



Experiências para o Turismo

Brand Book Negócios para Iúna

Parte 1

Estratégias de Branding e Storytelling **3**

Parte 2

Experiências de Turismo **17**

Parte 3

Potenciais Negócios para Lúna **23**



Parte 1

Estratégia de Branding e Storytelling

Propósito da Marca Lúna

Visão Geral

Nosso propósito de marca é o que torna Lúna conhecida e relevante para os turistas. É a declaração que define o impacto que a cidade deseja ter e a maneira como ela deseja se conectar com as pessoas.

O propósito da marca de Lúna vai além de objetivos financeiros e busca inspirar, engajar e criar uma identificação emocional: Ele define os valores, refletindo sua identidade e direcionando suas estratégias e ações.

Somos o Coração do Caparaó.

A partir daqui criamos possibilidades e conexões para o visitante vivenciar de perto o esplendor natural, aromas e sabores da nossa região e a cultura e vibração de nosso povo.



Pontos de Validação

Visão Geral

Pontos de Validação são evidências concretas e tangíveis que sustentam a promessa da marca. São informações ou exemplos que respaldam o propósito de Lúna e demonstram a sua credibilidade e autenticidade.

Eles são pontos que caracterizam nosso compromisso em ajudar os turistas a aproveitarem ao máximo Lúna, tendo uma experiência profunda e valiosa do Caparaó.

Por que somos o Coração do Caparaó?

Explorar a Região

A cidade oferece uma experiência de turismo caracterizada pela conveniência e fluidez na locomoção, com seu posicionamento logístico facilitado para diferentes destinos em torno do Caparaó. Os turistas têm a liberdade de explorar uma região de forma eficiente, sem preocupações com os meios e condições de deslocamento. Eles aproveitem ao máximo seu tempo e se concentram em descobrir os diversos pontos turísticos e atrações que a região tem a oferecer.

Estrutura Amigável ao Visitante

A cidade oferece uma ampla variedade de atrativos, opções de entretenimento, uma vida noturna animada e uma sólida infraestrutura hoteleira. Os visitantes têm acesso a uma variedade de experiências e atividades que atendem a diferentes interesses e preferências. Além disso, a cidade oferece uma combinação equilibrada de atrações históricas, culturais, naturais e modernas, que proporcionam aos turistas uma experiência diversificada.

Experiências Próximas

A cidade fomenta criação de conexões entre os iunenses e os visitantes, bem como oferece experiências autênticas e enriquecedoras, proporcionando uma imersão na cultura e na vida local. Os visitantes têm a oportunidade de interagir com os moradores, conhecer suas histórias, tradições e costumes, e participar de atividades que promovem o envolvimento com a comunidade. A cidade promove o turismo sustentável, apoiando iniciativas locais, como guiados por moradores e eventos culturais, que permitem aos turistas vivenciar a autenticidade do destino.

Posicionamento da Marca Lúna

Visão Geral

Posicionamento de Marca uma declaração que descreve a posição única e distintiva de Lúna. É uma síntese clara e estratégica que define como a cidade deseja ser percebida pelos visitantes.

Essa declaração serve como guia para todas as atividades de marketing e comunicação, ajudando a garantir uma consistência na forma como a marca é posicionada e comunicada ao longo do tempo.

NÓS SOMOS

Uma cidade vibrante, onde tudo flui e a vida pulsa

NÓS OFERECEMOS

Somos o ponto central da Região, que facilita sua jornada pelo Caparaó.

NOSSA EXPERIÊNCIA SIGNIFICANTE

A conexão sustentável da natureza com a comunidade, em todos seus saberes, sabores e vivências.

Posicionamento da Experiência Lúna

Visão Geral

Lúna será uma cidade vibrante, onde a vida pulsa intensamente. Aqui, ofereceremos aos visitantes **uma experiência significativa e autêntica do Caparaó**. Graças à **nossa localização geográfica privilegiada** e infraestrutura bem desenvolvida, somos o **ponto central** para explorar toda a região.

Em Lúna você pode se **conectar de forma sustentável com a natureza** exuberante que nos rodeia. Aqui você desfruta de momentos de contemplação e pode compartilhar alegria. Valorizamos a preservação ambiental e promovemos práticas responsáveis. Além disso, temos **um forte vínculo com nossa comunidade** e estilo de vida local. Você terá a oportunidade de conhecer nossas histórias, sabores e **vivenciar nossa autenticidade**.

Visão da Essência

Essência da Marca sintetiza a promessa de Lúna e expressa a sua identidade distintiva. É a expressão mais pura e fundamental da cidade, capturando sua personalidade, valores essenciais e proposta única de seu valor. Além disso, ela transmite a alma da cidade de forma emocional e memorável. A Essência da Marca deve ser intemporal e resistente às mudanças, mantendo-se consistente ao longo do tempo.

Visão da Promessa

Promessa de experiência é a compromisso central feito por Lúna para com seus visitantes. É uma promessa clara e distintiva sobre a entrega de valor, benefícios e experiências que os visitantes esperam ter ao conhecer a cidade.

