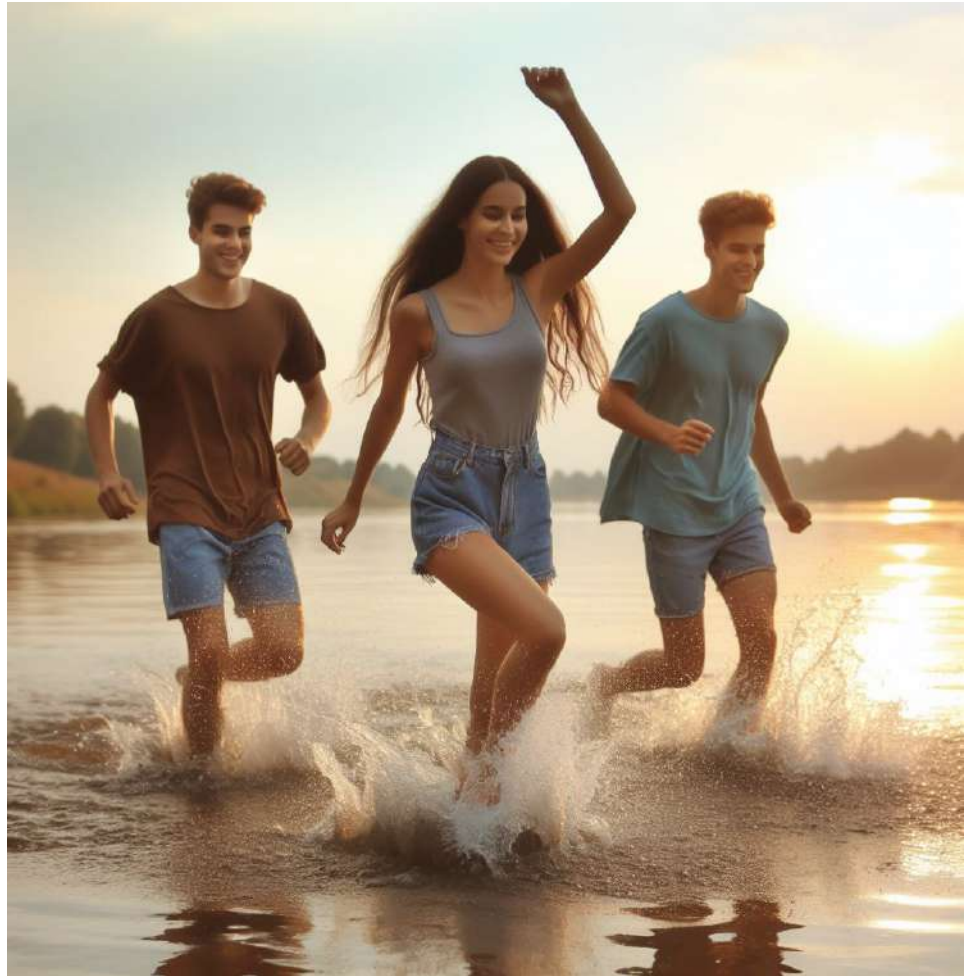
*“Experiências autênticas e descobertas
memoráveis”*

O que é?

Imersão e vivência são experiências que podem ser concebidas na cidade com o intuito de atrair visitantes.

As imersões propostas para Terenos levam em conta o seu slogan 'Um Retiro Natural', buscando propor atividades que estejam alinhadas a essa temática, como o uso das águas de rios, balneários com piscinas naturais e parques e espaços que possuam contato com a natureza para a prática de atividades revigorantes e saudáveis, com propostas voltadas ao público infantil e adultos, de nicho ou de massa.

Para a cidade de Terenos, são sugeridas atividades de imersão e vivência que estejam diretamente ligadas cultura local influenciada pela colônia japonesa, com oficinas de artesanato, gastronomia e artes marciais, entre outras atividades; vivência em propriedades rurais por meio da agroecologia; passeios ciclísticos pela área rural e urbana da cidade, desbravando-se as mais belas paisagens naturais; e também a requalificação dos balneários existentes, com atividades diferenciadas.



IMERSÃO E VIVÊNCIA



Como é?

Quem ama a natureza, cultura e paz

Terenos pode se tornar um dos destinos favoritos para os amantes da natureza e também para aqueles que desejam vivenciar experiências culturais inesquecíveis.

