



Plano de Branding Territorial para **Costa Rica**



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

COSTA RICA

Gerente: Luzicarla Souza Softov
Analista: Juliana Silva Barros
Consultor: Michel de Matos Martines

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



DOCUMENTOS PRODUZIDOS

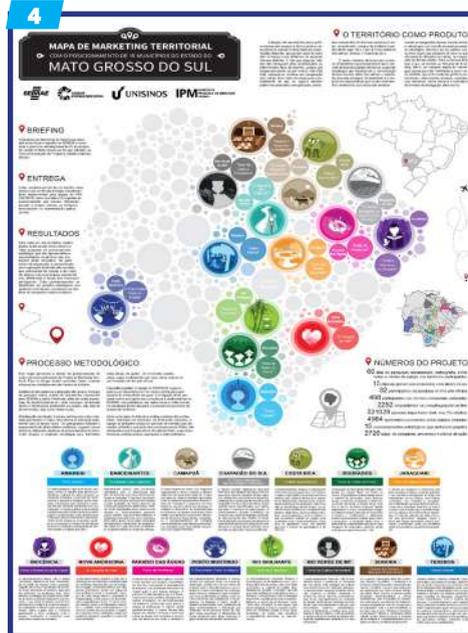
1

COSTA RICA	Problemas socioeconômicos da economia	Soluções propostas	Aspectos culturais
Atividade de contextualização	Atividade econômica	Atividade cultural	Atividade de produção cartográfica
Atividade econômica	Atividade cultural	Atividade de produção cartográfica	
Atividade cultural	Atividade de produção cartográfica		
Atividade de produção cartográfica			



3

Coluna 1	Coluna 2	Coluna 3	Coluna 4	Coluna 5	Coluna 6	Coluna 7	Coluna 8	Coluna 9	Coluna 10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
91	92	93	94	95	96	97	98	99	100



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

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

Além disso foram:

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



Branding Territorial

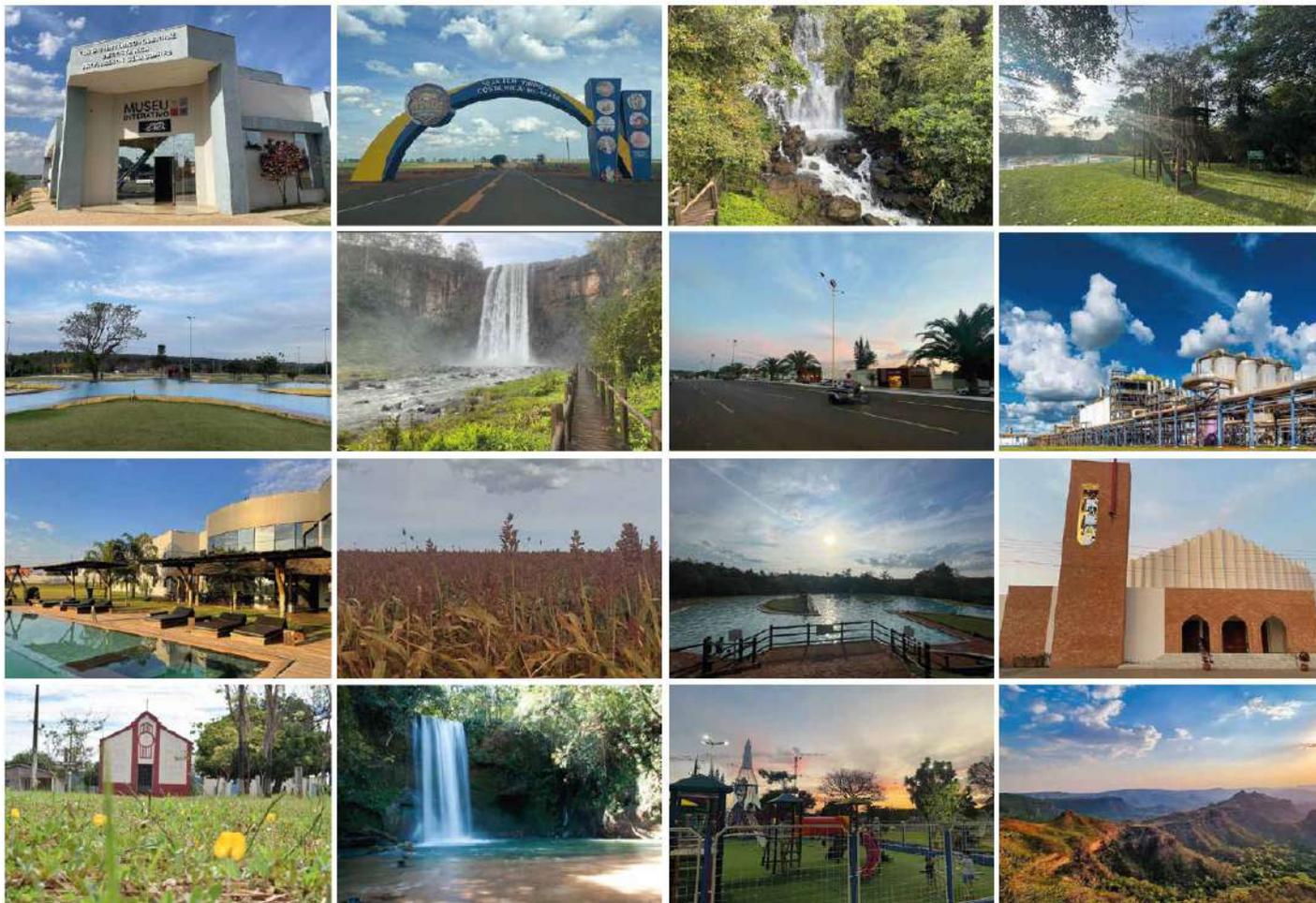
CONCEITO

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

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

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

IMAGENS DA CIDADE



O posicionamento destaca o potencial de Costa Rica no Agronegócio e no Turismo. O termo 'agroturística' une esses setores e sinaliza que a cidade oferece uma experiência diferenciada. Isso promove propriedades participantes do projeto Agro Rica, seja na venda de produtos locais, na criação de novos atrativos ou na expansão do projeto. Além disso, destaca ofertas turísticas já estabelecidas na zona urbana. O uso da palavra 'cidade' no slogan evita confusões com o país homônimo. Costa Rica se apresenta como um destino que une o melhor do agronegócio e do turismo.

PROPOSTA

Costa Rica

Cidade Agroturística



Eixos Norteadores

Os Eixos Norteadores

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

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

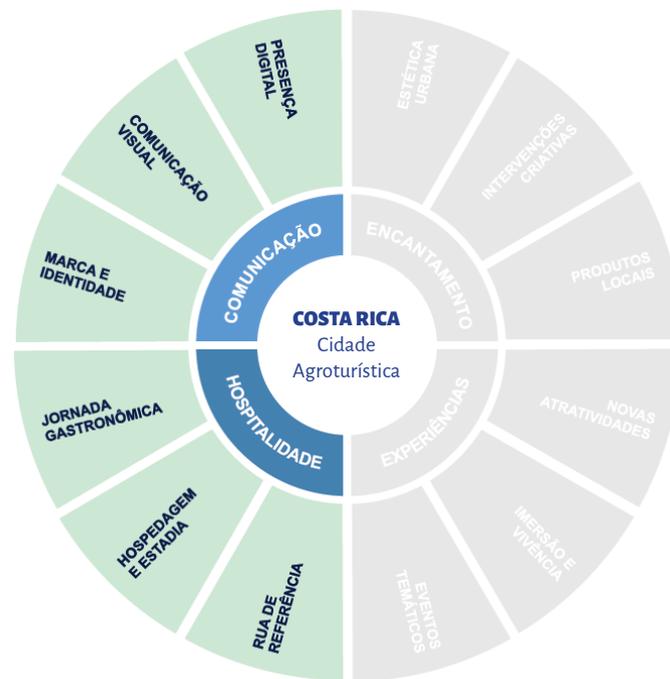


ORGANIZAÇÃO

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



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



Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Encantamento

*“Ações e intervenções para
surpreender quem chega”*



ENCANTAMENTO



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

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

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

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

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

Eixo Norteador

Encantamento

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

ESTÉTICA URBANA

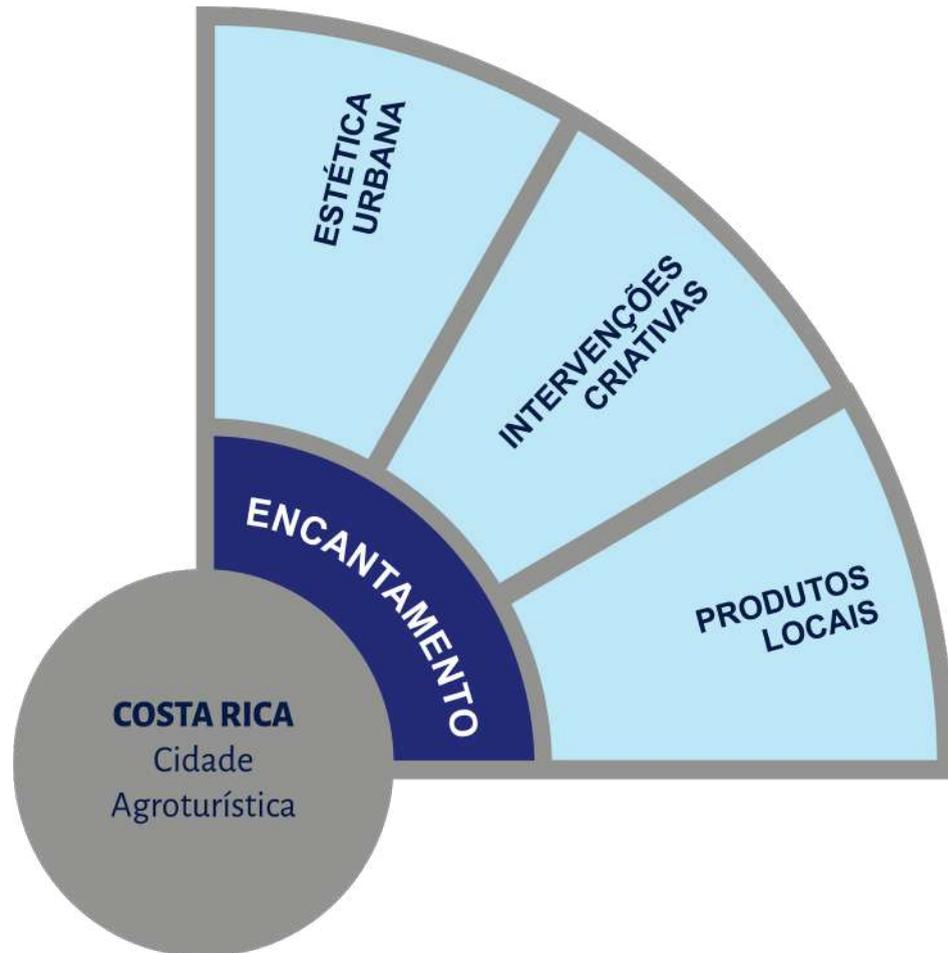
Estratégias para renovar a estética das ruas e dos espaços públicos.