Essência e Promessa da Marca Lúna

ESSÊNCIA DA MARCA

O Coração do Caparaó bate aqui!

PROMESSA DA MARCA

Graças a nossa geografia que abraça o Caparaó você pode se conectar de forma sustentável com a natureza exuberante ao nosso redor e vivenciar a nossa autenticidade.

Valores Compartilhados

Visão Geral

Valores Compartilhados são os valores fundamentais que Lúna acredita e que influencia cada Paixão que faz parte da marca da cidade. Esses valores criam relacionamentos duradouros com os visitantes, pois eles se sentem identificados e alinhados com a cidade. Além disso, os valores compartilhados devem refletir todas as experiências que Lúna oferece ao visitante. São quatro os valores compartilhados:



1. Jornada da Descoberta

Valores Compartilhados

SÍNTESE DO VALOR

Lúna se abre em novidades

“**Explorar natureza**, cachoeiras e matas de Lúna tem sido uma experiência de descoberta. As paisagens deslumbrantes despertam em mim uma sensação de admiração e gratidão pela natureza. Cada novo lugar que descubro é uma fonte de surpresas e fascinação, desde os sabores afetivos de sua gastronomia até as notas e aromas envolventes que permeiam os cafés dos pequenos produtores. As histórias contadas pelas pessoas da cidade me encantam e me divertem. Aqui eu me surpreendo e fico maravilhado com as coisas mais simples da vida.”

Visite Lúna — Estratégia de Branding e Storytelling

2. Imersão na Cidade

Valores Compartilhados

SÍNTESE DO VALOR

Faça parte de Lúna

“**Desde o momento em que cheguei**, fui recebido com carinho pelas pessoas de Lúna, que me acolheram como parte da comunidade. O atendimento próximo e genuíno me fez sentir parte do dia a dia da cidade, como se fosse um morador temporário. Pude vivenciar de perto suas tradições, participar de eventos e até mesmo conhecer histórias fascinantes compartilhadas pelos moradores. Essa conexão profunda tornou minha experiência ainda mais autêntica.”

3. Caparaó Interligado

Valores Compartilhados

SÍNTESE DO VALOR

De Lúna para toda parte

“**Ficar em Lúna para explorar a região do Caparaó** foi uma experiência incrível e sem preocupações. Durante todo o deslocamento pude desfrutar da tranquilidade e beleza das paisagens ao meu redor. Cada curva da estrada revelava uma nova surpresa, desde cachoeiras majestosas até matas exuberantes. A jornada se tornou uma parte essencial da minha aventura, permitindo-me absorver cada detalhe da Caparaó e fazer descobertas ao longo do caminho. Não houve intercorrências ou problemas, apenas momentos de pura contemplação e admiração pela natureza que me cercava. Essa experiência de deslocamento sem contratempos acrescentou ainda mais valor à minha viagem.”

4. Povo Vibrante

Valores Compartilhados

SÍNTESE DO VALOR

Estrutura que acolhe e celebra

“**Em lúna sempre tenho o que fazer.** Durante o dia, eu me aventuro pelas cachoeiras e poços, desfrutando da natureza do Caparaó. Mas, à noite, a energia muda. Os bares ganham vida, as feiras oferecem uma variedade de delícias locais e a música enche as ruas. É incrível como Lúna consegue equilibrar a tranquilidade da natureza com a animação da vida noturna. E sabe o que é melhor? Sempre que retorno das minhas aventuras, encontro um lugar acolhedor para descansar no hotel ou nos cafés. A estrutura da cidade oferece todas as facilidades que eu preciso para me divertir ou relaxar. Não consigo imaginar uma experiência melhor em toda a região.”

Tom de Voz

Visão Geral

Tom de Voz refere-se à personalidade e estilo de comunicação adotado por Lúna em sua expressão verbal. É a maneira como a cidade se comunica por meio de palavras, frases e estilo de linguagem. Ele o tom emocional e a atitude que Lúna adota em suas mensagens e interações com o público.

- 1. Somos o coração do Caparaó:** Lúna é privilegiada por sua geografia singular, com uma grande parte do Parque Nacional do Caparaó pertencendo ao município. Isso faz de Lúna o destino ideal para explorar o parque e desfrutar dos atrativos da região do Caparaó.
- 2. Aqui a vida é vibrante:** Lúna se destacará na região por ter a melhor estrutura para receber os visitantes e oferecer opções variadas de entretenimento, como bares, restaurantes e cafés. Além disso, eventos culturais convidam a explorar a história e as características únicas da cidade e da região.
- 3. Nossa história é rica e próxima:** Lúna é uma cidade rica em história e cultura. As pessoas têm um contato próximo com a história da cidade e com aqueles que a construíram. Sua cultura se apresenta por meio de diversas manifestações culturais, arquitetura que nos rodeia.

Manifesto da Cidade

Visão Geral

Manifesto é uma declaração ou um documento que expressa a essência, propósito, valores e crenças de Lúna. É uma forma de comunicar a identidade e a visão da marca de maneira inspiradora e impactante. Ele descreve a razão de ser da cidade, suas convicções e sua missão. O objetivo do manifesto é transmitir a singularidade da marca e fortalecer seu posicionamento na mente dos consumidores.

