

plano estratégico

RETOMADA DA ECONOMIA LOCAL
PÓS-CORONAVÍRUS



CANELA
PAIXÃO NATURAL

SECRETARIA DE TURISMO E CULTURA



CANELA
PAIXÃO NATURAL

SECRETARIA DE TURISMO E CULTURA



CANELA
PAIXÃO NATURAL

SECRETARIA DE **TURISMO E CULTURA**

CONSTANTINO ORSOLIN
Prefeito Municipal

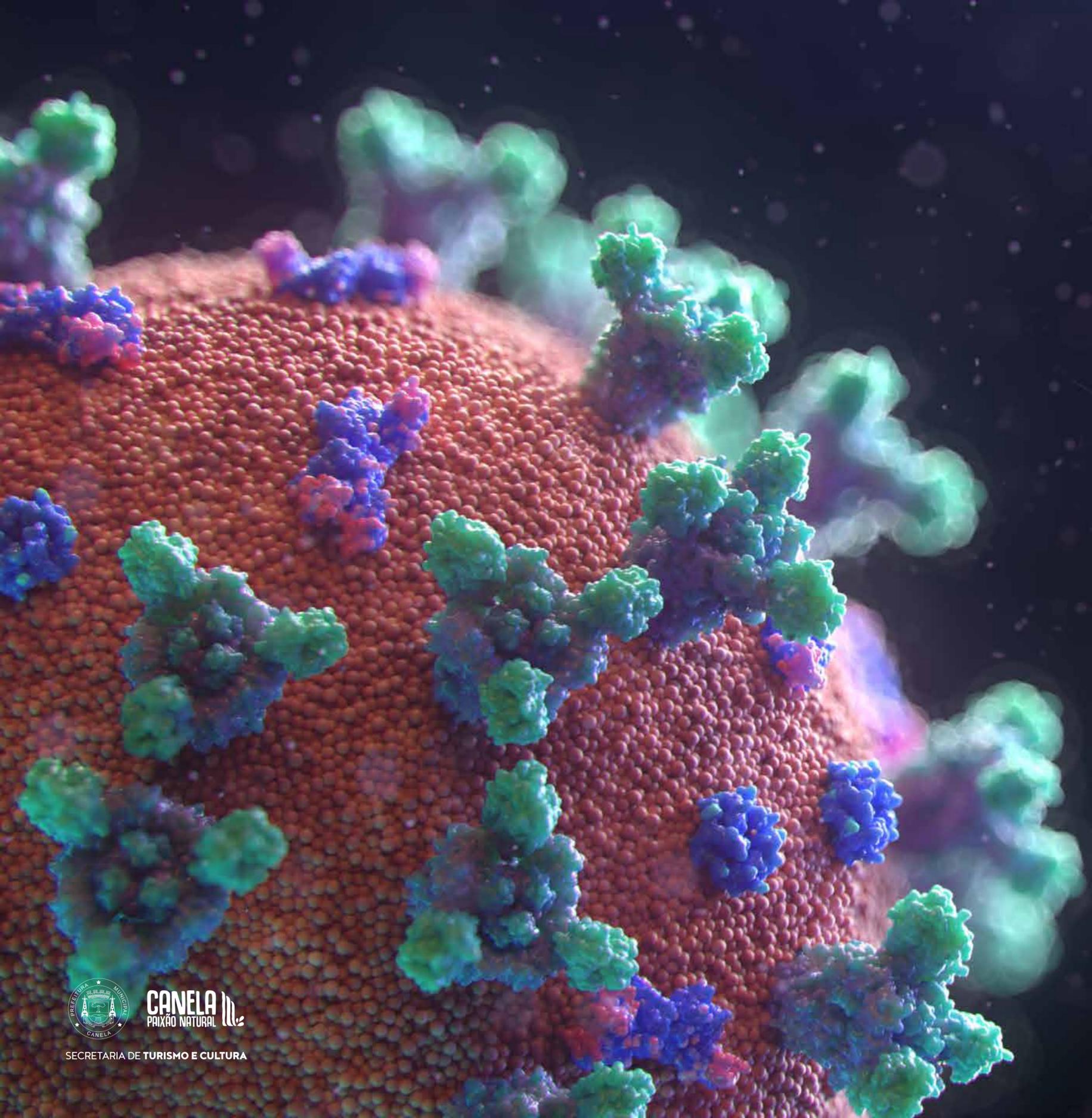
GILBERTO CEZAR
Vice-Prefeito

ÂNGELO SANCHES THURLER
Secretário Municipal

GERMANO EDUARDO BECKER JUNGES
Secretário Adjunto

VINÍCIUS ROCHA CARVALHO
Diretor de Marketing

LUANA PARISENTI BATISTA DRAGO
Assessora Técnica



As regras de isolamento social por decretos estaduais e municipais tiveram por consequência a suspensão total ou parcial de atividades econômicas no território canelense. A partir daí foi criado pelo Município o *Comitê Gestor de Crise*, sob coordenação do Prefeito Municipal, e em seguida a *Subcomissão de Planejamento Estratégico do Turismo*, responsável pela elaboração deste plano. Para sua elaboração, foram ouvidos diversos players do trade turístico local e entidades representativas dos setores de comércio, serviços, indústria, hotelaria, gastronomia e entretenimento de Canela e região, além de pesquisas em instituições de referência e movimentações de mercado.

missão da secretaria municipal de turismo e cultura de canela

**Trabalhar pela prosperidade dos
empreendimentos e dos cidadãos de Canela,
valorizando a cultura e promovendo
o desenvolvimento sustentável.**

objetivo geral do plano