INTERVENÇÕES CRIATIVAS

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

PRODUTOS LOCAIS

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





Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Experiências

“Atividades para entreter e fidelizar quem chega na cidade”

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

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

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

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

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





Eixo Norteador

Experiências

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

NOVAS ATRATIVIDADES

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

IMERSÃO E VIVÊNCIA

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

EVENTOS TEMÁTICOS

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

Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Hospitalidade

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



HOSPITALIDADE



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

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

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

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

Eixo Norteador

Hospitalidade

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

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

HOSPEDAGEM E ESTADIA

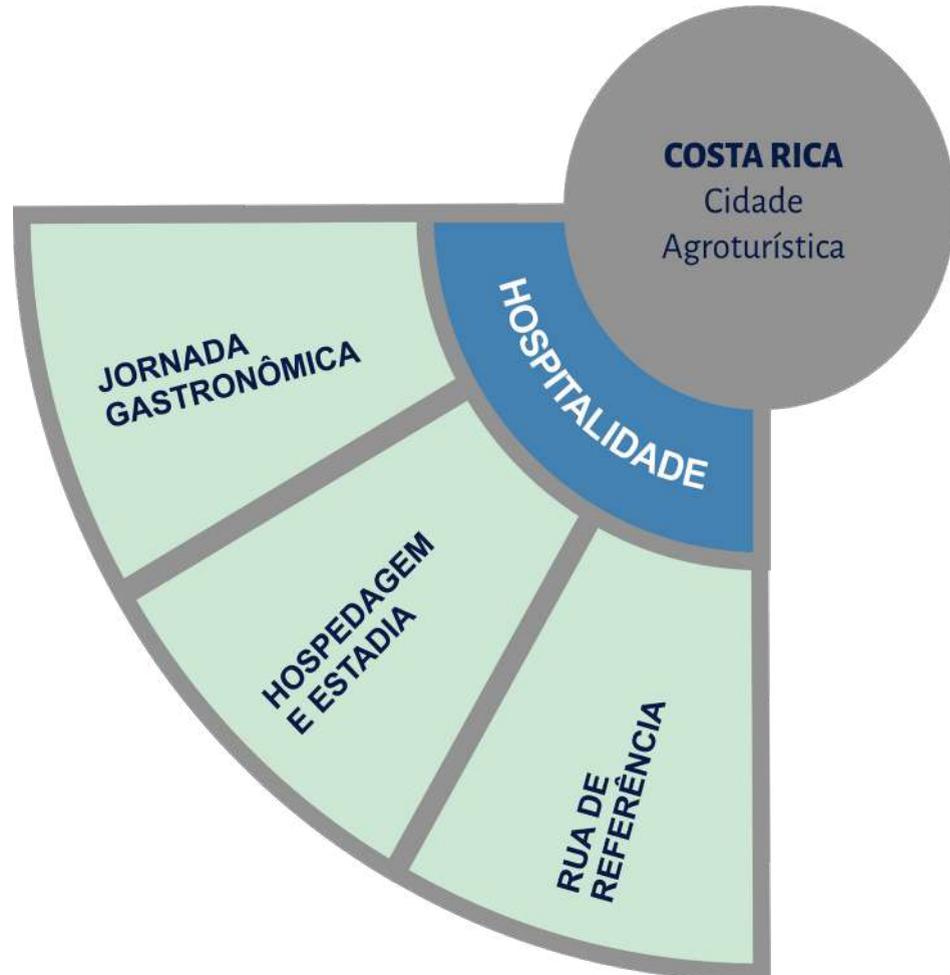
Estratégias para melhorar o que existe e inovar na oferta de acomodações para turistas.

JORNADA GASTRONÔMICA

Estratégias para despertar o interesse dos visitantes por sabores locais.

RUA DE REFERÊNCIA

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





Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

Comunicação

“Estratégias para informar, promover e entregar identidade”

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

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

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

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





Eixo Norteador

Comunicação

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

MARCA E IDENTIDADE

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

COMUNICAÇÃO VISUAL

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

PRESENÇA DIGITAL

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



Projetos Estratégicos



Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

Estética Urbana

*“Estratégias para reforçar os encantos
da cidade”*

O que é?

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

É fundamental que os turistas se sintam imersos em uma atmosfera distinta enquanto exploram as ruas da cidade. A diferenciação estética encontrada nas paisagens urbanas não apenas causa um impacto visual, mas também promove uma imersão no tema escolhido como identidade da cidade. Elementos reproduzíveis, como calçadas, áreas verdes e mobiliário urbano, oferecem oportunidades valiosas para expressar e consolidar esse conceito, criando assim uma atmosfera única baseada na cultura local e no conceito de agroturismo. Essa abordagem estética e singular na região certamente atrairá os visitantes, envolverá a comunidade local e proporcionará uma experiência marcante e enriquecedora na cidade. Nesse contexto, Costa Rica pode explorar símbolos que remetem à sua identidade, como grãos e produtos agrícolas, sustentabilidade e as cores amarelo e azul.





Como é?

Colorida e no tom do agro

Costa Rica pode aprimorar seu paisagismo urbano incorporando flores nas cores azul e amarelo, refletindo a identidade da cidade. Além disso, motivos agrícolas, como grãos, frutas e legumes, podem servir de inspiração para o desenho das calçadas e abrigos de ônibus. Essas medidas não só adicionariam beleza às ruas, mas também destacariam a cultura local, oferecendo uma experiência visual cativante e identitária para moradores e visitantes.

Sustentável e simpática

Costa Rica pode promover a hospitalidade ao instalar parklets como pequenos oásis urbanos para moradores e visitantes descansarem durante o passeio, transmitindo a mensagem de conforto para todos. Além disso, o uso de equipamentos urbanos sustentáveis acompanha o progresso da cidade, demonstrando sua vanguarda nas boas práticas urbanas. O uso de energia limpa também deve ser perceptível, mostrando uma Costa Rica consciente.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Esse projeto é fundamental para redesenhar a cidade com um impacto visual marcante e custos acessíveis. Envolvendo os residentes locais na melhoria paisagística, fortalece-se o senso de comunidade e pertencimento. A rápida transformação da paisagem, incluindo canteiros e calçadas, fortalece os laços comunitários. Este enfoque, alinhado às diretrizes propostas, promove uma identidade turística autêntica e atrativa, impulsionando o desenvolvimento sustentável e cultural de Costa Rica. A participação do poder público é crucial nesta etapa de projeto, regulamentando a instalação de parklets e renovando o mobiliário urbano quando for necessário, com apoio da iniciativa privada.

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

Amarelo e azul em canteiros e jardins

Propõe-se uma iniciativa para colorir as ruas de Costa Rica com canteiros, jardins e floreiras repletos de flores amarelas e azuis, refletindo as cores tradicionais da cidade. Entre as opções amarelas estão o girassol, crisântemo, cravo, acácia amarela, madressilva, gérbera, jasmim, amarelinha e hibisco. Já as flores azuis podem ser a borboleteira, gerânio, petúnia, lavanda, pingo de ouro, tumbérgia, bela emília, glícnia, agapanto e hortênsias. A prefeitura pode liderar a transformação dos canteiros públicos, mas a comunidade deve contribuir embelezando os jardins de suas casas. Cria-se uma atmosfera vibrante e acolhedora em toda a cidade. Gramado RS e suas hortênsias é uma referência inspiradora.

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

Ideias e Inspirações

Abrigos divertidos e funcionais

A cidade ganhará um toque de magia com abrigos de ônibus em forma de legumes e frutas, enaltecendo o agroturismo local. Imagine cenouras gigantes, abóboras coloridas e morangos enormes espalhados pelas ruas, criando uma atmosfera divertida e única. Essas estruturas não apenas embelezariam os espaços urbanos, mas também se tornariam pontos turísticos por si só. As pessoas parariam para fotografar e compartilhar nas redes sociais, promovendo tanto a cidade quanto os produtos do agro. É uma iniciativa que une beleza, diversão e promoção turística. Os abrigos de Konagai, no Japão, são uma bela referência.

Elaborar um projeto destes abrigos a partir de um concurso de ideias com o apoio do CAU/MS (Conselho de Arquitetura e Urbanismo);
Instalar ao longo das principais ruas, preferencialmente próximo ao comércio.





Ideias e Inspirações

Vias com arte de plantas e grãos

Sugere-se a criação de lajotas padronizadas com desenhos que evocam o universo dos grãos e produtos agrícolas, como soja, milho, algodão e trigo, entre outros. A prefeitura pode implantar essas lajotas em trechos de ruas, expandindo gradualmente ao longo do tempo. Os desenhos desenvolvidos por artistas e designers locais, ajudariam a transmitir a atmosfera de uma cidade profundamente ligada ao mundo agrícola. Inspirada nas calçadas de Barcelona, na Espanha, onde esses desenhos se tornaram até mesmo uma grife para souvenirs locais, essa iniciativa adicionaria um toque único e cultural às ruas de Costa Rica.

Definir um quarteirão para iniciar a ação;
Planificar e definir previamente os desenhos que serão aplicados;
Criar trechos com auxílio de artistas locais;
Implantar em calçadas existentes ou em futuras reformas de ruas locais.

