

BRANDING DA CIDADE DE IÚNA

**Resumo Executivo
da Pesquisa de
Dados Econômicos**



SEBRAE

**QUAL O POTENCIAL
DE IÚNA?**

INSIGHTS DE TENDÊNCIAS

TRANSPORTE TURÍSTICO

O setor de turismo representa cerca de 8,1 % do PIB brasileiro. Entre as atividades do turismo, os meios de transporte foram responsáveis por 27,6% do faturamento do setor em julho de 2019. O aumento da capilaridade das rotas é uma tendência que segue a interiorização do turismo e a digitalização e divulgação em rede dos atrativos turísticos.

- Ônibus
- Vans
- Transporte 4x4



TRANSPORTE TURÍSTICO

O setor de gastronomia apresentou um crescimento acentuado. Estima-se que nos últimos 5 anos o setor tenha crescido cerca de 70%. Só em 2018 foram abertos mais de 34 mil restaurantes no Brasil. Entre as tendências do setor estão a valorização da culinária tradicional local — adaptação de receitas à produtos e ingredientes regionais e, principalmente, adquirido de produtores locais — e o turismo gastronômico, em que a experiência de consumo e apreciação de comidas valorizam a história, cultura e meio ambiente da região.

- Comidas típicas reinventadas
- Comidas temáticas
- Doces
- Turismo gastronômico (Foodn' Road)



TURISMO DE AVENTURA

O turismo de aventura é um segmento do setor de turismo que tem como objetivo promover as práticas de atividades de aventura de carácter recreativo e não competitivo. Entre as tendências do turismo de aventura estão o compromisso socioambiental —, roteiros de aventura que respeitem o meio ambiente e que proporcionam contanto com a comunidade local —, diferentes atividades no mesmo roteiro, a oferta de roteiros personalizados e o atendimento de público estrangeiro, com colaborar ou equipe preparada para atender em outro idioma estrangeiro.

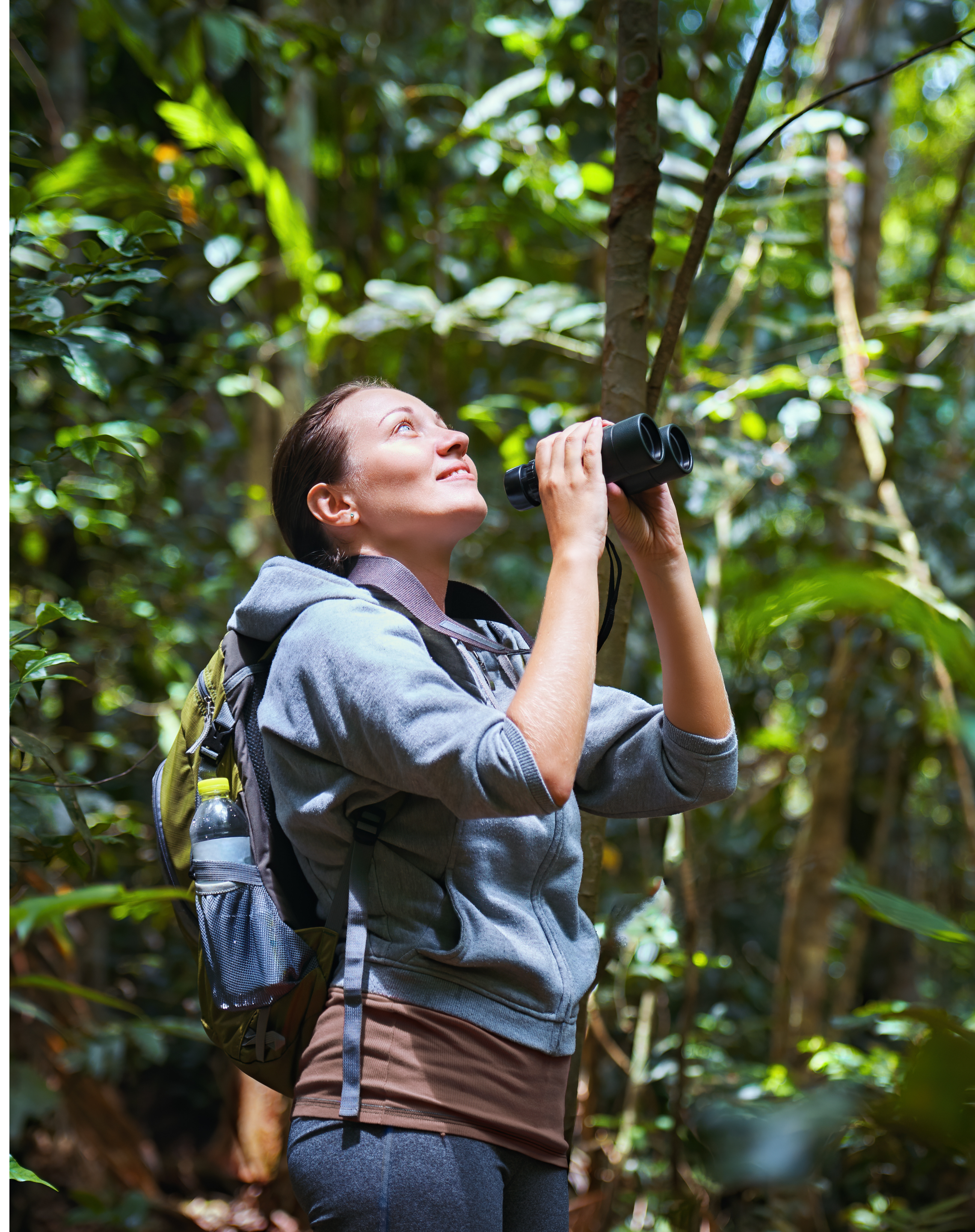
- Parapente
- Bouldring
- Mountain Bike
- Corrida de aventura



TURISMO CIENTÍFICO

O turismo científico é um segmento do setor de turismo que tem como objetivo promover atividades em que o visitante faz observações, coleta de dados e informações para uso científico a partir das experiências de viagem. Trata-se de um segmento em expansão e com potencial de criação novas ofertas de produtos turísticos.