Somos Lúna, e nosso coração pulsa nessa terra. Abençoados por uma geografia única, somos a maior parte do majestoso Parque Nacional do Caparaó. um lugar para todos que desejam desbravar suas maravilhas naturais e descobrir um novo mundo por suas águas cristalinas.

Somos a cidade do café. Plantado em nossa terra e servido na mesa do Brasil e do mundo, esse café nos faz mais que especiais: faz de todos a manifestação genuína de nossa gentileza, receptividade e cultura. Somos verdadeiros apaixonados pela produção dessa bebida, que infunde em cada grão uma porção generosa de paixão.

Manifesto da Cidade

Visão Geral

Manifesto é uma declaração ou um documento que expressa a essência, propósito, valores e crenças de Lúna. É uma forma de comunicar a identidade e a visão da marca de maneira inspiradora e impactante. Ele descreve a razão de ser da cidade, suas convicções e sua missão. O objetivo do manifesto é transmitir a singularidade da marca e fortalecer seu posicionamento na mente dos consumidores.

Somos uma cidade que a história é próxima a que a cultura é plural. Elas dão vida à nossa identidade. Cada rua, cada edificação e cada rosto que você encontra são convites irrecusáveis para conectar com nossas heranças e tradições.

Somos uma cidade te chama para vibrar, com nossa gastronomia, com nossas festas e celebrações, com momentos únicos que são renovados pela nossa hospitalidade, gentileza e amor. Temos tudo que você quer para uma jornada memorável.

Lúna, nós somos o coração do Caparaó! Venha conosco e descubra um mundo onde a natureza encontra a cultura, onde o passado convive com o presente, e onde cada momento é uma celebração à vida.



Parte 2

Experiências de Turismo

Introdução

Do Destino à Experiência

Precisamos falar sobre os encantos de Lúna, apresentar sua vocação para o turismo e sua forma privilegiada que abraça o Parque Nacional do Caparaó e que abre caminhos e convida viajantes a descobrir experiências únicas e autênticas. Do esplendor da natureza e da nossa cultura à hospitalidade calorosa de nosso povo, Lúna é um destino de vivências sustentáveis, estéticas e saborosas e que proporciona momentos inesquecíveis.

Este relatório descreve como externalizar e comunicar a experiência de Lúna, transmitindo de forma singular as vivências que aguardam os visitantes, buscando compartilhar vivências afetivas, culturais, sensoriais e sustentáveis, que irão marcar o coração daqueles que escolhem Lúna como seu destino. Ele apresenta os elementos para a construção de uma narrativa envolvente e cativante, que ressalta a singularidade de nosso local e convida a explorar uma nova dimensão de turismo.

É chegada a hora de apresentar Lúna!

Um destino onde cada experiência se transforma em uma memória preciosa e única.



De um destino descoberto a uma descoberta de experiências...

Lúna está emergindo como um destino que encanta os viajantes com suas belezas naturais e águas serenas. No entanto, análises do ambiente digital revelaram que a cidade permanece oculta nas buscas relacionadas ao destino Caparaó.

Este documento traz consigo elementos que contribuem para a construção da experiência turística de Lúna, cativando os visitantes com nossas paisagens naturais deslumbrantes e, igualmente importante, com nossa rica história, cultura e uma culinária que desperta os sentidos.

Visite Lúna — Experiências para o Turismo

Princípios da experiência de Turismo

Visão Geral

Definição de experiência turística para Lúna:

“Aproximar pessoas através de experiências imersivas e singulares em nossa Lúna e através de nossa Lúna”

É fundamental assegurar que as experiências que promovemos sejam respaldadas por princípios que garantam sua efetividade e ofereçam momentos marcantes e memoráveis aos visitantes.

Formas de acessar boas experiências turísticas

Visão Geral

Esses critérios representam um conjunto princípios pelos quais cada experiência de turismo é analisada e classificada como Aprovada ou Reprovada. Essa abordagem nos permite avaliar as experiências para que elas representem e fortaleçam a imagem turística de Lúna.

1 *Proteção da natureza*

Experiências que favoreçam a proteção do meio ambiente e a recuperação de áreas degradadas.

2 *Beleza cênica*

A experiência turística explora a atratividade e a beleza cênica de Lúna e da região do Caparaó.

3 *Preservação cultural*

Experiências que valorizam a cultura e a história local em suas mais diversas manifestações.

4 *Facilidade de planejar*

A reserva de hotéis e agendamento de serviço turísticos devem ser facilmente realizáveis, sejam em canais online e offline.

5 *Facilidade de se localizar*

É fundamental para a experiência do visitante saber onde está bem como chegar aos locais onde que querem ir dentro do município e da região. Esse critério avalia a sinalização e pontos de informações de Lúna.

Formas de acessar boas experiências turísticas

Visão Geral

Esses critérios representam um conjunto princípios pelos quais cada experiência de turismo é analisada e classificada como Aprovada ou Reprovada. Essa abordagem nos permite avaliar as experiências para que elas representem e fortaleçam a imagem turística de Lúna.