As atividades propostas podem ser simples, porém devem ser criativas e únicas, permitindo que os visitantes possam acessar um local de paz e descanso, mas que ao mesmo tempo tenha atividades culturais, não deixando espaço para o tédio e fazendo com que Terenos seja aproveitada ao máximo.

Fazendo e aprendendo

Em Terenos, o visitante poderá ter contato com atividades que estejam diretamente ligadas a natureza, como aproveitar os recantos naturais como os diversos balneários existentes na cidade.

Também é possível imergir na rica cultura do Japão, que é preservada pela colônia japonesa localizada no município e pode oferecer ao visitante da cidade uma experiência autêntica, diferenciada e memorável.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

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

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

Quem deve se envolver?

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

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Mapear locais para imersões culturais

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

2. Estruturar atividades turísticas

Propor atividades autênticas ligadas ao eco-turismo, ao agroturismo e ao etnoturismo.

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

Agroecologia e turismo rural

As propriedades rurais existentes na cidade podem proporcionar aos visitantes experiências únicas com vivências no campo, aprendendo práticas de agroecologia durante um dia ou até mesmo em um final de semana. Podem ser ensinadas práticas e cultivo de hortas e oficinas de gastronomia com pratos preparados com alimentos orgânicos, entre outras experiências. Trazer o turismo agroecológico para as comunidades rurais gera desenvolvimento econômico e social e uma troca de experiências únicas entre os envolvidos.

Possibilitar que o turista vivencie a vida no campo e aprenda práticas e costumes por meio de oficinas nas propriedades rurais; Podem ser realizadas práticas com animais e oficinas gastronômicas além de cafés, almoços ou jantares preparados com alimentos orgânicos cultivados nas comunidades.

Ideias e Inspirações

Qualificação na experiência dos balneários

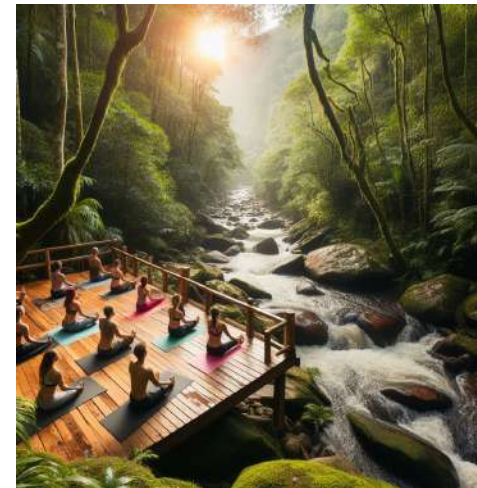
A cidade de Terenos possui diversos balneários que atraem atualmente muitos visitantes, principalmente vindos da capital Campo Grande para passar finais de semana ou apenas um dia. Aqui se propõe que os balneários existentes entreguem atividades que vão além de banhar-se nas águas e realizar confraternizações. Entre as atividades que podem ser realizadas estão práticas de yoga, meditação e reiki em meio a natureza, piqueniques, trilhas a pé ou de bicicleta, recreação infantil e aventura.

Qualificar a experiência proporcionada pelos balneários existentes na cidade de Terenos, investindo em atividades:

Recreativas: recreação infantil, gincanas, trilhas e competições esportivas;

Revitalizantes e de saúde: yoga, meditação e reiki;

Para a família: piqueniques, cavalgadas, eventos festivos como batizados, bodas e casamentos, ensaios fotográficos etc.





Ideias e Inspirações

Mais ciclovias, ciclistas e ciclismo

O ciclismo é uma atividade emergente em Terenos e deve ser valorizada, estimulada e apoiada, oferecendo infraestrutura necessária e estímulos adicionais que impulsionem esse segmento na cidade, como a realização de eventos esportivos e criação de grupos de praticantes. O ciclismo pode ser competitivo, recreativo e também praticado como forma de atividade física, tanto outdoor como indoor (como as aulas de spinning). Também é parte integrante de outra modalidade esportiva, o triathlon que une natação, ciclismo e corrida.

Preparar a cidade com ciclovias e espaços apropriados para que o ciclismo prospere.
Criar campanhas de comunicação para estimular essa prática na cidade;
Realizar encontros de ciclistas no município e eventos que promovam essa prática saudável;
Criação de produtos para esse público.