Ideias e Inspirações

Parklets, pequenos oásis urbanos

Sugere-se a implantação de parklets em ruas da cidade. Parklets são como decks funcionais de extensão de calçadas que funcionam como espaços de convivência, geralmente instalados em locais de estacionamento. Propõe-se que esses parklets sejam como obras de arte urbana, caracterizados com materiais rústicos do campo, como madeira, para evocar a atmosfera agrícola, adornando a cidade. Esses espaços são ideais para paradas e descanso, oferecendo mesas e bancos, sendo posicionados estrategicamente em frente ao comércio e cafés, visando atrair mais movimento e interação. Também poderiam acolher pequenas hortas comunitárias, trazendo um pouco do campo para a cidade e fortalecendo o posicionamento de Cidade Agroturística.

Elaborar um projeto modular de parklets a partir de um concurso de ideias com o apoio do CAU/MS e instalar ao longo das principais ruas de Costa Rica, sempre próximo ao comércio local.





Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

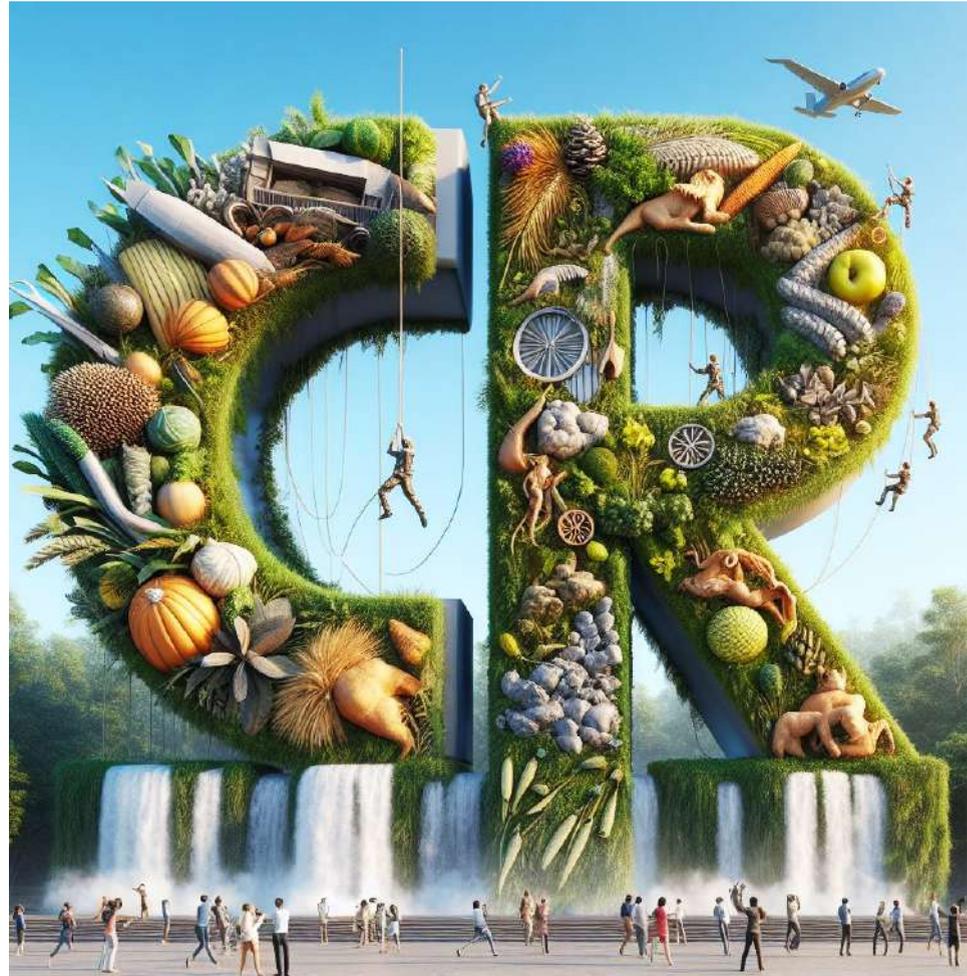
Intervenções Criativas

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

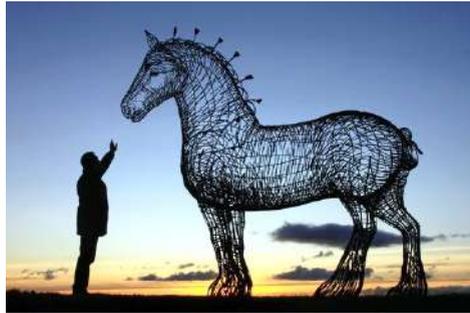
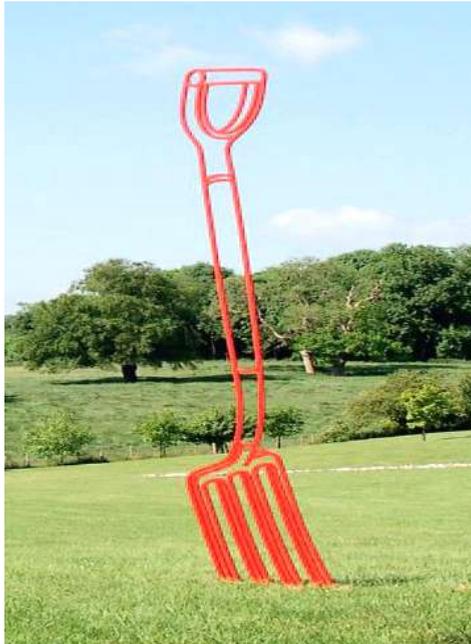
O que é?

Este plano oferece diretrizes para estabelecer marcos urbanos que reforçam e solidificam a identidade da cidade.

As expressões artísticas em Costa Rica enfatizam a valorização do universo agrícola, criando marcos urbanos distintos que atraem e encantam os turistas. Essa abordagem é observada em diversas cidades internacionalmente reconhecidas por seu sucesso turístico, ampliando o perfil da cidade para além de suas fronteiras e estabelecendo-a como um destino cativante e criativo, com intervenções que são irresistíveis para fotografar. Os símbolos explorados nessas intervenções refletem o mundo agrícola de Costa Rica, incorporando elementos que representam o algodão, ferramentas agrícolas e a dualidade entre turismo rural e aventura. Essa combinação confere uma autenticidade única, aprimorando a experiência dos visitantes com as tradições locais e a beleza natural. Ao fortalecer os laços com suas raízes culturais e ambientais, a cidade estabelece uma identidade memorável.



INTERVENÇÕES CRIATIVAS



Como é?

Explorando o universo agro

Propõe-se instalar intervenções urbanas que homenageiem a vida rural e a prática agrícola, destacando animais, ferramentas e instrumentos característicos. Além disso, na chegada da cidade, uma grande escultura com as iniciais da cidade incorporaria elementos visuais do universo rural e de aventura, resumindo o que a cidade oferece como destino agroturístico, unindo experiências autênticas do campo e aventuras emocionantes.

Encantando com o algodão

Sugere-se instalar intervenções urbanas que celebrem o algodão, cultura agrícola essencial e motivo de orgulho para a cidade. Ao chegar, os visitantes seriam recepcionados por um longo trecho de árvores evocando a imagem do algodão ou outra espécie impactante. Nas praças, grandes infláveis em formato de algodão representariam essa cultura, garantindo uma identidade marcante e acolhedora para Costa Rica, a maior produtora da matéria do estado.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A execução deste projeto em Costa Rica é fundamental para sua atratividade e para reforçar seu objetivo de se tornar uma cidade agroturística. A implementação pode ser gradual, com intervenções específicas e únicas. É crucial que essas intervenções transmitam claramente sua mensagem, consolidando a posição da cidade. Identificar locais apropriados, envolver a comunidade, alinhar temas, gerenciar recursos e avaliar o impacto são etapas essenciais.

As intervenções devem refletir a identidade local, conectando-a à história e cultura de Costa Rica, garantindo que cada expressão artística contribua para fortalecer a imagem e a atratividade da cidade.

Quem deve se envolver?

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

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. *Delimitar os espaços da ação*

Definir os espaços aptos para receber intervenções artísticas na cidade.

2. *Seleção de artistas*

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

3. *Criação de obras da cultura pantaneira*

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

4. *Criação de exposições artísticas*

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

5. *Implementação e Gestão*

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

INTERVENÇÕES CRIATIVAS



Ideias e Inspirações

Chegando pela Rota do Algodão

Propõe-se uma paisagem marcante na chegada à cidade com um trecho de 1 km na estrada (como antes ou após o pórtico de entrada de Costa Rica) adornado com árvores paineiras em ambos os lados, com seus tufos brancos de flores, lembram o algodão, celebrando a cultura local. Este “caminho de algodão” seria não apenas uma referência visual encantadora, mas também um ponto de destaque para fotos e postagens em redes sociais, seguindo a tradição dos caminhos das hortênsias em Gramado, RS. Tal intervenção geraria um encantamento muito forte, tanto para o visitante que chega pela primeira vez quanto para o mais habitado, reforçando a identidade única de Costa Rica.

Definir a árvore ideal com a ajuda de botânicos e paisagistas;
Determinar o trecho da implantação;
Articular com atores locais e garantir sua manutenção pela própria comunidade.

Ideias e Inspirações

Um letreiro imponente para uma cidade agroturística atrativa

Propõe-se a instalação de uma grande escultura na entrada de Costa Rica, formando as letras C e R, representando o universo rural com símbolos do campo e grãos, e o mundo da aventura na natureza, com elementos que evocam belezas naturais e práticas esportivas. Essa inspiração segue a tradição de Cambará do Sul, no RS, que usa essa mesma ideia para identificar seus cânions, criando uma marca visual única e convidativa que ressalta as múltiplas experiências disponíveis na região. Essa iniciativa certamente cativaria os visitantes, destacando a diversidade de atividades em Costa Rica.

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



INTERVENÇÕES CRIATIVAS



Ideias e Inspirações

Valorizando a força do agro

Sugere-se a instalação de grandes esculturas nos campos ao redor da cidade, evocando instrumentos e ferramentas da lida rural, como arados, enxadadas, garfos, pás e animais da fazenda. Essas obras de arte decorariam o horizonte com o tema agrícola, conectando o turismo à apreciação dessas peças. Com alto poder de encantamento, tais intervenções poderiam ser implantadas da noite para o dia, gerando curiosidade e atraindo a atenção de visitantes e moradores pelo inusitado, além de enriquecer a paisagem com elementos culturais e históricos da região.