6 *Facilidade de deslocamento*

A qualidade e facilidade do deslocamento para e entre os atrativos — seja em veículo próprio, locado ou transporte.

7 *Produtos e serviços locais*

Experiências turísticas que empregam pessoas do município, utilizam produtos locais e fomentam a economia da localidade através do apoio a pequenos produtores e negócios.

8 *Contato com a comunidade*

a experiência turística proporciona um contato próximo com as pessoas de Lúna e sua cultura.

9 *Conectado e compartilhável*

os visitantes têm acesso a redes de internet e oportunidades de compartilhar suas experiências do município.



Parte 3

Potenciais Negócios para Lúna

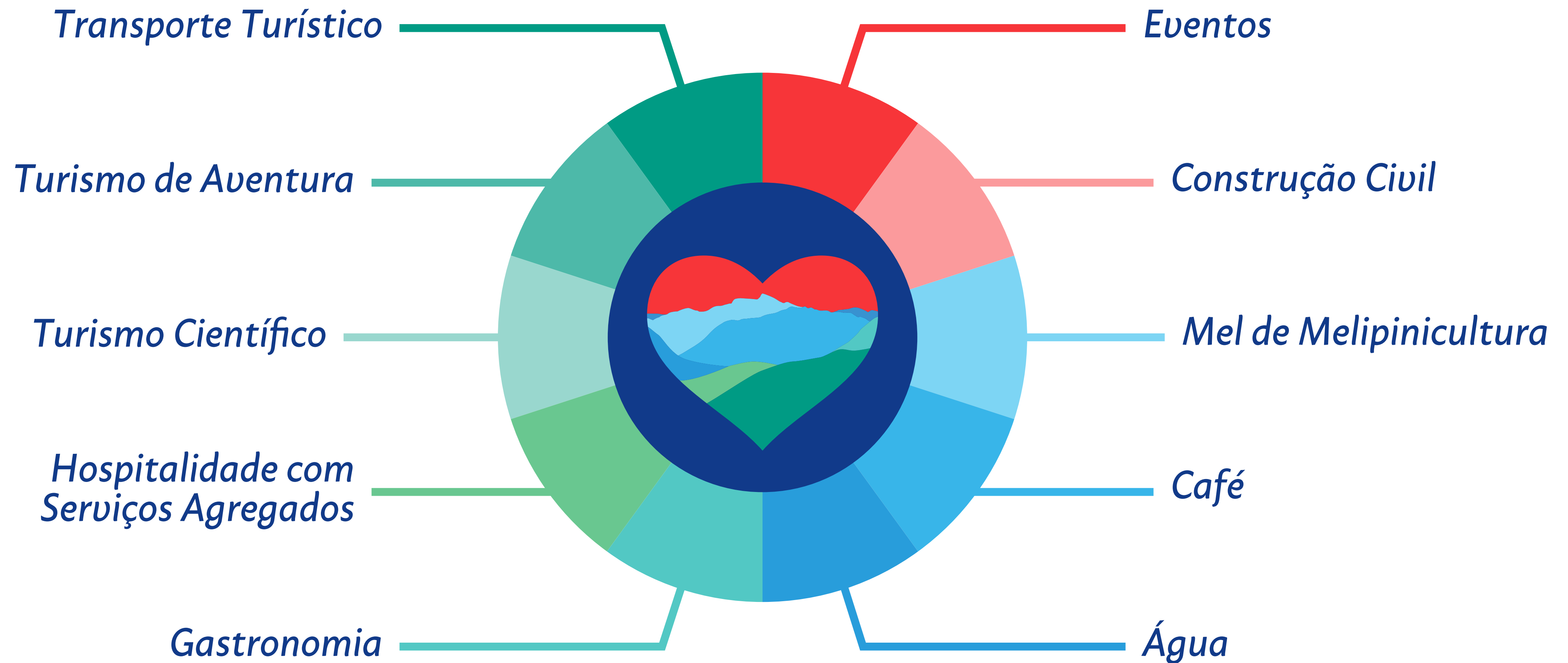
Introdução

Visão Geral

A pesquisa realizada para o Branding da Cidade de Lúna forneceu insights para 10 macroáreas atribuídas como oportunidades de negócios para atender a demanda turística e econômica em Lúna. Essas macroáreas estão alinhadas com as tendências do mundo contemporâneo em consonância o potencial inato que o território possui. O objetivo dessa parte do Branding é disponibilizar ao empreendedor potencialidades alinhadas com o futuro e vocação da cidade.



Lista de Potenciais para Lúna



Transporte Turístico



Transporte Turístico

Visão Geral

O setor de turismo representa aproximadamente de 8,1 % do PIB brasileiro. Entre as suas atividades, os meios de transporte foram responsáveis por 27,6% do faturamento do setor, segundo dados de 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

Case: Jeeptour

Referência

<https://www.transportal.com.br/noticias/rodoviaria-novorio/-jeep-tour-rio-de-janeiro/>

O Rio de Janeiro figura como um dos principais destinos turísticos do Brasil, destacando-se não apenas por sua rica história e cultura, mas também por sua deslumbrante beleza natural.