Promover ações integradas e coerentes dos empreendimentos turísticos canelenses para garantir a saúde pública, organizar a retomada gradativa das atividades, preservando os empregos e auxiliando na segurança jurídica, econômica e sanitária.

objetivos específicos



(1)

ORGANIZAR UM **CRONOGRAMA INTEGRADO** DE RETOMADA DAS ATIVIDADES TURÍSTICAS NA CIDADE



(2)

PROMOVER AÇÕES DE CONSCIENTIZAÇÃO E ENVOLVIMENTO NAS **QUESTÕES SANITÁRIAS** COM O TRADE



(3)

MANTER AÇÕES COERENTES E ADEQUADAS ENTRE TODOS OS PLAYERS EM **CADA FASE DA CRISE** DE COMABATE AO COVID-19



(4)

PROPOR, PROMOVER, INTERMEDIAR E INCENTIVAR AÇÕES QUE AUXILIEM NA **PRESERVAÇÃO AO MÁXIMO DOS EMPREGOS**



(5)

AUXILIAR NA SEGURANÇA JURÍDICA E ECONÔMICA PARA A **TOMADA DE DECISÃO** DOS EMPREEDIMENTOS



(6)

OFERECER SUPORTE TÉCNICO PARA AJUDAR NA **RECUPERAÇÃO ECONÔMICA** DOS MEMBROS DO SETOR TURÍSTICO

forças | AMBIENTE INTERNO

- > RE-UNIÃO DE GOVERNO E TRADE
- > 46 ATRATIVOS
- > DESTINO CONSOLIDADO
- > CONEXÃO COM A NATUREZA
- > AMPLA REDE HOTELEIRA E GASTRONÔMICA



oportunidades | AMBIENTE EXTERNO

- > ALTA DO DÓLAR
- > MEDO DE VIAGENS PARA O EXTERIOR
- > PÚBLICO REGIONAL CATIVO
- > AUMENTO DAS VENDAS PELA INTERNET
- > NECESSIDADE REPRIMIDA DE VIAGEM E LIBERDADE



fraquezas | AMBIENTE INTERNO

- > PREÇOS ELEVADOS
- > ALTÍSSIMA DEPENDÊNCIA DO TURISMO PARA A ECONOMIA LOCAL
- > SINALIZAÇÃO TURÍSTICA PRECÁRIA
- > MARCA "CANELA" PODE SER MAIS FORTALECIDA