Definir os locais para a intervenção, podendo ser tanto espaços públicos como concessões de áreas privadas;
Elaborar as esculturas com artistas locais terceirizados contratados através de concurso de ideias.

Ideias e Inspirações

Esculturas que evidenciam o algodão

Sugere-se a instalação de grandes esculturas infláveis brancas nas praças da cidade, inspiradas no aspecto fofo e macio do algodão. Essas obras reforçariam a presença e a importância cultural dessa cultura, enquanto também despertariam o interesse do público infantil pelo aspecto lúdico. Iluminadas à noite, garantiriam registros em todas as horas do dia, servindo como um grande marco urbano e referência de localização. Estas instalações podem ter, inclusive, funcionalidades ou operações como venda de bebidas. Essa iniciativa não só embelezaria a cidade, mas também fortaleceria sua identidade e atratividade, tornando-a folclórica e memorável para moradores e visitantes.

Iniciar com um ponto, ampliando futuramente para outros;
Contratar artistas especialistas em infláveis para desenvolver o projeto;
Devem garantir a manutenção da obra o Poder Público e a iniciativa privada.



Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

Produtos Locais

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



O que é?

Este plano orienta a criação de novos produtos representativos de Costa Rica.

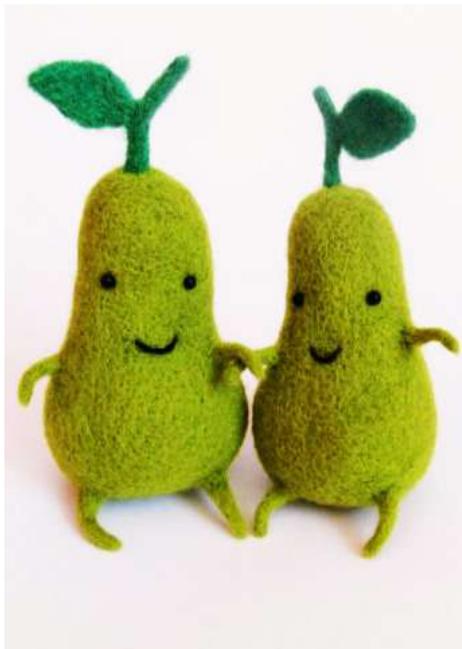
Criar itens típicos desempenha um papel essencial em representar a rica e diversificada cultura local, atendendo às expectativas dos visitantes que chegam à cidade e à Casa do Artesão. Esses produtos reforçam o posicionamento desejado e oferecem também uma experiência sensorial que é aguardada pelos visitantes. A simbologia envolvendo o algodão, os grãos da lavoura e o Santo Fujão proporciona um amplo campo criativo para novos produtos, conectando-se imediatamente aos visitantes com seu valor autêntico.

Esses artigos carregados de significado cultural não apenas servem como lembranças especiais, mas também refletem a identidade genuína da cidade.

O envolvimento da comunidade na criação desses itens é importantíssimo para garantir sua autenticidade e caráter local, por isso é importante que grupos de artesanato, associações e agroindústrias se engajem na causa.



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, como o algodão.

Camisetas e acessórios

Vestuário com estampas de ícones da região.

Alimentos e bebidas

Produtos gastronômicos típicos da região.

Brinquedos e jogos

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

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

Quem deve se envolver?

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

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Mapeamento de materiais e produtos

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

2. Mapeamento de artesãos e designers

Mapear profissionais para a criação e produção de artefatos diferenciados.

3. Capacitação da mão de obra local

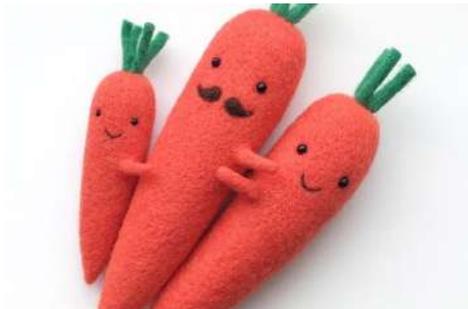
Qualificação dos artesãos locais para a confecção de produtos com valor agregado.

4. Busca de referências no mercado

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

5. Criação de portfólio de novos produtos

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



Ideias e Inspirações

Itens de decoração e brinquedos que tem o algodão como matéria-prima

Sugere-se ampliar o emprego do algodão, atualmente usado na produção de roupas, para o uso do feltro de algodão na confecção artesanal de itens decorativos, vestuário e brinquedos. O feltro de algodão é um material macio e maleável, derivado da compressão de fibras de algodão, ideal para trabalhos manuais. Isso poderia ser integrado ao projeto Rica Trama, garantindo uma produção autenticamente local. Esses itens decorativos e brinquedos devem fazer parte do selo de qualidade Genuinamente Costarricense, promovendo o posicionamento da cidade e até mesmo servindo como itens de exportação.

- Criar parceria com designers para definir um padrão qualificado e diferenciado de produto;
- Capacitar a comunidade local para produzir artesanalmente e localmente;
- Divulgar como produto autêntico da cidade, disponibilizando em lojas locais.

Ideias e Inspirações

O universo agro como inspiração

Costa Rica deve adotar o mundo agro como seu ícone de identidade principal, sempre explorando aquilo que produz localmente – como grãos, algodão e hortaliças – para desenvolver produtos e souvenirs derivados. Este item torna-se quase obrigatório ao visitar a cidade, pois estará presente na estética da cidade e nas experiências turísticas e rurais oferecidas. As imagens ao lado, geradas por meio de inteligência artificial, ilustram como é possível produzir artesanatos, souvenirs e outros tipos de produtos tendo a temática agrícola como inspiração. Neste caso, foram criados pequenos vasos que funcionam como objetos de recordação e de decoração, mas é imenso o potencial de criação de produtos abordando a temática agro.

Criar produtos com temática 'agro' com artesãos locais;
Incentivar a aderência a este projeto, sugerindo que todos os espaços públicos tenham bancas deste produto.





Ideias e Inspirações

Os pés do Santo Fужão dão sorte

Sugere-se a criação de um souvenir inusitado para a cidade: os Pés do Santo Fужão. Esculpidos em madeira, esses pés seriam uma lembrança curiosa, cheia de mística em torno da história local. Perfeitos para despertar espanto e curiosidade, representariam um ativo cultural a ser explorado, especialmente como souvenir autêntico da cultura local. Ao serem vistos, esses pés provocariam a contação da história do Santo Fужão para todos que passam, enriquecendo a experiência dos visitantes e reforçando a tradição oral da comunidade. Esse artesanato também poderia ser envolvido em uma narrativa de “pés da sorte”, em alusão aos pés de coelho, comumente associados a essa temática.

Desenvolver parceria com designers para criação destes itens, para que sejam únicos e com valor agregado;
Capacitar artesãos locais para produzir artesanalmente as peças em madeira.

Ideias e Inspirações

Cerveja feita com grãos locais

Propõe-se a criação de uma cerveja artesanal feita com grãos locais de Costa Rica, transformando-a em uma bebida autêntica exclusiva da cidade, uma verdadeira relíquia local que desperta o interesse e o consumo dos visitantes. Esse produto também merece o selo de autenticidade genuinamente costarricense. Como exemplo, diversas cervejas artesanais no sul do Brasil são feitas com ingredientes únicos, como bergamota e erva-mate, destacando-se pela sua originalidade e apelo regional, consolidando-se como um produto típico de diversas localidades que a produzem e atraindo os apreciadores da bebida a estas cidades.

Desenvolver a ideia com produtores locais;
Firmar parcerias com mestres cervejeiros para definir a autêntica cerveja da cidade de Costa Rica;
Incentivar a aderência deste projeto, sugerindo que todos os estabelecimentos ofereçam a bebida em seu cardápio.

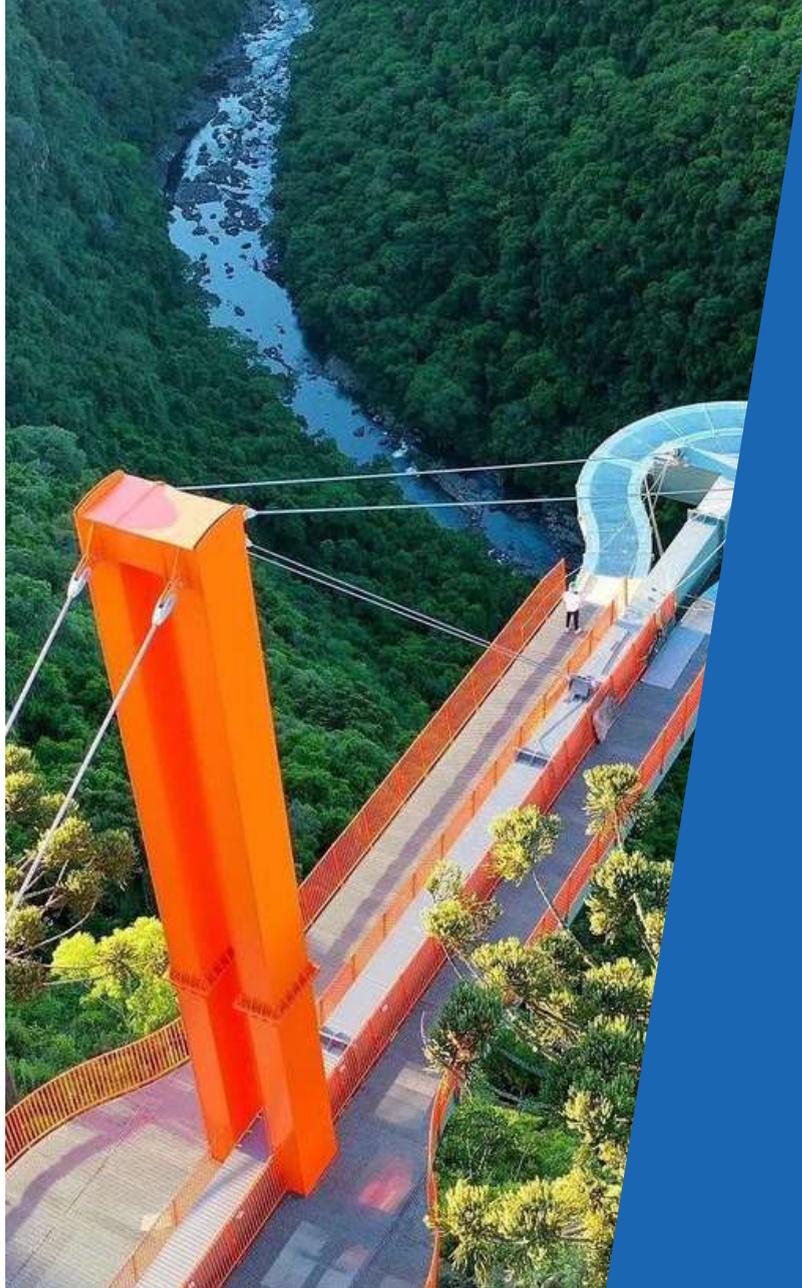


Eixo Experiências

Projeto Estratégico

Novas Atratividades

“Atrações para todas as idades, gostos e expectativas”



O que é?