A cidade é caracterizada por majestosas montanhas e serras cobertas pela Mata Atlântica e praias de areias brancas banhadas por um mar azul-turquesa. Em seu aspecto urbanístico e artístico, ícones como o Cristo Redentor e o Estádio do Maracanã definem sua identidade.



Transporte Turístico

Case: Jeeptour

Referência

<https://www.transportal.com.br/noticias/rodoviaria-novorio/-jeep-tour-rio-de-janeiro/>

Fundada em 1992, a Jeep Tour é uma empresa que se propôs a proporcionar experiências guiadas pelos diversos atrativos da cidade. Essa iniciativa uniu a paixão dos empreendedores por veículos 4x4 e militares com o setor de turismo. De acordo com a própria empresa, “Nossa frota de jipes foi cuidadosamente restaurada e adaptada para proporcionar um modo de passeio descapotável exclusivamente voltado para o turismo”.

A empresa oferece tours guiados que incluem visitas à Floresta da Tijuca, bem como à comunidade da Rocinha, entre outros pontos de interesse da cidade.



Gastronomia



Gastronomia

Visão Geral

O setor de gastronomia apresentou um crescimento acentuado. Estima-se que nos últimos 5 anos o setor tenha crescido 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)

Gastronomia

Case: Amazônia na Cuia

Referência

<https://g1.globo.com/empreendedoris-mo/pegn/noticia/2023/04/02/restaurante-no-para-fat-ura-r-500-mil-por-mes-com-venda-de-menu-degustacao-de-comidas-da-amazonia.ghtml>

Inaugurado no ano de 2018, o restaurante “Amazônia na Cuia” cumpre precisamente o que o seu nome sugere: oferecer pratos da culinária amazônica servidos em cuias. Localizado na cidade de Belém, no Pará, o estabelecimento concentra-se na preparação de pratos típicos da região, enaltecendo a cultura paraense e indígena.

O destaque principal do restaurante é o seu menu degustação composto por 22 pratos autênticos, tais como tucupi, tacacá e caruru, todos servidos em minicuias.



Gastronomia

Case: Amazônia na Cuia

Referência

<https://g1.globo.com/empreendedoris-mo/pegn/noticia/2023/04/02/restaurante-no-para-fat-ura-r-500-mil-por-mes-com-venda-de-menu-degustacao-de-comidas-da-amazonia.ghtml>

Com um aporte inicial de R\$ 450 mil, o restaurante “Amazônia na Cuia” testemunhou um notável crescimento em sua receita, experimentando um aumento de quase 16 vezes desde sua inauguração. Hoje, o estabelecimento registra uma impressionante marca de R\$ 500 mil em faturamento mensal.





Turismo de Aventura

Turismo de Aventura

Visão Geral

O turismo de aventura é um segmento do setor de turismo que tem como objetivo promover as práticas de atividades de ação ao ar livre de caráter recreativo e não competitivo. Entre as tendências estão o compromisso socioambiental —, roteiros de aventura que respeitem o meio ambiente e que proporcionam contato com a comunidade local —, diferentes atividades na mesma programação, a oferta de programações personalizadas e o atendimento de público estrangeiro, com colaboradores ou equipe preparada para atender em outro idioma estrangeiro.