- Turismo de pesquisa em meio ambiente
- Turismo de pesquisa em botânica
- Turismo de pesquisa em ornitologia
- Turismo de pesquisa em entomologia
- Turismo de observação



HOTELARIA COM SERVIÇOS AGREGADOS

A indústria de hotelaria é responsável para oferecer os serviços de hospitalidade a turistas e viajantes. Em 2021 o setor fechou o ano com uma taxa de ocupação de 43%, alta de 16,5% em comparação com 2020 e próximo a taxa pré-pandemia. Entre as tendências do setor está a mudança do enfoque da comodidade para a experiência, isto é, acomodações que ofereçam experiências e desejadas ou imaginadas pelos turistas.

- Spa
- Massoterapia
- Terapias holísticas
- Terapias de águas
- Beleza com produtos a base de café



EVENTOS

O setor de eventos é composto, em grande parte, por micro e pequenas empresas, cerca de 80% das empresas. No entanto, o setor movimenta cerca de 16 bilhões de reais e eventos sociais. Quando falamos de eventos corporativos o valor movimentado é de 210 bilhões de reais. Entre as tendências do setor estão o turismo e eventos e negócios, o foco na experiência do participante com a construção de experiências multisetoriais e imersivas, e a produção de “microeventos”, isto é, eventos exclusivos, intimistas e personalizado.

- Locação de área de eventos
- Empresas de produção de eventos
- Catering (serviço de buffet)
- Eventos folclóricos e tradicionais
- Decoração de eventos
- Cerimonialista



CAFÉ

O aumento do cultivo e do consumo de café é uma tendência mundial. No Brasil, dados da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária — Embrapa — indicam que o setor cresce com taxa média de 2% ao ano. Estima-se que a produção chegue a 208 milhões de sacas até 2030. Segundo relatório da ABIC (Associação Brasileira da Indústria de Cafés), os pequenos torrefadores e marcas que promovem marcas regionais, novas técnicas de fabricação projetadas para enfatizar o sabor, as cafeterias como plataforma de inovação para o varejo e a reinvenção do café como bebida.

Além disso, a cafeína, composto químico encontrado no café pode ser isolado para utilização em bebidas energéticas, em produtos da indústria farmacêutica e cosméticos.

- Transferência de tecnologia
- Turismo educacional
- Artesanatos de utensílios associados ao café / p.e. cerâmica
- Beneficiamento de café para indústria química, farmacêutica e de cosméticos (cafeína)
- Produtos estéticos a base de café (indústria e artesanato)
- Indústria de bebidas a base de café: Cold Brew e Energéticos



CONSTRUÇÃO CIVIL

A indústria da Construção Civil compreende atividades relacionadas à construção de edificações e obras de infraestrutura, incluindo edifícios residenciais, comerciais e industriais. A cadeia produtiva possui um caráter estratégico para o desenvolvimento econômico e para a qualidade de vida.

- Obras de Restauro
- Arquitetura
- Reformas e adequações
- Construção e reformas de estradas e pontes



MEL/ MELIPONICULTURA

A meliponicultura consiste na criação de abelhas nativas sem ferrão para a produção de mel. Em comparação com a apicultura, ela ainda não é muito explorada no país, apesar de ter cerca de 300 espécies da tribo Meliponini no Brasil. Esse tipo de abelha podem ser utilizadas para fins comerciais, de pesquisa, preservação das espécies e polinização. No mercado interno, há uma maior procura por produtos saudáveis, incluindo mel. Outro mercado que pode ser melhor explorado pelos produtores brasileiros de mel é o mercado árabe.

- Produção de mel de abelhas nativas
- Aluguel de abelhas para polinização



ÁGUA

O mercado de água mineral no Brasil tem crescido impulsionado pela estabilidade econômica do país, pelos preços acessíveis as mais diversas fatias socioeconômicas da população. A expansão do setor de água de mineral é uma tendência mundial, o produto foi elevado à condição de bebida de mais rápido crescimento e maior consumo em âmbito mundial. A água mineral foi o produto que apresentou maior crescimento no consumo entre as famílias brasileiras nos últimos trinta anos.

Ao final de 2017, existiam 1.205 Concessões de Lavra de água mineral e potável de mesa ativas no país, cujos usos englobam envase, fabricação de bebidas e balneários. Desses, 567 complexos produtivos declararam envase de água mineral e 25 declararam uso para composição de bebidas industrializadas. Em 2017, foram consumidos 21,9 bilhões de litros no mercado interno, 5,2% a mais que em 2016. Considerando a população estimada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, o consumo per capita no país foi de 105,6 litros por ano.

— Indústria de envasamento de água



*“O Branding da Cidade é
inclusivo, engaja a comunidade
e mobiliza as pessoas, pois
elas sentem-se envolvidas.
Elas são o Branding”*

PETER KENTIE

MARKETEER E ESPECIALISTA EM BRANDING, CRIADOR DO BRANDING DA ESTÔNIA

OBRIGADO!

JAR 
GO 