STRENGTHS WEAKNESSES OPPORTUNITIES THREATS
FORÇAS FRAQUEZAS OPORTUNIDADES AMEAÇAS



ameaças | AMBIENTE EXTERNO

- > BAIXA ADEÇÃO EM TURISMO DE MASSA
- > TURISTA É DIRETAMENTE IMPACTADO PELA OPINIÃO PÚBLICA E DA MÍDIA
- > TURISMO NÃO É GASTO ESSENCIAL
- > RETORNO DO VÍRUS



cronograma



Em cada etapa são sugeridas ações para cada um dos 4 P's do marketing: produto, preço, praça e promoção.



produto

- Promover e incentivar cursos on-line para o aprimoramento dos colaboradores (a SMTC irá disponibilizar uma página no site canela.com.br com links para cursos gratuitos de vários segmentos);
- Aproveitar o momento para rever pacotes, serviços, estrutura, identidade visual, fluxo de trabalho etc. - otimizar.

preço

- Vender vouchers/cartões pré-pagos com venda antecipada de produtos e serviços em preços promocionais para gerar fluxo de caixa imediato e prazo de resgate de, pelo menos, 6 a 12 meses;
- Flexibilizar ao máximo a política de cancelamento e remarcação e deixe as opções claras ao cliente. Transparência gera confiança.

praça

- Toda sua base de clientes (somente on-line).

promoção

- Produzir e publicar conteúdos sensíveis ao momento (ex.: campanhas #FiqueEmCasa, "Não cancele, remarque", dicas do que fazer na quarentena) - viva o mesmo que seu consumidor;
- Realizar e incentivar ações sociais para gerar empatia e engajamento com o seu público - mostre que por trás da sua marca existem seres humanos preocupados com outros seres humanos. Divulgar o Destino Canela, e não só o seu empreendimento.



produto

- Divulgar os e-books criados pela SMTC com os principais roteiros da cidade para envio por WhatsApp e download no site;
- Incentivar os colaboradores a conhecerem outros atrativos empreendimentos da cidade, para terem propriedade na hora de divulgar – campanha Catraca Solidária;
- Transferir a Temporada de Inverno para agosto e setembro com o nome “Primavera em Canela”, em referência à estação e ao renascimento.

preço

- Realizar um mês inteiro com preços excepcionais, em estilo black friday, para incentivar o retorno dos turistas próximos – sugestão: julho.

praça

- Mês com desconto: Porto Alegre, Caxias do Sul e regiões metropolitanas;
- Campanha Primavera: RS, SC e PR.

promoção

- Divulgar o mês de julho com preços muito abaixo da média (nome a definir) e a campanha de primavera;
- Direcionar os anúncios para os mercados POA/CXS especialmente em redes sociais e páginas da Internet;
- Trazer influenciadores digitais do segmento de viagens e turismo para passear pela cidade – baixo custo (normalmente só cortesias).



longo prazo

Expansão e Aprimoramento

OUTUBRO, NOVEMBRO
E DEZEMBRO

produto

- Ter pacotes consolidados e já negociados com as principais operadoras nacionais;
- Usar o Sonho de Natal como principal indutor do turismo.

preço

- Retomar gradativa e não aceleradamente os preços regulares – o consumidor ainda estará pagando as contas da quarentena;
- Criar de combos com parceiros da cidade para aumentar o valor agregado do seu produto/serviço (ex.: hospedagem no hotel X, com ingresso do parque Y e jantar no restaurante Z) – união do trade.

praça

- Brasil;
- Foco maior em SP, RJ e Nordeste.

promoção

- Focar na época natalina;
- Consolidar a presença digital – redes sociais e site completo (não tenha medo de expor preços);
- Manter canais de atendimento ágeis e práticos (ex.: WhatsApp Business, Instagram/Direct e Facebook/Inbox) – quanto mais canais, mais fácil de o cliente te contatar, criar relacionamento e comprar.

ações e campanhas da secretaria municipal de turismo e cultura

primavera em canela

o quê

Para garantir a segurança da população e visitantes, a saúde pública e evitar aglomerações nos meses de inverno, o evento Temporada de Inverno será transferido para ser a “Primavera em Canela”

quem

Promovido pela Secretaria Municipal de Turismo e Cultura

quando

Meses de agosto, setembro e outubro (datas exatas a confirmar)

onde

Toda a cidade de Canela

porque

Aproveitar o espírito de alvorecer e renascimento que a primavera traz para alavancar o turismo na cidade e iniciar a trajetória de recuperação da trade local.

como

Realização de shows e demais apresentações artísticas na Praça João Corrêa e Multipalco, aproveitando e adaptando atrações que estavam pré-programadas para a Páscoa e Temporada de Inverno.