- Parapente
- Bouldering
- Mountain Bike
- Corrida de aventura

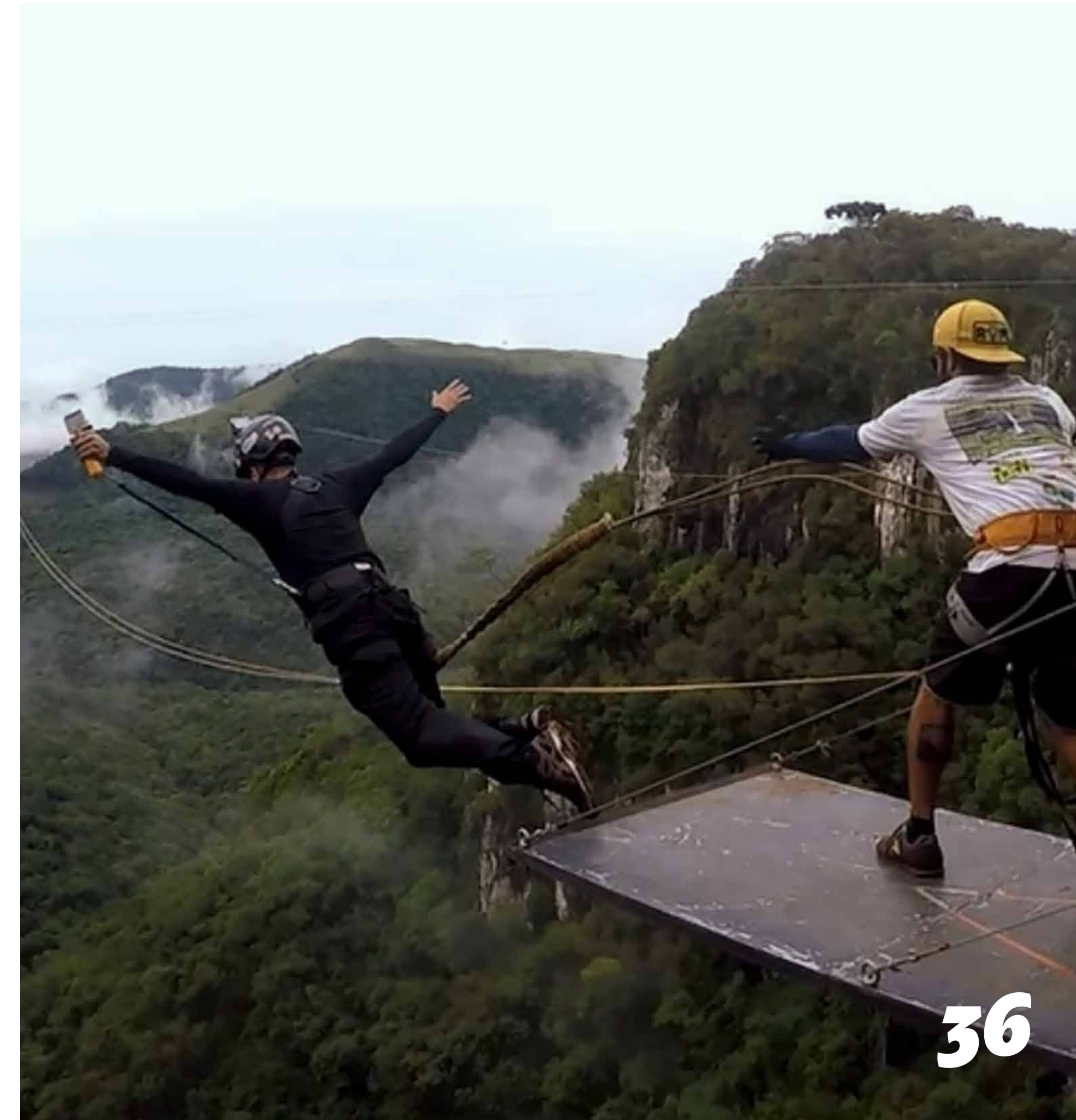
Turismo de Aventura

Case: Rope Trips

Referência

<https://g1.globo.com/empreendedorismo/pegn/noticia/2022/08/28/empresario-descobre-paixao-por-esportes-radicaais-e-fatura-r-60-mil-mensais-no-setor.ghtml>

A Rope Trips Aventuras Radicais é uma empresa oferece saltos de bungee jump e rope jump aos finais de semana. Hoje, eles já estão presentes em seis estados do país. O negócio opera em cachoeiras, pedreiras, pontes, prédios, em cada final de semana.



Turismo de Aventura

Case: Rope Trips

Referência

<https://g1.globo.com/empreendedoris-mo/pegn/noticia/2022/08/28/empresario-descobre-paixao-por-esportes-radicaais-e-fatura-r-60-mil-mensais-no-setor.ghtml>

Os saltos custam entre R\$ 60 e R\$ 300. Os preços variam de acordo com a altura e o local. A empresa atende em média 450 clientes por mês. Além do esporte, também fatura com fotos e vídeos dos saltos. O investimento inicial foi de R\$ 45 mil. E hoje, a empresa fatura R\$ 60 mil mensais



Turismo Científico



Turismo Científico

Visão Geral

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

Turismo Científico

Case: Icterus Ecoturismo e Expedições

Referência

<https://ms.agenciasebrae.com.br/podcasts/arquivo/icterus-e-coturismo-gabriel-oliveira-e-rafael-souza-podcrescer/>

Os empreendedores e biólogos Gabriel Oliveira e Rafael Souza já possuíam conhecimento sobre a fauna e flora do Pantanal, além de um profundo interesse na observação de aves e na vida selvagem. Essa paixão se transformou em um empreendimento lucrativo com a fundação da Icterus Ecoturismo, uma agência especializada em turismo de vida selvagem no Pantanal. O objetivo central da empresa é reconectar as pessoas com a natureza por meio de excursões na região, observação de aves e educação ambiental.



Turismo Científico

Case: Icterus Ecoturismo e Expedições

Referência

<https://ms.agenciasebrae.com.br/podcasts/arquivo/icterus-e-coturismo-gabriel-oliveira-e-rafael-souza-podcrescer/>

Segundo a empresa, “Hoje nós somos uma agência e uma operadora especializada no turismo de vida selvagem no Pantanal. A Icterus monta roteiros personalizados para que as pessoas possam conhecer a nossa região e ter um grande encontro com a vida selvagem aqui, no Pantanal”.



Hospitalidade com Serviços Agregados



Hospitalidade com Serviços Agregados

Visão Geral

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 à 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

Hospitalidade com Serviços Agregados

Case: Cabanas Portal da Serra

Referência

<https://g1.globo.com/empreendedoris-mo/pegn/noticia/2023/09/10/com-cabanas-em-meio-a-natureza-hospedagem-em-mogi-das-cruzes-fatura-r-25-milhoes.ghtml>

Localizada em Mogi das Cruzes, São Paulo, o Cabanas Portal da Serra oferece onze chalés completos. Para atender a diversos públicos, o empreendimento disponibiliza suítes adaptadas com acessibilidade e banheiros especialmente preparados para receber pessoas com deficiência, além de suítes pet friendly.