Ideias e Inspirações

Imersão na cultura japonesa

Uma das imersões propostas para a cidade de Terenos é adentrar na cultura japonesa trazida pelos imigrantes. Podem ser oferecidos aos visitantes a oportunidade de aprenderem a língua e a escrita japonesa por meio de aulas na cidade. Podem ser oferecidas também aulas de artesanato, possibilitando que turistas e locais que estejam interessados em aprenderem possam participar de oficinas oferecidas em Terenos. Entre outras oficinas que podem ser disponibilizadas, pode-se citar a gastronomia, a música, a dança e outras práticas que a rica cultura do Japão pode proporcionar.

Possibilitar que turistas tenham a experiência de imergir na cultura nipônica por meio de oficinas de artesanato, gastronomia, danças, música e línguas; As oficinas devem ser presenciais e práticas, ocorrendo na cidade de Terenos.





Eixo Experiências

Projeto Estratégico

Eventos Temáticos

*“Um calendário repleto de
muito entretenimento”*

O que é?

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

Os eventos pensados para a cidade de Terenos possuem como objetivo beneficiar os diversos setores econômicos que estão ligados ao turismo, dos quais podemos citar: hospedagem, alimentação, comércio, serviços e também empreendedores criativos, como artesãos e artistas locais.

Outro ponto crucial é promover a cidade a partir de seu posicionamento, aumentando a sua visibilidade como destino para quem deseja conhecer 'Um Retiro Natural' e experienciar a natureza e a cultura local de forma única, além de estabelecer eventos consecutivos que tragam o público durante todo o ano.

Os eventos pensados para a cidade de Terenos devem estar no calendário anual da cidade para que consigam se consolidar e atrair mais público a cada edição.



EVENTOS TEMÁTICOS



Como é?

Consolidar e inovar

Os eventos precisam repercutir de forma positiva o posicionamento escolhido pela cidade de Terenos, tornando a cidade atrativa a esses diferentes tipos de público.

Para que isso aconteça, o município deve consolidar os eventos que já existem na cidade e possuem um público fiel e inovar trazendo novas atrações neste segmento, que vão além das festividades tradicionais, pois devem conseguir conquistar diferentes faixas etárias.

Orgulho e pertencimento

Os eventos também precisam contemplar o público local e serem sinônimo de orgulho e pertencimento para a cidade. Desse modo, eventos que sejam de iniciativa pública devem contar com o apoio e o engajamento da população na sua concepção e execução, tornando-se sinônimo de prospecção coletiva do território e desenvolvimento local. Portanto, associações e comunidades devem se unir na realização dos eventos, buscando sempre manter as características identitárias.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

Quem deve se envolver?

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

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Mapear eventos existentes na região

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

2. Propor novas opções de eventos

Analisar o contexto para identificar eventos promissores com vocação local.

3. Organizar calendário anual de eventos

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

4. Planejar como um ecossistema

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

5. Promover e incentivar sua divulgação

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

EVENTOS TEMÁTICOS



Ideias e Inspirações

Festival da Cultura Japonesa

Aqui se propõe a criação de um evento para reverenciar a cultura japonesa dos imigrantes. Sabe-se que atualmente estas manifestações estão atreladas a Festa do Ovo, que é realizada pela colônia japonesa da cidade. Realizando-se um evento destinado apenas as manifestações culturais nipônicas, valoriza-se ainda mais a trajetória e o desenvolvimento da comunidade local. Como propostas de atividades, podem ser realizados um festival gastronômico com apresentações artísticas de música e dança, uma mostra de filmes japoneses e também um encontro de mangás e animes, com o intuito de atrair o público que admira a arte dos quadrinhos e desenhos japoneses, ente outros.

Criar um Festival dedicado exclusivamente para reverenciar a cultura japonesa;
Buscar atrair diferentes tipos de público por meio de atividades culturais ligadas a rica cultura nipônica.

Ideias e Inspirações

Festivais de Música na cidade

Terenos pode se tornar o local perfeito para grandes festivais de música e shows artísticos nacionais e internacionais no estado do Mato Grosso do Sul. Eventos de grande porte podem movimentar de forma significativa a economia de uma cidade pequena em apenas um final de semana, principalmente nos segmentos de alimentação e hospedagem. A facilidade logística que Terenos apresenta pode ser um dos grandes diferenciais para receber este tipo de evento.