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

Além de assegurar uma estadia agradável e oferecer opções gastronômicas de alta qualidade, é crucial para a cidade criar atividades envolventes que possam atrair novos públicos e consolidar sua posição no cenário turístico. Os visitantes que escolhem Costa Rica buscam experiências únicas, e a cidade possui o potencial de proporcionar vivências memoráveis explorando sua natureza, o contexto empresarial, a relevância do algodão e a presença marcante do setor agropecuário. Iniciativas como a melhoria da orla do Rio Sucuriú, um centro comercial aberto que também funcione como um centro de negócios, um museu dedicado ao algodão e um lago com barcos temáticos enriquecem a jornada dos turistas. Isso diversifica as opções de atividades e torna a estadia mais atrativa, fazendo com que a cidade se destaque em diferentes frentes.



NOVAS ATRATIVIDADES



Como é?

Criando um hub de lazer e negócios

Propõe-se a criação de um open mall inovador na cidade, atendendo à demanda da população. Este mall não seria apenas um local para compras e lazer, mas também um hub de negócios, oferecendo espaços para reuniões, trabalho remoto, coworking e capacitações. Além disso, seria também um centro de informações agroturísticas, tornando-se um ponto de referência essencial em Costa Rica.

Explorando as belezas naturais e incrementando com o toque do agro

Propõe-se a qualificação da orla do Rio Sucuriú, tornando-a um espaço de lazer com diversas atrações. Sugere-se a criação de um museu dedicado à cultura do algodão, com enfoque também para o público infantil. Para ampliar as opções de estadia na zona rural, sugere-se a adaptação de um lago da cidade com barcos e pedalinhos inspirados em hortaliças, assim como os quiosques e mobiliários que irão compor a área de entretenimento urbano.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A cidade de Costa Rica 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 Costa Rica deseja atrair?

2. Planejar um portfólio de atrações

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

3. Atrair novos empreendimentos

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

4. Qualificar as atrações existentes

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

5. Implementar atração de grande impacto

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

NOVAS ATRATIVIDADES



Ideias e Inspirações

Hub de referência para lazer e negócios

Sugere-se a criação de um open mall tematizado com elementos do agro, um conceito que combina espaços comerciais, gastronomia e lazer em um ambiente convidativo, como um shopping center aberto. Este 'mall' também funcionaria como um hub de negócios, oferecendo áreas de coworking, trabalho remoto e salas de reunião compartilhadas para os produtores rurais e os turistas de negócios. Além disso, serviria como centro de informações agroturísticas, proporcionando aos visitantes insights sobre oportunidades de turismo e contatos com produtores locais, enriquecendo assim a experiência turística e empresarial na cidade.

Definir o local, de preferência acessível e próximo do centro da cidade;
Incentivar a participação da comunidade, principalmente do pequeno produtor;
Divulgar na região, para que empreendedores invistam no local.

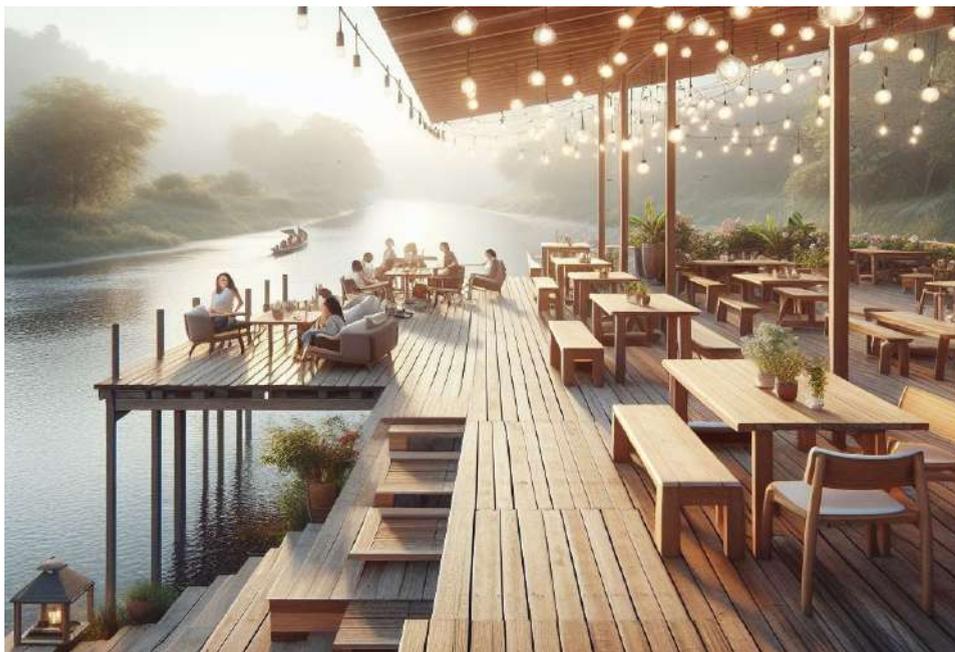
Ideias e Inspirações

Um encantador espaço do algodão

Sugere-se a criação de um Museu Oficial do Algodão, ou ala no museu da cidade, que será um espaço dedicado a promover a cultura e produção de algodão na região. Com foco na interatividade, o museu utilizará recursos tecnológicos para envolver os visitantes, especialmente o público infantil, em ambientes que mostram tanto a história e a evolução desta cultura, quando seus usos inusitados em diferentes frentes. Esse pode ser um espaço anexo ou uma continuidade do Museu Interativo já existente no Centro Histórico Cultural de Costa Rica. O Catavento Cultural, de São Paulo SP, e o Museu de Ciências e Tecnologia da PUCRS, são referências inspiradoras nesse segmento.

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





Ideias e Inspirações

Uma orla mais atrativa e receptiva

Sugere-se a qualificação da orla do Rio Sucuriú para complementar o Parque do Salto do Sucuriú, atendendo às necessidades da comunidade local. Isso ativaria esse patrimônio da cidade, criando um novo atrativo que oferece áreas de lazer e descanso, com balneário e comércio local expondo produtos regionais autênticos. Decks ao longo do rio proporcionariam espaços para famílias desfrutarem de refeições em restaurantes e momentos agradáveis ao ar livre, enriquecendo a experiência turística da região. Uma oportunidade é o Ives Hotel, que já possui uma estrutura em frente ao Rio e que também recebe pessoas no sistema day-use, e podendo ter sua oferta ampliada nessa linha.

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

Ideias e Inspirações

Lago com apelo agroturístico

Propõe-se a introdução de pedalinhos temáticos inspirados na estética do agronegócio, como grãos, hortaliças e frutas, no lago do Parque Ecológico Municipal Vilivaldo Rodrigues Barbosa. Essas divertidas esculturas flutuantes não apenas proporcionariam uma experiência única aos visitantes, mas também transformariam o ambiente, promovendo uma conexão lúdica com a natureza e a produção agrícola local. Também seria uma ótima atividade para famílias e crianças, por conta do tema lúdico e divertido, além de dar um novo uso a um local com potencial no município. Trata-se de uma abordagem inovadora para enriquecer a vivacidade do parque e criar memórias alegres para quem desfruta desse espaço único.

Definir as possíveis temáticas abordadas para garantir a diferenciação entre as opções disponíveis;

Estabelecer parcerias com fabricantes de moldes em fibra ou alegorias para elaborar estes barcos sob estruturas existentes.





Eixo Experiências

Projeto Estratégico

Imersão e Vivência

*“Experiências autênticas e descobertas
memoráveis”*

O que é?

Este projeto propõe a concepção de atividades centradas no turista como principal protagonista.

Este direcionamento visa criar experiências turísticas centradas no visitante, com um foco especial no turismo rural, no turismo rústico e no turismo de aventura em Costa Rica. Reconhecida por suas características naturais e contextos rurais, a cidade oferece uma ampla gama de vivências, desde experiências simples de contato com a vida no campo até emocionantes aventuras nos desfiladeiros próximos e empolgantes passeios de charrete, cavalo, bicicleta etc. Propõem-se atividades que proporcionem interações profundas, permitindo aos turistas mergulhar na autenticidade da cultura local. Ao se envolverem ativamente nessas experiências, os visitantes estabelecem laços significativos com o estilo de vida, as paisagens deslumbrantes e ritmo da região. Essa abordagem fortalece conexões emocionais, promovendo o retorno dos turistas e uma duradoura e positiva imagem da cidade.



IMERSÃO E VIVÊNCIA



Como é?

Vivendo o lado rústico e rural

Costa Rica deve explorar suas opções de turismo rústico e rural, incentivando os pequenos produtores locais a receberem os turistas em suas propriedades. Essa abordagem oferece uma vivência autêntica e imersiva, seja no turismo rural, explorando as atividades do campo, ou no turismo mais rústico, conectando-se profundamente com a natureza e apreciando suas belezas naturais.

Se aventurando pela região

Aproveitando os cânions e rios da região, sugere-se desenvolver o turismo de aventura com atividades como balonismo, rafting, trekking, rapel e tirolesa. Essas modalidades, já presentes, precisam ser qualificadas para proporcionar experiências seguras e emocionantes. Além disso, explorar a bela zona rural permitiria a criação de um circuito de cicloturismo e caminhadas orientadas com opções de piquenique nas propriedades rurais, enriquecendo ainda mais a oferta turística local, gerando novas oportunidades no setor turístico.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

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

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

Quem deve se envolver?