Hospitalidade com Serviços Agregados

Case: Cabanas Portal da Serra

Referência

<https://g1.globo.com/empreendedoris-mo/pegn/noticia/2023/09/10/com-cabanas-em-meio-a-natureza-hospedagem-em-mogi-das-cruzes-fatura-r-25-milhoes.ghtml>

A pousada se dedica a proporcionar experiências encantadoras e surpreendentes aos seus hóspedes, como piqueniques nas áreas da propriedade, fogueiras com marshmallows à noite e oficinas de jardinagem. Para aqueles que buscam relaxamento, a pousada oferece serviços de spa completos. Ainda oferece experiências gastronômicas, tais como brunch nas cabanas, tábuas de queijos e vinhos, e um chef exclusivo para satisfazer os paladares mais exigentes.



Eventos



Eventos

Visão Geral

O setor de eventos é composto, em grande parte, por micro e pequenas empresas, quase 80% das empresas. No entanto, o setor movimenta por volta de 16 bilhões de reais em eventos sociais todo ano. 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 multissetoriais 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
- Atividades de Cerimonialista

Eventos

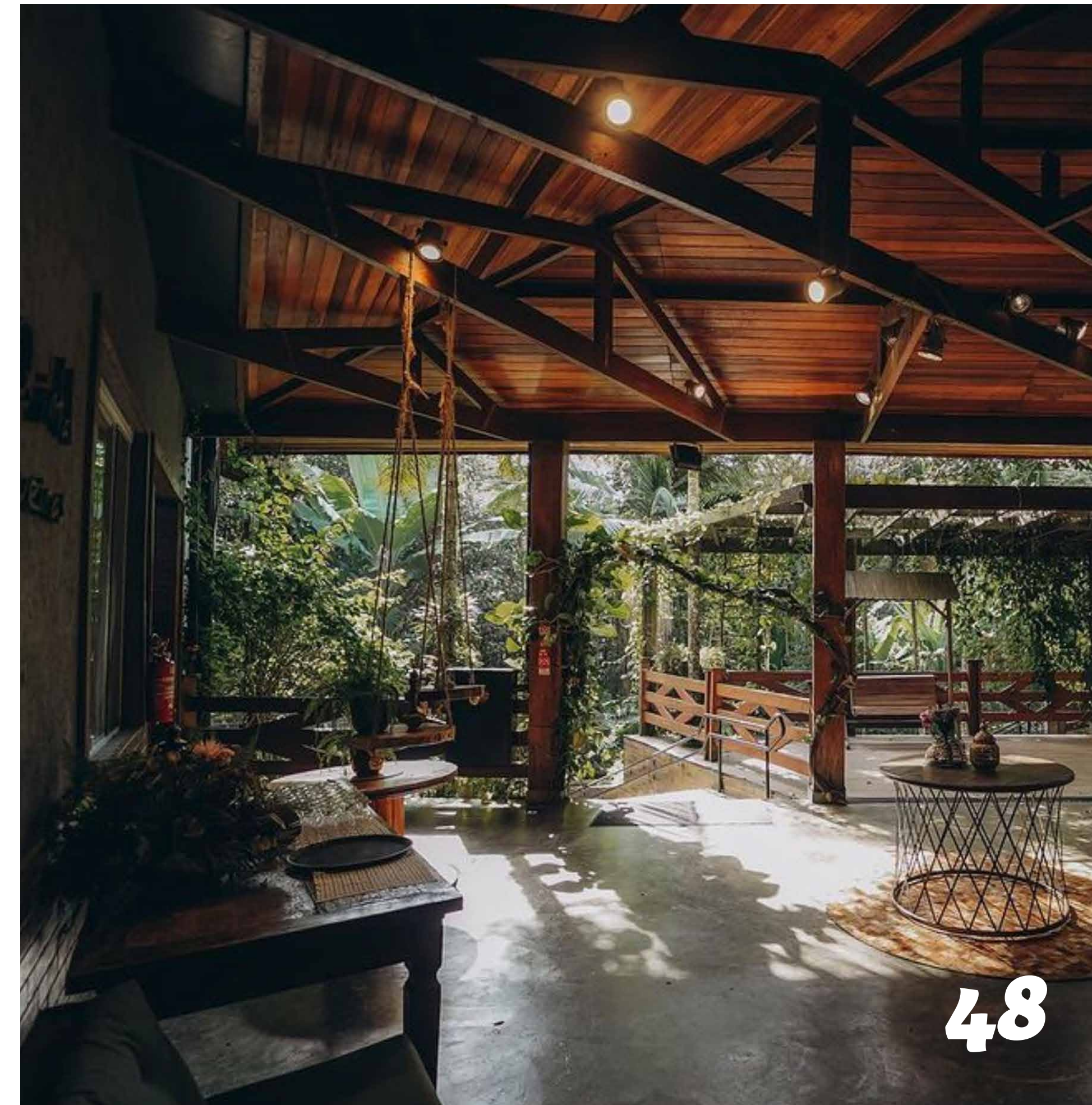
Case: Recanto dos Sonhos

Referência

<https://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Diversao-e-turismo/noticia/2022/09/eles-comecaram-alugando-quintal-com-mesas-de-plastico-e-hoje-faturam-milhoes-com-buffet.html>

Recanto dos Sonhos está situada em uma chácara no distrito de Riacho Grande, em São Bernardo do Campo. A empresa de eventos teve um início modesto, quando alguém simplesmente bateu à porta e perguntou se poderia alugar o espaço para uma festa de aniversário. Desde então, a Recanto dos Sonhos acolheu mais de 200 mil pessoas.