Para que estes eventos possam acontecer, é preciso apresentar uma infraestrutura adequada para recebê-los, organizando-se estrategicamente para acolher um grande número de pessoas numa mesma data.

Tornar Terenos uma cidade preparada para receber grandes eventos de música no Mato Grosso do Sul, entrando para os circuitos de shows estaduais, nacionais e internacionais.





Ideias e Inspirações

Valorizando a produção local: Feira da Agricultura Familiar

Realizar uma feira da agricultura familiar é valorizar um dos grandes tesouros que a cidade de Terenos possui, que são os produtos colhidos nas propriedades rurais do município, de forma artesanal e orgânica, destacando-se principalmente pela qualidade e pelo sabor oferecidos. A feira pode ser realizada de modo semanal ou quinzenal em um espaço adequado para receber os visitantes. Podem ser oferecidas degustações de produtos e até mesmo cestas de piquenique para serem consumidas no local, com espaços apropriados.

Realizar uma feira semanal ou quinzenal com produtos colhidos em assentamentos e propriedades rurais do município; Possibilitar aos frequentadores e visitantes degustações e até mesmo um piquenique com os produtos locais.

Ideias e Inspirações


Festa do Ovo e de Santo Antônio: Eventos para o público de massa

Eventos como a Festa do Ovo e de Santo Antônio devem se tornar os grandes eventos anuais da cidade, capazes de atrair público de massa.

A Festa do Ovo, apesar de ser um evento tradicional e já consolidado na cidade, deve ser um evento que ganhe cada vez mais dimensão e traga todo o ano inovação, oferecendo, por exemplo, as oficinas de gastronomia com pratos à base do ovo para os dias do evento também. Já a Festa de Santo Antônio, que foi realizada pela primeira vez em 2023, deve ganhar cada vez mais força e se tornar um dos eventos juninos mais desejados de Terenos e do estado do Mato Grosso do Sul.

Tornar a Festa do Ovo e de Santo Antônio eventos festivos anuais cada vez mais consolidados, com muita novidade e atraindo o público de massa para a cidade de Terenos.





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 conjunto 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?

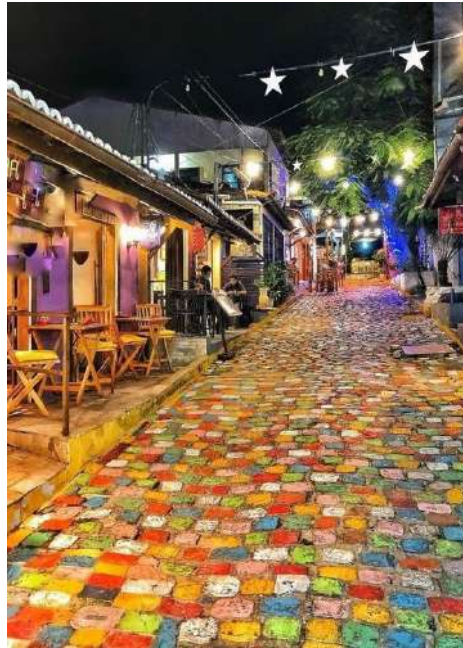
Poder público, empreendedores e pequenos negócios locais, além de associações comunitárias, dos moradores desta rua e integrantes do trade turístico local.

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 da cidade, 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 os programas com base no público de interesse. A disponibilização de serviços de spa e relaxamento, transporte gratuito para destinos turísticos remotos, facilitação de reservas de atividades, tematização de fachadas, ambientes e quartos com criatividade e criação de 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 a natureza. O Parador Casa da Montanha (Cambará do Sul, RS) e Tedesco EcoPark (São Francisco de Paula, RS) são referências importantes nesse segmento de hospedagens.

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 aos produtores.





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.

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 aceita 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 "Círculo Monumental", conhecido também como o "Espelho d'Água". De momento, devido ao fato de ser um espaço aberto, o espaço é sempre muito iluminado. Por isso, a Círculo possui uma arquitetura que reflete e ressaltam a cor azul do céu e o Congresso Nacional possui a sua fachada sempre iluminada. Seguindo o mesmo princípio, sendo também o "Espelho d'Água Monumental" criado por João Filipe de Lencastre, o Lúcio, que se destaca por suas curvas, para cor branca e pela relação com o azul do Lago Paranoá. Dessa forma, a escolha acabou por não coincidir com nenhum país estrangeiro que represente Brasília e tudo o que ela engloba.