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

CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Mapear locais para imersões culturais

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

2. Estruturar atividades turísticas

Propor atividades autênticas ligadas ao eco-turismo e ao agroturismo

3. Criar oficinas das práticas locais

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

4. Planejar roteiros e deslocamentos

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

5. Disponibilizar campings e glampings

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



Ideias e Inspirações

Garantindo a aventura no cânion

Aproveitando o cânion próximo à cidade, propõe-se o desenvolvimento do turismo de aventura. Para isso sugere-se criar uma rede de infraestrutura completa para passeios de balão, trekking, mountain bike, rafting e tirolesas, entre outros. É necessário qualificar o receptivo a estes locais, através de quiosques padronizados que ofereçam facilidades ao turista que ali chega. Isso faz toda a diferença na vivência da região. O ambiente dos cânions é propício para a prática dessas atividades e, estando bem equipado, deve impulsionar significativamente o turismo atraindo visitantes em todas as estações. O parque de Cambará do Sul, no RS, é reconhecido por este tipo de atrativo.

Identificar empresas para implementar estes serviços na região;
Criar quiosques para infraestrutura necessária para a base de saída dos passeios, com serviços e facilidades ao turista.

Ideias e Inspirações

Experimentando a agricultura familiar

Propõe-se criar roteiros turísticos nas propriedades rurais de Costa Rica. Além da hospedagem, esses passeios oferecerão aos visitantes a oportunidade de participar nas atividades do campo, como a colheita de produtos agrícolas, possibilitando que levem consigo os itens colhidos, além de aprender a fazer pães artesanais e outras experiências autênticas. É crucial considerar o público infantil, frequentemente o foco dessas atrações. Essa imersão na cultura rural proporciona uma vivência autêntica, facilitando o contato direto com as tradições e costumes locais. A Fazenda Quinta da Estância, em Viamão RS, é um exemplo inspirador nesse segmento.

Mapear propriedades e interessados parceiros do Programa AgroRica para a promoção destas experiências;
Capacitar e qualificar a hospitalidade, atendimento e serviço dos locais;
Elaborar um mix de experiências com foco no público infantil.





Ideias e Inspirações

Roteiro de aventuras e esportes radicais

A cidade de Costa Rica possui uma geografia propícia para tornar-se um polo de turismo de aventura e esportes radicais na natureza. No entanto, áreas do município precisam receber infraestrutura e novas atrações devem ser desenvolvidas, criando um mapa municipal com roteiro de locais e atividades disponíveis. O turismo de aventura trata de viagens que envolvem desafios junto à natureza. Ao escolher ou desenvolver um local para turismo de aventura, é essencial equilibrar o desenvolvimento turístico com a preservação ambiental e o respeito pelas comunidades locais, garantindo uma experiência positiva para todos.

Criação de roteiros e estabelecimento de locais aptos para turismo de aventura e esportes em meio a natureza, oferecendo infraestrutura apropriada para esta prática e também para a realização de competições esportivas amadoras ou profissionais.

Ideias e Inspirações

Na rota dos mistérios e encantos

Propõe-se um turismo mais rústico em Costa Rica, explorando seus atrativos naturais para uma imersão autêntica na natureza. Isso inclui qualificar o Parque das Emas para acampamentos e observação dos cupinzeiros luminosos, com visitas a sítios arqueológicos com pinturas rupestres, além da Água Santa com a lagoa onde ninguém afunda. Esses atrativos combinados formam um roteiro de turismo rústico, permitindo aos visitantes vivenciar a riqueza natural de Costa Rica de forma única e diferenciada, destacando-se nessa atividade as peculiaridades locais fascinantes.

Estabelecer um roteiro pronto a ser percorrido de forma independente ou guiada;
Qualificar estes locais de parada, melhorando a infraestrutura e serviços;
Criar pontos de parada onde o visitante possa descansar e consumir algo local;
Qualificar a mão de obra local oferecendo cursos de guia de turismo.





Eixo Experiências

Projeto Estratégico

Eventos Temáticos

*“Um calendário repleto de
muito entretenimento”*

O que é?

Este projeto traz sugestões para a criação de novos eventos que mantenha o ecossistema turístico de Costa Rica em movimento e estimule o segmento.

Toda cidade deve organizar seu calendário de eventos considerando tanto aqueles voltados para o público em massa quanto os direcionados para nichos específicos. Em Costa Rica, que possui uma forte vertente agroturística, há oportunidades para explorar ambas as frentes. Festas que celebram a abertura da colheita ou o plantio, eventos destacando a importância do algodão na cidade, celebrações da lenda do Santo Fujão e competições esportivas com características rurais podem ser incluídas. A estratégia visa coordenar eventos sazonais e atemporais, evitando a dispersão da audiência. O projeto busca estabelecer um calendário regular de eventos, recomendando atividades nos primeiros finais de semana de cada mês e ajustando a oferta conforme a demanda, estimulando de forma progressiva a consolidação dessas atrações como produtos turísticos.



EVENTOS TEMÁTICOS



Como é?

Celebrando o agro

Costa Rica, como uma cidade agroturística, deve desenvolver eventos e festividades alinhadas a esse tema para atrair novos públicos. Festas que celebram o plantio de culturas específicas ou as colheitas da estação oferecem uma abordagem mais festiva ao agro, complementando a Expo Rica. Um grande festival em massa, celebrando o algodão e seus produtos, como roupas e gastronomia, também seria uma excelente forma de destacar a importância dessa cultura na cidade.

Orgulho e pertencimento

Propõe-se a criação de eventos de nicho que explorem aspectos da cultura local em Costa Rica. Sugestões incluem uma corrida estilo maratona pelos campos rurais, com o tema do Santo Fujão e uma edição de jogos rurais, como olimpíadas de provas rústicas, para promover e divulgar as pequenas propriedades da região. Essas iniciativas enriqueceriam a oferta turística, proporcionando experiências autênticas aos visitantes.

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

Festa da colheita e celebração do plantio

Costa Rica apresenta excelentes oportunidades para explorar sua produção rural, sendo uma cidade agroturística por natureza. Propõe-se, então, estabelecer festas temáticas, como celebrações do plantio de uma cultura específica ou a festa da colheita de determinada safra, para dinamizar ainda mais a região. Esses eventos de um dia podem incluir desfiles de rua, feiras gastronômicas, distribuição de mudas, atividades comerciais e oportunidades para os visitantes participarem ativamente do plantio ou colheita, tornando-se parte da festividade. Além disso, workshops sobre técnicas agrícolas, exposições de produtos locais e apresentações culturais podem enriquecer a programação, oferecendo uma experiência completa ao visitante.

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

Ideias e Inspirações

Jogos rurais: A luta pelo cinturão verde

Propõe-se a criação de um evento esportivo de jogos rurais em Costa Rica, com provas inspiradas na lida do campo. O objetivo é resgatar a tradição dos agricultores, oferecendo competições curiosas e divertidas para o público. Ao final, a equipe vencedora leva o Cinturão Verde, prêmio alusivo ao existente na cidade.

Organizado pela secretaria municipal com apoio de associações e sindicatos locais, o evento deve contar com provas como Serrote; Número de grãos; Peso do produto; Corrida de saco; Cabo de guerra; Pegar galinha; Ovo na colher; Revezamento de sabugo de milho; Arremesso de queijo e Tiro ao alvo de estilingue, entre outras. Essa iniciativa é comum em várias comunidades rurais do país e possui um forte apelo turístico.

Definir modalidades de acordo com a cultura e prática local;

Divulgar e incentivar a participação de todos, inclusive pessoas de outras cidades.





Ideias e Inspirações

O festival do algodão

Sugere-se a criação de um festival em homenagem à cultura do algodão, fundamental para Costa Rica. Este evento, idealizado para coincidir com o final da safra ou início do plantio, celebraria a relevância dessa cultura para a região. Com atrações diversificadas, como exposições agrícolas, desfiles temáticos, shows de música regional, gastronomia típica e atividades educativas sobre o cultivo do algodão, essa festa seria um atrativo para diversos públicos da região. Além de promover a valorização da cultura local e fortalecer os laços comunitários, estimularia o turismo na cidade, contribuindo para a economia local e o desenvolvimento sustentável.

- Estabelecer o programa em conjunto com os produtores locais;
- Promover a divulgação do produto típico através de comércio e itens autênticos de Costa Rica;
- Criar atividades e gincanas divertidas.

Ideias e Inspirações

A maratona do Santo Fujão

Costa Rica pode promover um evento esportivo em homenagem ao Santo Fujão, como uma corrida que atravessa sua pitoresca zona rural, culminando no centro da cidade. Com percursos de 5 e 10 km, a singularidade deste evento seria a integração do esporte com a degustação de produtos locais ao longo do trajeto, em uma abordagem semelhante à Maratona do Vinho do Vale dos Vinhedos, em Bento Gonçalves (RS). Essa corrida rústica celebraria o esporte, a religião e a cultura local, visando atrair corredores de todo o estado e do país e enriquecendo a oferta turística local.

Definir o trajeto programando paradas em pontos estratégicos que propiciem aos atletas consumir produtos locais;
É possível atrair tanto o público religioso, quanto outros públicos interessados no esporte;
Podem ser criadas as categorias de amadores e profissionais.





Projetos Complementares

Eixo Hospitalidade

Projeto Complementar

Rua de Referência

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



RUA DE REFERÊNCIA



O que é?

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

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

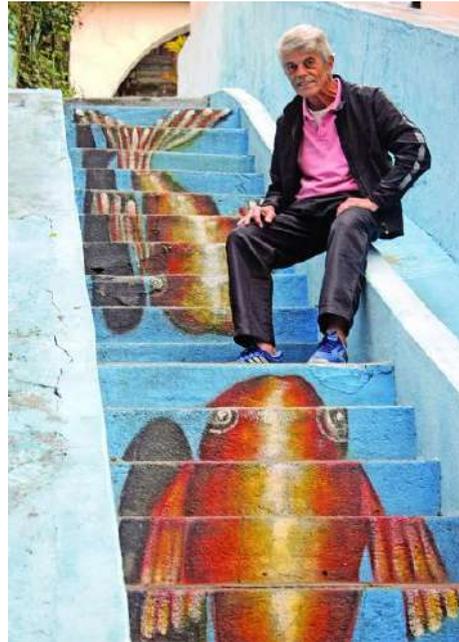
Como é?