Realização de atividades ao ar livre, em especial no Parque Estadual do Caracol, como yoga, meditação, piqueniques.

quanto

Orçamento em elaboração, com custeio integral pela Prefeitura Municipal de Canela e patrocinadores interessados



e-books de canela

o quê

Mapas, guias, roteiros, informativos e eventos de Canela em formato digital (e-book) para ser baixado do site e enviado por WhatsApp, especialmente projetados para leitura em telas de smartphones.

quem

Criados pelo Departamento de Marketing da SMTC e com dados colhidos pela Central de Atendimento ao Turista

quando

Criação em abril. Divulgação a partir de maio.

onde

Toda a cidade de Canela

porque

Para minimizar o gasto com impressão, reduzir o descarte de papéis, facilitar e agilizar a logística de distribuição das informações e oferecer amplo acesso aos conteúdos.

como

Arquivos em formato PDF disponíveis para download no site canela.com.br e enviados para trade e turistas pelo WhatsApp da Central de Atendimento ao Turista.

quanto

Custo zero, feito totalmente com pessoal interno.



catraca solidária

o quê

Visitas técnicas para empregados do setor conhecerem os atrativos da cidade e divulgá-los com propriedade onde trabalham.

porque

A indicação ainda é um fator muito considerados pelas pessoas. Quando o turista pergunta ao recepcionista do hotel, por ex., se determinado parque é legal e este nunca foi, pode desanimar o visitante. Mas se o atendente já foi e conta boas experiências, a possibilidade do turista ir é muito maior.

quem

Todos os parques, museus, hotéis e restaurantes e agências.

onde

Todos os parques, museus, hotéis e restaurantes e agências.

como

Durante o mês de julho, funcionários de empreendimentos turísticos apresentam o crachá na bilheteria de qualquer parque da cidade e são isentos do ingresso. Agências e hotéis podem oferecer café da manhã em data específica e restaurantes podem oferecer cortesias em refeições.

A isenção é válida somente para o empregado direto do setor turístico. Se este quiser levar cônjuge e filhos, estes contribuirão com valor diferenciado e 1kg de alimento não perecível, a ser doado ao HCC ou Assistência Social do Município.

quanto

Somente o preço de custo a ser absorvido por cada participante.



CANELA
PAIXÃO NATURAL

quando

Mês de julho



black month – julho

o quê

União de todo o trade local para o adiantamento das ações de black friday para o mês de julho como forma de impulsionar vendas a curto prazo para o público regional.

quem

Todas as agências, parques, museus, hotéis, restaurantes e demais empreendimentos turísticos da cidade.

quando

Divulgação em junho. Execução em julho.

onde

Todas as agências, parques, museus, hotéis, restaurantes e demais empreendimentos turísticos da cidade.

porque

Após o período mais crítico de contágio por coronavírus, as pessoas irão começar a retomar suas rotinas. Com possibilidade de endividamento da população e a tensão gerada pelo confinamento, um mês para viajar com preços vantajosos pode ser uma excelente e lucrativa oportunidade.

como

Agências, parques, museus, hotéis, restaurantes e demais empreendimentos turísticos devem calcular suas margens de lucro para conseguir oferecer o maior desconto possível, e ganhar na quantidade.

quanto

Preço de custo de cada estabelecimento participante.



influenciadores digitais

o quê

Visita de influenciadores digitais a Canela para registrar passeios nos atrativos e empreendimentos da cidade às suas redes de seguidores nas redes sociais.