© 2008 - 2009 - 2010 - 2011

ÁREA DE PROTEÇÃO

A fim de preservar a visibilidade da marca, foi criada uma área de proteção mínima. Tudo aquilo que esteja dentro do espaço mínimo de proteção deve ser respeitado. Sendo assim, qualquer elemento gráfico deve ser respeitado e não pode ser utilizado para fins que prejudique a marca, como no exemplo abaixo.



© 2008 - 2009 - 2010 - 2011

FUNDOS FOTOGRÁFICOS

Desde permitida também utilização em fundos fotográficos, desde que sejam mantidas a visualização e o reconhecimento da marca. Entretanto, sempre em qualquer ocasião, a marca deve ser aplicada assim como a área de proteção mínima da imagem.

• É proibida a imagem fotográfica que se referencie ao princípio e valores da marca Brasília.



© 2008 - 2009 - 2010 - 2011

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.



© 2008 - 2009 - 2010 - 2011

© 2008 - 2009 - 2010 - 2011

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

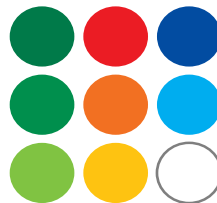
Na prática, a expressão da marca se concretiza por meio de quatro elementos gráficos essenciais que, quando coordenados, estabelecem uma identidade visual que unifica toda a comunicação.

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.

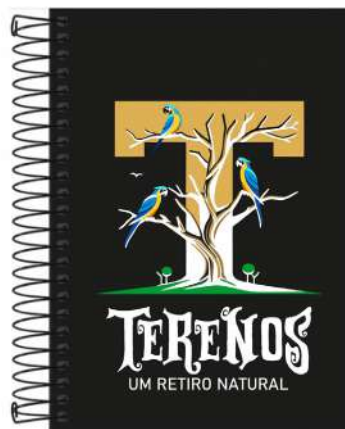
A marca de Terenos

Evidenciando o que a cidade tem de melhor

A marca sugerida para Terenos evidencia elementos que fazem parte da cultura, da economia, da paisagem e do ambiente local. Nela estão evidenciadas as Araras Canindés, que encantam os visitantes da cidade ao serem avistadas pelas matas e até mesmo no ambiente urbano. Desta forma, o símbolo gráfico é composto pelos galhos de uma árvore, onde as aves encontram-se pousadas, descansando em seu retiro natural. Ao fundo temos a silhueta da letra 'T', que pode ter variações de cores que se adaptam conforme a situação em que forem aplicadas. Da mesma forma, a tipografia escolhida também remete aos galhos de uma árvore, trazendo toda a atmosfera natural. A proposta pode ser aplicada de diferentes maneiras em produtos e souvenirs vendidos na cidade, além de elementos de comunicação visual como placas e outdoors, adesivagem de carros particulares e uso em capas de cadernos e agendas. Também deve ser utilizada nos meios digitais, como em redes sociais, plataformas de vídeo e aplicativos.



MARCA E IDENTIDADE



Eixo Comunicação

Projeto Complementar

Comunicação Visual

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





O que é?

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

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

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

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

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

Como é?

Marcando presença na paisagem

A aplicação prática da identidade visual da cidade acontece através de outdoors, sinalizações, publicidade móvel, eventos locais, abrigos de ônibus, totens, mapas, murais e 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 subir 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 e 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 que é objeto de estudos.