Cheia de vitalidade e produtos locais

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

Um cenário atraente e inesquecível

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



CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Delimitar o trecho de ação

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

2. Engajar a comunidade

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

3. Projetar com os melhores

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

4. Mapear e articular o mix

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

5. Fomentar a cultura local

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

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

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

Quem deve se envolver?

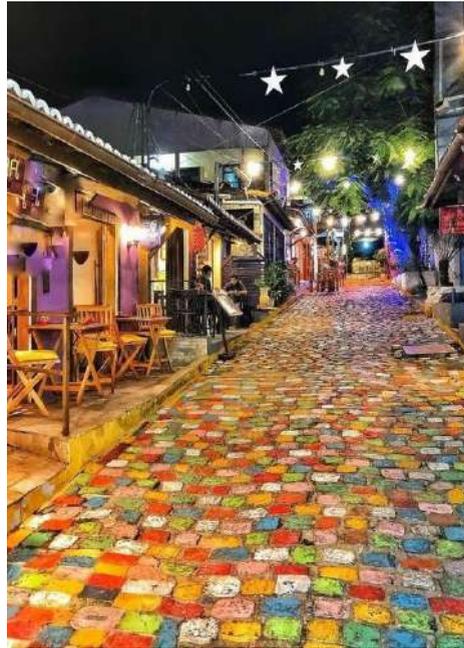
Poder público, empreendedores e pequenos negócios locais, além de associações comunitárias, dos moradores desta rua e integrantes do trade turístico local.

Ideias e Inspirações

Tem que ser uma rua bonita de se ver

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

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





Ideias e Inspirações

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

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

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

Ideias e Inspirações

Atenção ao público jovem e infantil

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

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



RUA DE REFERÊNCIA



Ideias e Inspirações

A rua que é um destino por si só

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

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

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

Eixo Hospitalidade

Projeto Complementar

Hospedagem e Estadia

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





O que é?

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

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

Como é?

Qualificando o que já existe

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

Criando novas opções

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



CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Mapear e tematizar

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

2. Diversificação e acesso

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

3. Profissionais criativos

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

4. Padrão e reputação

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

5. Divulgação eficiente

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

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

Quem deve se envolver?

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

Ideias e Inspirações

Pousadas temáticas, que podem estar alinhadas às diretrizes do posicionamento

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

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





Ideias e Inspirações

Microcasas e refúgios na natureza

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

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

Ideias e Inspirações

Glamour + Camping = Glamping

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

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





Ideias e Inspirações

Veículos adaptados

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

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

Eixo Hospitalidade

Projeto Complementar

Jornada Gastronômica

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





O que é?

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

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

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

Como é?

Qualificando a oferta existente

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

Destacando a autenticidade local

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



CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. *Diversificar a oferta*

Desenvolver ofertas gastronômicas variadas, alinhadas ao contexto local.

2. *Construir histórias*

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

3. *Capacitar pessoal*

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

4. *Promover produtos locais*

Estabelecer redes de produtores e promover certificações de sabores regionais.

5. *Aproximar para conectar*

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

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

Quem deve se envolver?

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

Ideias e Inspirações

Mais experiências autênticas

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

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





Ideias e Inspirações

Terroir: O melhor da região

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

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

Ideias e Inspirações

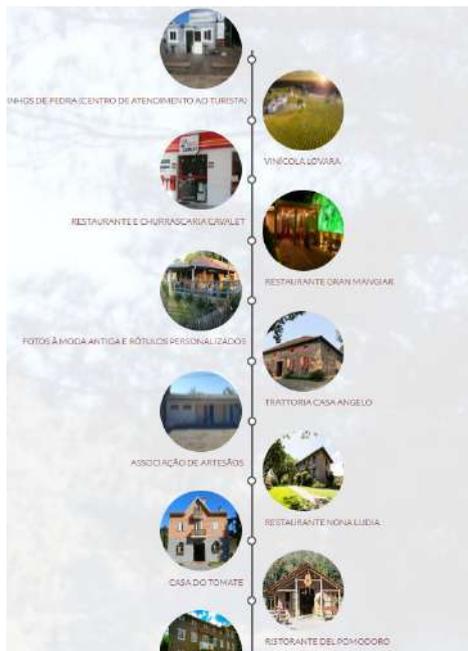
Bares e restaurantes temáticos

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

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



JORNADA GASTRONÔMICA



Ideias e Inspirações

Tem que ter rotas gastronômicas

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

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

Eixo Comunicação

Projeto Complementar

Marca e Identidade

*“Criando uma identidade que reforce
os diferenciais”*





O que é?

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

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

Como é?

Deve ser coerente e consistente

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

Destacando a autenticidade local

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



CREMIA PRINCIPAL

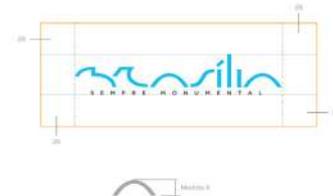
O espaço é privilegiado por sua complexa e marca. Ela foi escolhida devido ao alto nível de qualidade e também devido ao fato de estar localizada no Centro Histórico, cercada por edifícios de alto padrão. O monumento oferece um ponto de vista único, com uma vista para o Lago Paranoá, o Congresso Nacional e o Palácio do Planalto. A Catedral possui uma arquitetura que reflete a modernidade e a tradição. Seu arquiteto, o brasileiro Oscar Niemeyer, criou por João Pigeiras Lutz, o Lutz, que se destaca por suas curvas, para criar uma obra que representa Brasília e tudo o que ela significa.



10 - MARCA VISUAL - IDENTIDADE

ÁREA DE PROTEÇÃO

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



11 - MARCA VISUAL - IDENTIDADE

FUNDOS FOTOGRÁFICOS

Podem permitir também aplicações em fundos fotográficos, desde que sejam mantidas a visualização e o comprimento da marca. Entretanto, sempre em algumas condições. A marca deve ser aplicada assim em:

• Área de cor homogênea da imagem;
• Área de imagem fotográfica com um referencial que proporcione o volume da marca final.



12 - MARCA VISUAL - IDENTIDADE

FUNDOS COLORIDOS

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



13 - MARCA VISUAL - IDENTIDADE

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

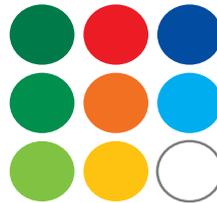
Na prática, a expressão da marca se concretiza por meio de quatro elementos gráficos essenciais que, quando coordenados, estabelecem uma identidade visual que unifica toda a comunicação.

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 Costa Rica

Evidenciando o que a cidade tem de melhor

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

Nela está evidenciada um dos principais insumos que a cidade produz, que é o algodão. A marca também destaca a pujança de outras culturas que são produzidas, representadas pelos diferentes traços que a arte gráfica possui. Há um destaque também para as paisagens naturais representadas pelas colinas e florestas ao fundo, demonstrando que Costa Rica possui, além do desenvolvimento agropecuário, riquezas naturais que atraem muitos visitantes até a cidade, ávidos a experimentar diversas aventuras.

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.



COSTA RICA
CIDADE AGROTURÍSTICA

MARCA E IDENTIDADE



Eixo Comunicação

Projeto Complementar

Comunicação Visual

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





O que é?

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

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

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

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

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

Como é?

Marcando presença na paisagem

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

A cidade se transforma em grife

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



CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

1. Criar um plano de comunicação

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

2. Adesivar e anunciar em veículos

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

3. Sinalização personalizada

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

4. Estratégia de outdoors

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

5. Criação de souvenirs e materiais de apoio

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

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

Quem deve se envolver?

Poder público e empresas de design especializadas em comunicação visual.

Ideias e Inspirações

Letreiros instagramáveis e originais

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

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

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

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





Ideias e Inspirações

Outdoors e painéis promocionais

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

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

Ideias e Inspirações

Comunicação impactante nas ruas

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

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





Ideias e Inspirações

Sinalização criativa e temática

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

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

Ideias e Inspirações

Publicidade urbana criativa

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

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





Ideias e Inspirações

Materiais promocionais e informativos

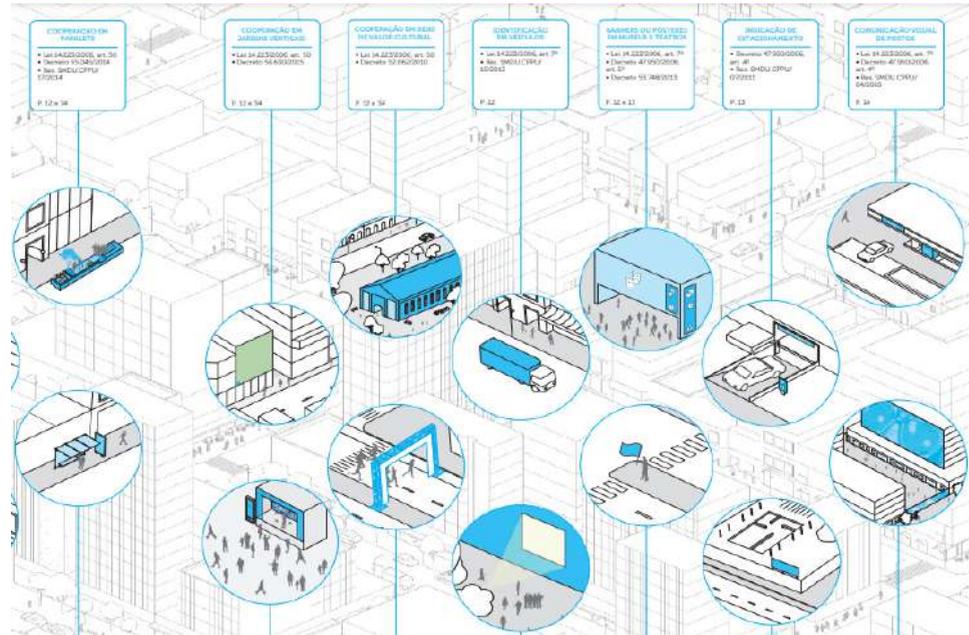
É fundamental criar materiais de apoio turístico, como mapas, folhetos e adesivos, integrando-os aos serviços cotidianos, como nas capas de cadernos escolares e na papelaria oficial da prefeitura. Essa inclusão da identidade visual em agendas e comunicados reforça a marca da cidade e, também, mantém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