quem

Influenciadores digitais e blogueiros de todo o Brasil, especialmente os ligados aos blogs de viagens e turismo.

quando

Negociações em maio e junho. Viagens em julho a dezembro.

onde

Todas as agências, parques, museus, hotéis, restaurantes e demais empreendimentos turísticos da cidade.

porquê

Com custo baixíssimo (normalmente somente a cortesia da hospedagem, alimentação, transporte e ingressos) os influenciadores digitais movimentam milhões de pessoas nas redes sociais com respostas muito rápidas.

como

Contato e agendamento dos influenciadores por qualquer membro do trade. Cada um contata os parceiros que podem ajudar a receber o convidado. SMTC dará ingressos do Parque do Caracol a todos. Sugere-se criar um cupom de desconto do influenciados para os canais de venda on-line do estabelecimento para ajudar a mensurar os resultados das vendas.

quanto

Preço de custo de cada estabelecimento participante.



sonho de natal

o quê

O maior evento de Canela do ano, e também um dos mais importantes do País, como principal indutor do turismo no segundo semestre.

quem

Promovido pela Prefeitura por meio da SMTC.

quando

10 de outubro de 2020 a 16 de janeiro de 2021

onde

Toda a cidade de Canela

porquê

O evento mais tradicional da cidade será de grande auxílio para a retomada da economia local. Gerando emprego e renda para mais de 1.100 pessoas, entre elenco e produção dos espetáculos, o evento movimentará toda a cadeia turística com a vinda dos cerca de 2 milhões de visitantes por ano.

como

Decoração pela cidade e programação artística a definir.

quanto

Totalmente custeado pela SMTC e pelos patrocinadores interessados.

algumas dicas extras

- > Estabeleça (ou crie) um **plano de gestão de crise** e certifique-se que diretoria, gerentes e executivos estejam todos cientes;
- > Monitore constantemente as **movimentações de mercado** e de governo;
- > Desenvolva e implemente uma **estratégia de comunicação integrada**, uniformizando o discurso e a linguagem visual para todos os stakeholders;
- > Procure oferecer **assistência médica para seus funcionários** e crie mecanismos para acompanhar os casos suspeitos e confirmados para não se sentirem desamparados;
- > Implemente e monitore **condições de trabalho flexíveis**, provendo as tecnologias e informações necessárias;
- > Comunique tempestivamente e **seja transparente com as pessoas** (clientes, fornecedores e funcionários);

- > Priorize a gestão e manutenção do seu **capital de giro** e a preservação da liquidez;
- > Reveja seu **fluxo de caixa para os próximos meses** e tome ações corretivas o mais breve possível;
- > Negocie termos de **financiamento mais flexíveis** e de curto prazo e/ou busque linhas alternativas de financiamento;
- > Considere benefícios temporários recém-estabelecidos pelo Governo em relação a **suspensão, adiamento ou redução de contribuições tributárias**;
- > Identifique as **rupturas já existentes** na sua cadeia de suprimentos e **potenciais riscos na operação**, desenvolvendo um plano de contingência;
- > **Otimize ativos e recursos** disponíveis dentro do próprio grupo econômico;
- > Reavalie o seu plano de inovações para identificar a chance de **antecipar o lançamento de produtos** que ajudem a sociedade neste momento de crise;

- > Priorize seus **clientes-chave** no reestabelecimento das atividades, procurando engajá-los em seus esforços para apoiar a continuidade do negócio;
- > Reforce a **lealdade**, protegendo e recompensando os clientes e oferecendo **apoio comercial e condições especiais**, dentro das possibilidades.
- > Desenvolva uma **estratégia de comunicação clara e consistente**, considerando os clientes e também os funcionários que interagem diretamente com eles, a respeito das medidas adotadas para garantir a continuidade do negócio;
- > Considere **ferramentas colaborativas** para acesso e trabalho remoto;
- > Prepare sua infraestrutura para **novos padrões de tráfego e utilização**, avaliando padrões de segurança, autenticação e capacidade de rede etc.;
- > Crie ou reforce os **canais digitais** de comunicação com clientes e de venda;

5 turismo estrelas

CANELA - RS



A **categorização dos serviços de restaurantes, hotéis e dos parques de Canela** é uma iniciativa inspirada no projeto-piloto da FIFA2014 e consistiu em classificar os empreendimentos com base em um instrumento que avalia diversos aspectos.