Ideias e Inspirações

Materiais promocionais e informativos

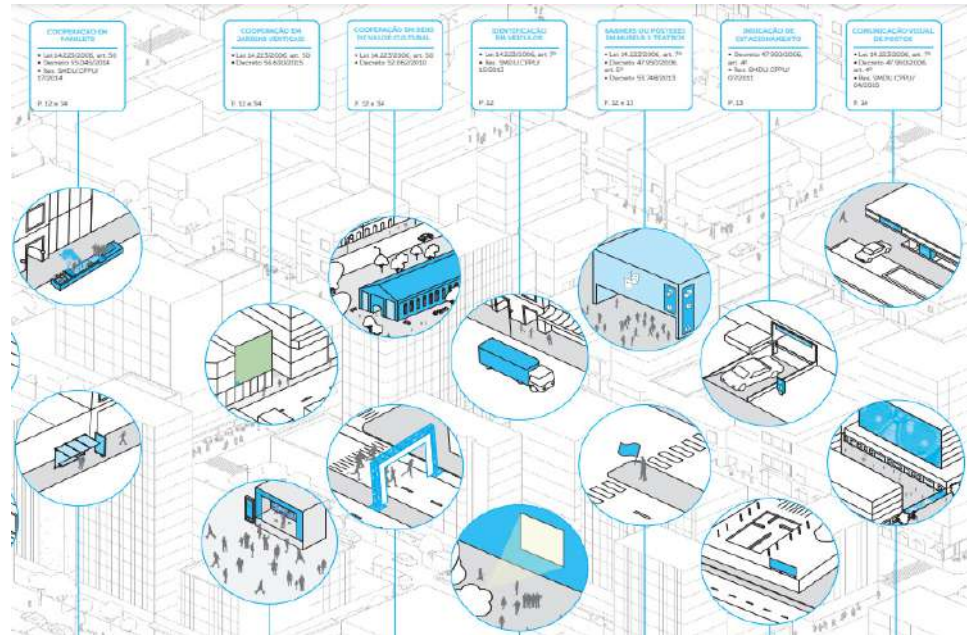
É fundamental criar materiais de apoio turístico, como mapas, folhetos e adesivos, integrando-os aos serviços cotidianos, como nas capas de cadernos escolares e na papelaria oficial da prefeitura. Essa inclusão da identidade visual em agendas e comunicados reforça a marca da cidade e, também, mantém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

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

Ideias e Inspirações

Fachadas organizadas e reguladas por lei para evitar a poluição visual

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



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



Eixo Comunicação

Projeto Complementar

Presença Digital

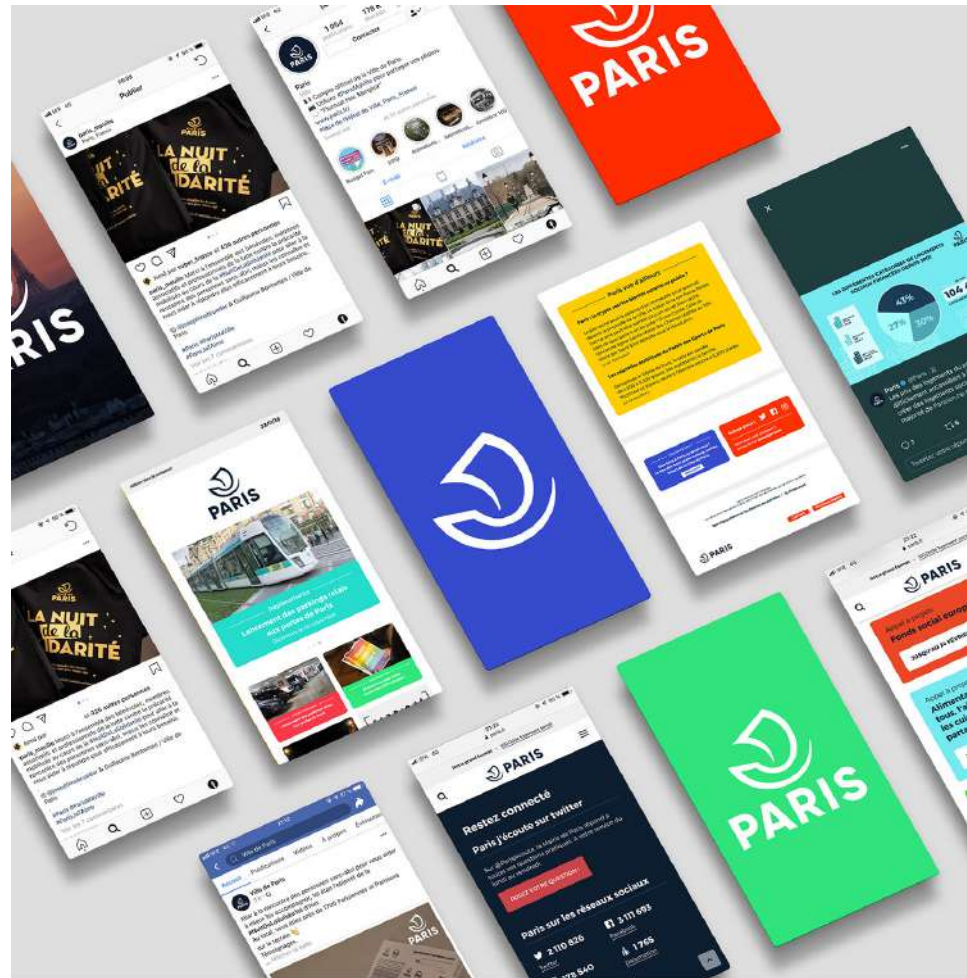
*“A cidade marcando presença no
badalado território virtual”*



O que é?