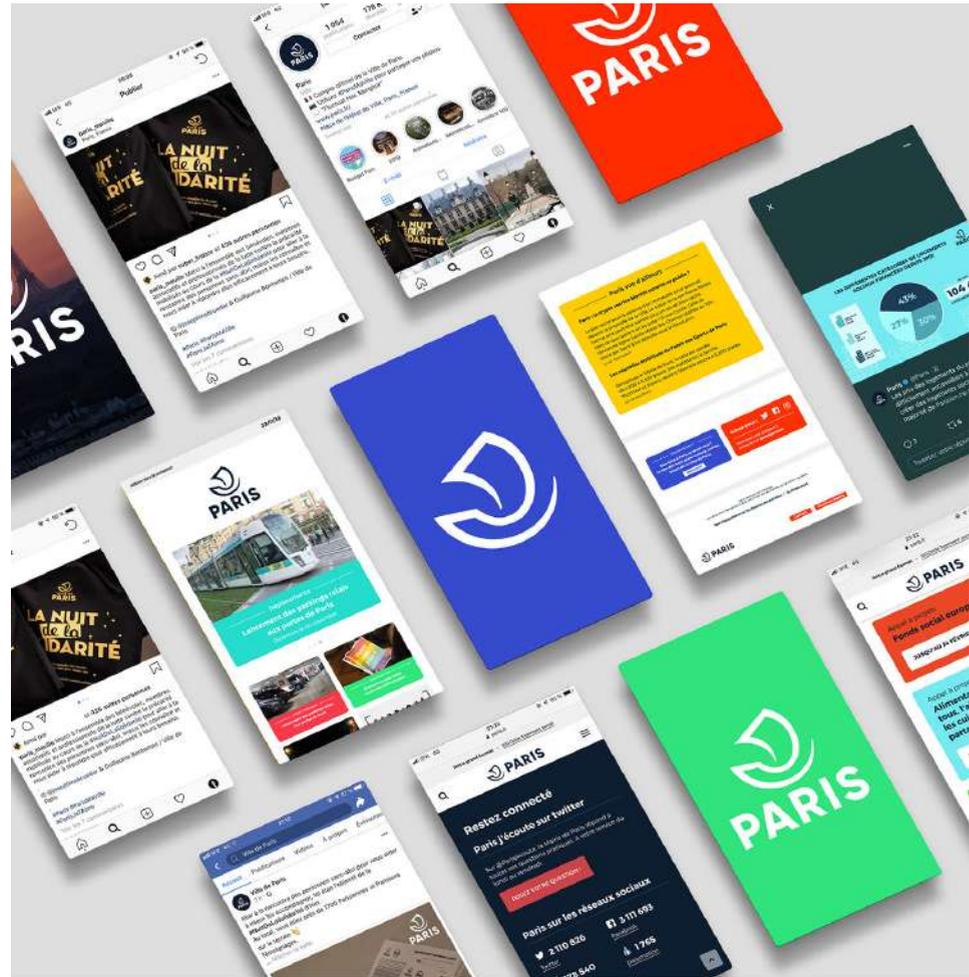
*“A cidade marcando presença no
badalado território virtual”*



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*

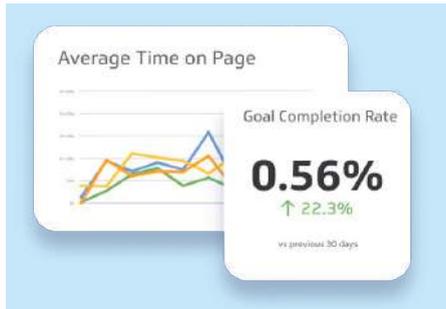
Estabelecer parcerias com influenciadores para divulgação da cidade em redes sociais.

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.

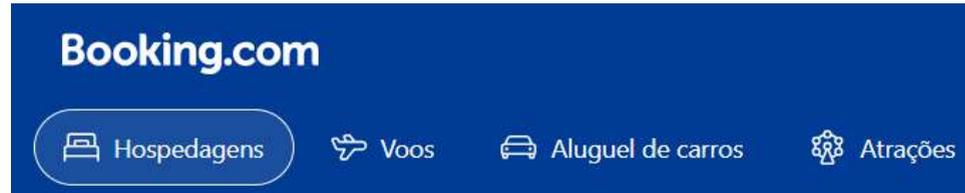
É uma maneira simples e sem custo de estabelecer presença digital;
Deve-se criar releases para divulgar atrações e enviar periodicamente para canais midiáticos estratégicos.

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 imponentes no alto de...





Ideias e Inspirações

Fidelizando influenciadores

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

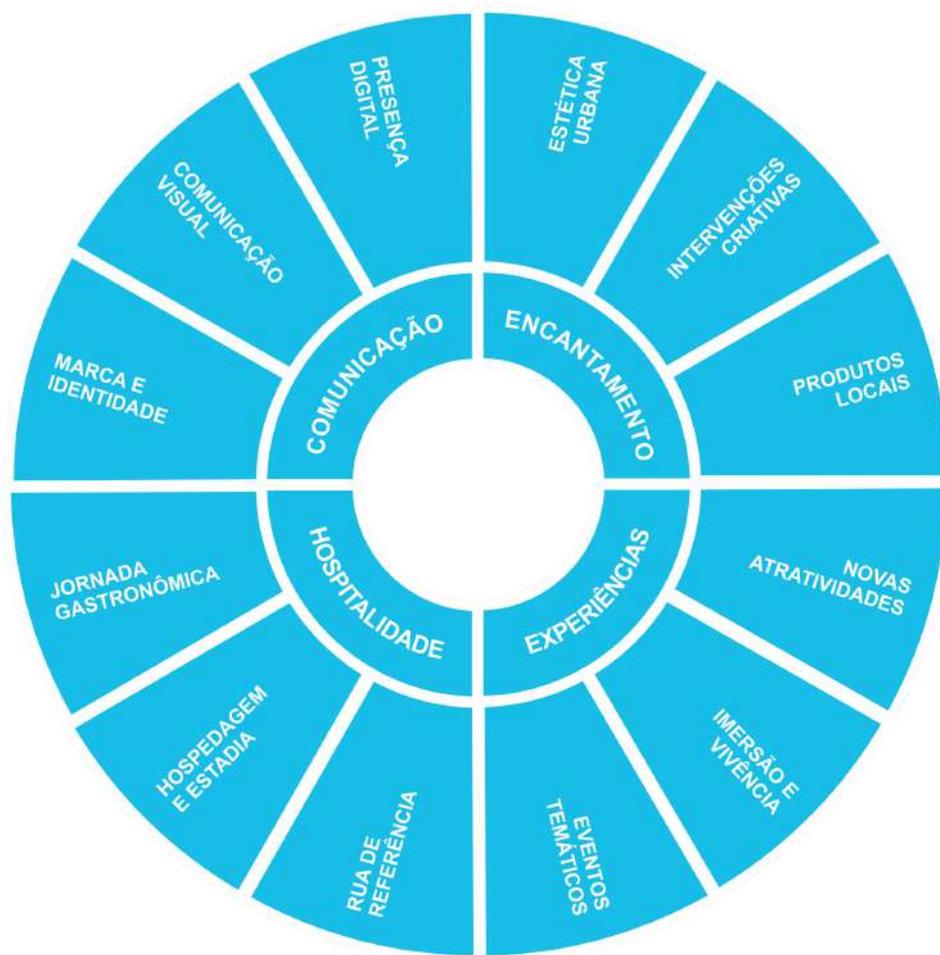
O programa não envolveu vínculos financeiros nem empregatícios e foi conduzido por meio de edital público. A seleção ocorreu no Dia Mundial do Turismo, permitindo a inscrição em diferentes redes sociais, com um limite de uma seleção por participante e exigindo um mínimo de 20 mil seguidores. Esta foi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

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



Considerações Finais

CONSIDERAÇÕES FINAIS



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

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

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

Colocando as diretrizes dos projetos em prática

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

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

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

EIXO ENCANTAMENTO

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

EIXO EXPERIÊNCIAS

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

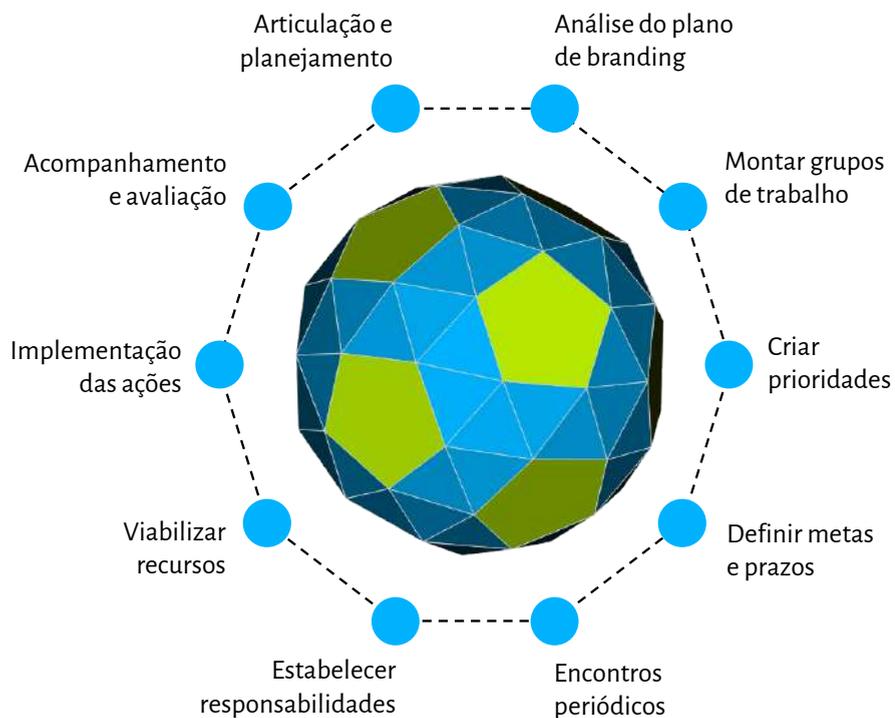
EIXO HOSPITALIDADE

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

EIXO COMUNICAÇÃO

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

Articular, implementar e divulgar



Próximos Passos

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

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