Esta classificação ficará disponível ao consumidor, dando a oportunidade de que o mesmo conheça o **esforço em proporcionar a melhor experiência** possível dos serviços que ele utiliza.

O objetivo é **melhorar o perfil sanitário, de atendimento e de divulgação dos estabelecimentos** com a conscientização do cidadão e da responsabilização pelos setores reguladores.

A base para a categorização dos serviços de alimentação serão as **Boas Práticas**, um conjunto de procedimentos cujo o objetivo é garantir um alimento de qualidade ao consumidor e minimizar eventuais danos à saúde, especialmente as Doenças Transmitidas por Alimentos (DTAs). E também será levado em consideração o **bem receber** do ponto de vista turístico.

Aqui em Canela este programa é uma iniciativa da Secretaria de Turismo e Cultura em parceria com a Secretaria de Saúde e a Secretaria da Fazenda e Desenvolvimento Econômico.

ALGUNS PONTOS QUE SERÃO AVALIADOS

- Possuir **Alvará de Licença** vigente
- Estar ativo no **Cadastur**
- Possuir **Alvará Sanitário** e com estruturas dentro da legislação;
- Manual de **Boas Práticas** e participação nos cursos;
- Disponibilização de dispenser com **álcool gel** nas áreas de circulação e sanitário, acompanhamento de informativo;
- Possuir **licenciamento ambiental** vigente;
- Disponibilizar cardápio em **inglês, espanhol e Braille**;
- Informativos e materiais promocionais em inglês e espanhol;
- Disponibilizar facilmente as **informações nutricionais** dos alimentos servidos;
- **Acessibilidade** para deficientes visuais, auditivos e físicos;
- Identificação (**crachá**) de todos os funcionários;
- Presença digital ativa (**site e redes sociais atualizados**);
- Fornecimento constante de informações e materiais à **Central de Atendimento ao Turista**;
- Estar **em dia com o recolhimento de tributos** federais, estaduais e municipais, inclusive trabalhistas;
- Promover **inovações em seu negócio** regularmente;
- Manter atitudes **sustentáveis** e ambientalmente corretas; etc.





Cada critério terá determinado valor em pontos e, conforme o total de pontos alcançados pelo empreendimento, será atribuído um selo de **1, 2, 3, 4 ou 5 estrelas**.

Este selo poderá ser utilizado pelo **período de um ano** a contar da sua outorga e será identificado por meio de adesivo na entrada do estabelecimento, **mapa turístico oficial** da cidade, site e canais oficiais da Secretaria de Turismo e Cultura, bem como disponibilização do arquivo digital para divulgação pelo próprio empreendimento.

Será nomeada uma **Comissão de Avaliação Multidisciplinar**, envolvendo servidores de várias secretarias, que ficarão encarregados de visitar e avaliar os locais.

A **primeira edição será realizada este ano**, com outorga dos selos prevista para a primeira semana de dezembro, em evento especial.

O edital com os critérios e detalhes será publicado com pelo menos **60 dias de antecedência do início das avaliações**, para que todos tenham tempo hábil para se preparar.

Além de divulgar ao visitante uma **classificação imparcial e objetiva** dos empreendimentos da cidade, este programa também visa incentivar os gestores a promover a **qualificação e inovação de seus colaboradores, produtos e serviços**, para que o Destino Canela mantenha-se sempre **competitivo** no mercado nacional e internacional.



CANELA

PAIXÃO NATURAL



SECRETARIA DE TURISMO E CULTURA

ESTE MATERIAL É PROTEGIDO POR DIREITOS AUTORAIS E A SUA REPRODUÇÃO, NO TODO OU EM PARTE, É PROIBIDA SEM QUE HAJA AUTORIZAÇÃO POR ESCRITO DA SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO E CULTURA DE CANELA.