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

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





Como é?

Consistência na comunicação

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

O turista produtor de conteúdo

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

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

Quem deve se envolver?

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

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. *Planejar o conteúdo para redes sociais*

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

2. *Engajar o usuário*

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

3. *Colaboração com influenciadores digitais*

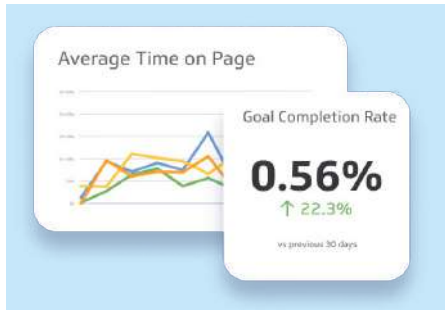
Estabelecer parcerias com influenciadores para divulgação da cidade em redes sociais.

4. *Contratar serviços de conteúdo e publicidade*

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

5. *Marcar presença*

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



Ideias e Inspirações

Tudo começa no Google

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

Investir em Google Ads.

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

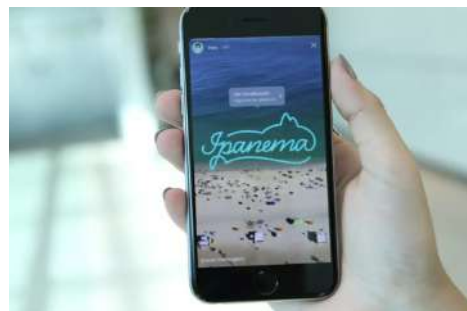
Acompanhar e sempre responder comentários e perguntas postadas nestas mídias.

Ideias e Inspirações

Imagem é fundamental hoje em dia

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

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





Ideias e Inspirações

Pautando a comunicação especializada

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

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

Ideias e Inspirações

Integração com plataformas de reservas

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

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



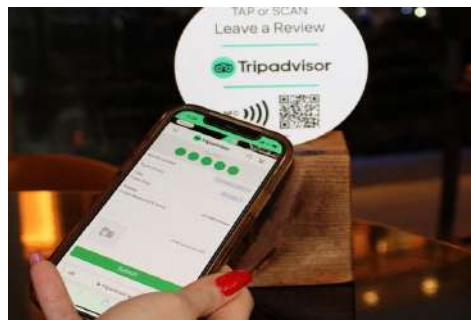
Inspire-se para sua próxima viagem



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



As casas espetaculares
Não impostas no alto de...





Ideias e Inspirações

Fidelizando influenciadores

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

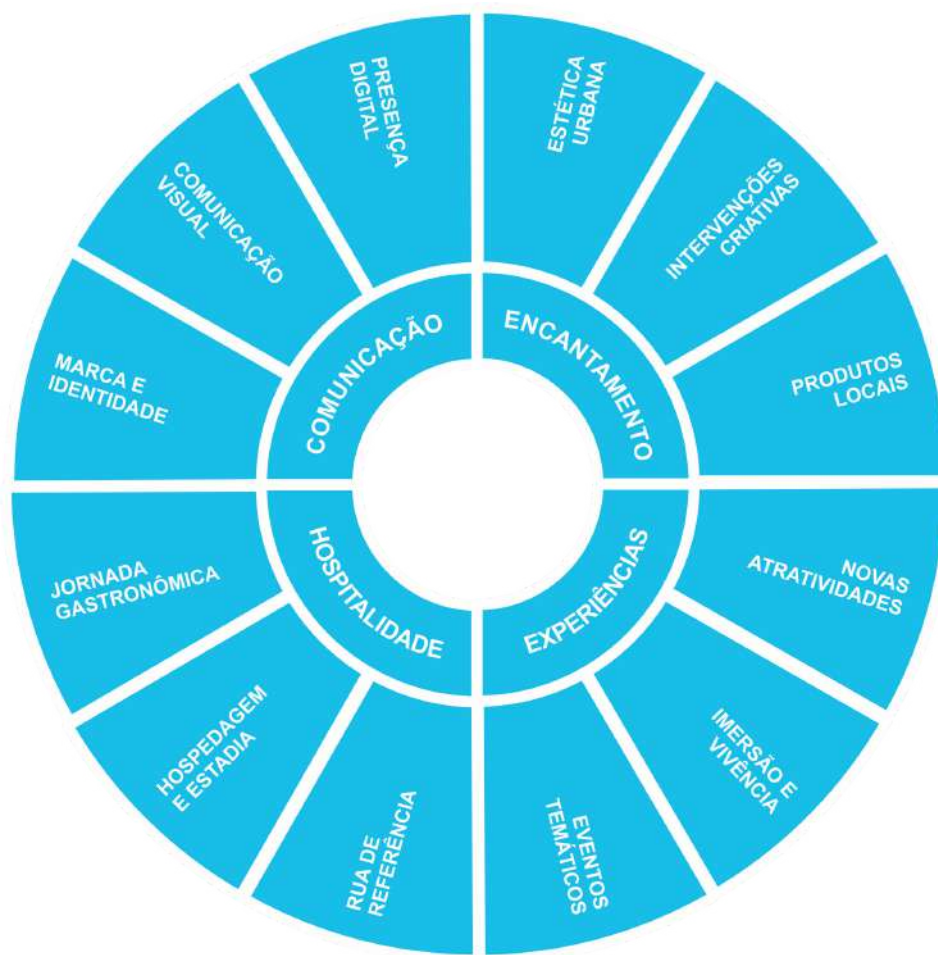
O programa não envolveu vínculos financeiros nem empregatícios e foi conduzido por meio de edital público. A seleção ocorreu no Dia Mundial do Turismo, permitindo a inscrição em diferentes redes sociais, com um limite de uma seleção por participante e exigindo um mínimo de 20 mil seguidores. Esta foi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

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



Considerações Finais

CONSIDERAÇÕES FINAIS



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

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

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

Colocando as diretrizes dos projetos em prática

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

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

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

EIXO ENCANTAMENTO

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

EIXO EXPERIÊNCIAS

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

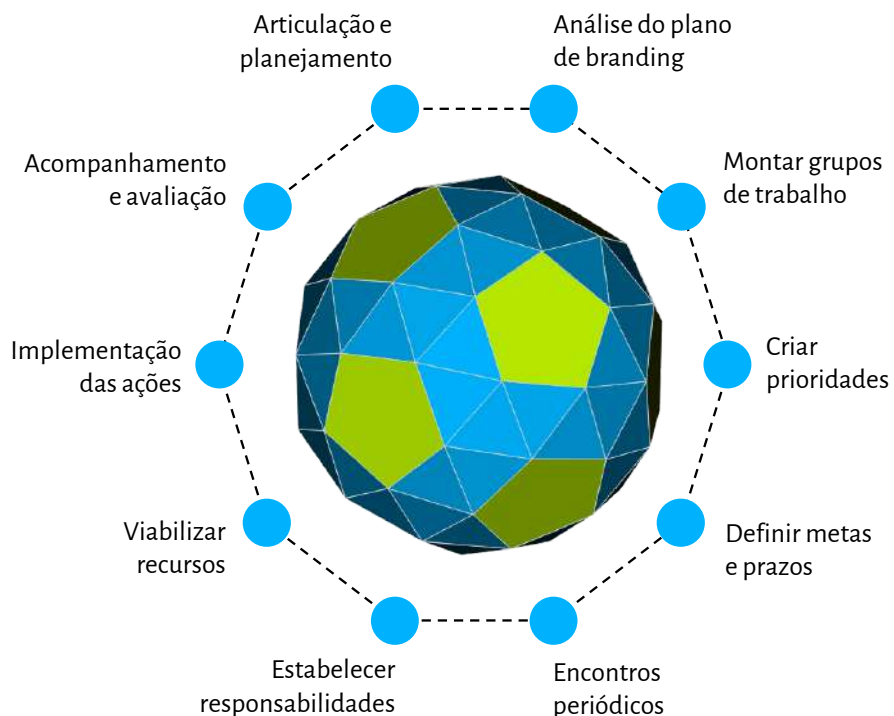
EIXO HOSPITALIDADE

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

EIXO COMUNICAÇÃO

O que ajuda a implementar: o slogan do município, os conceitos apresentados 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.