As celebrações normalmente atraem de 100 a 300 convidados, com um evento básico para 150 convidados custando, em média, R\$ 60 mil. Apesar do crescimento da empresa, o casal fundador permanece residindo no local.



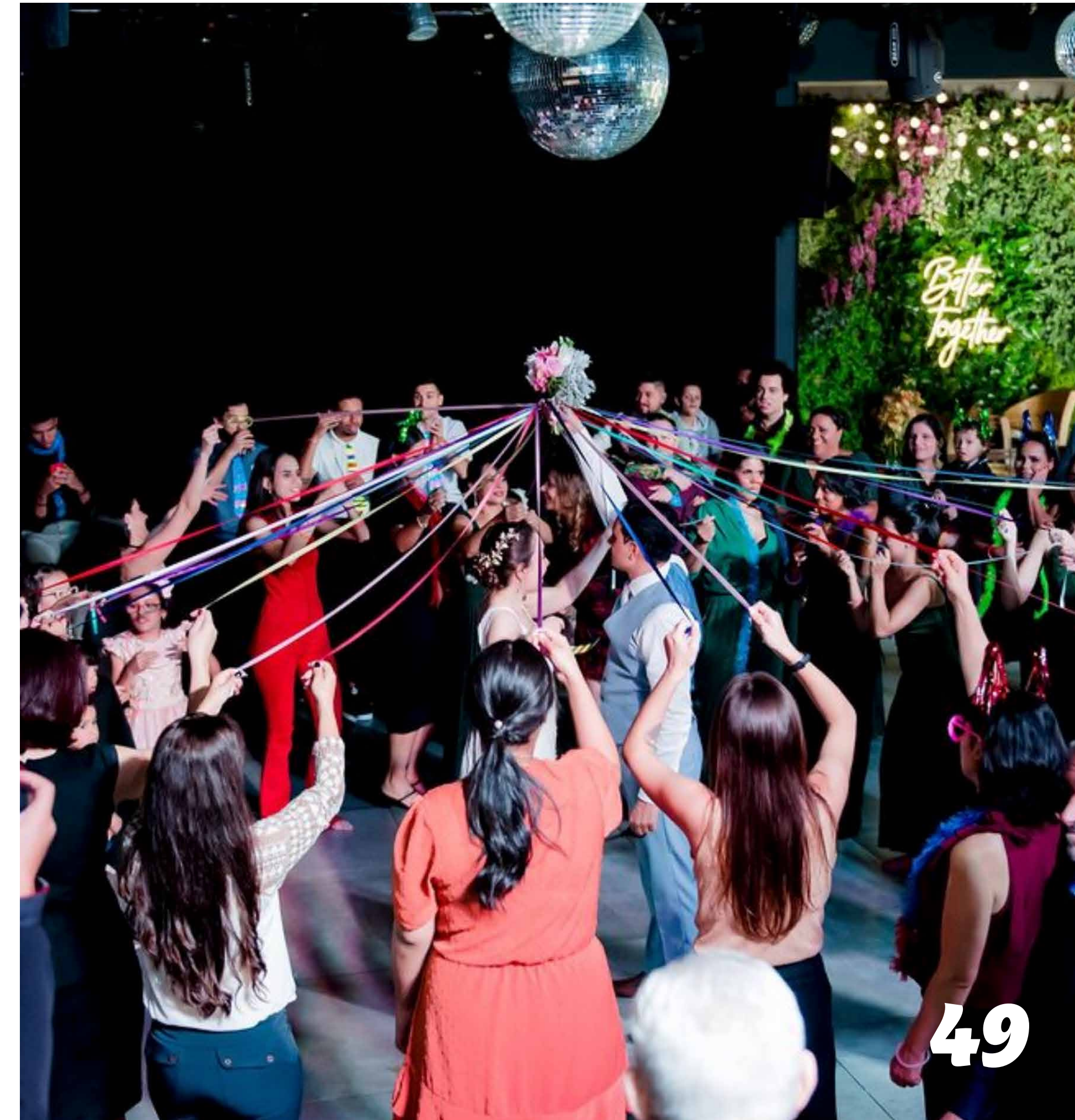
Eventos

Case: Recanto dos Sonhos

Referência

<https://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Diversao-e-turismo/noticia/2022/09/eles-comecaram-alugando-quintal-com-mesas-de-plastico-e-hoje-faturam-milhoes-com-buffet.html>

Recanto dos Sonhos oferece um pacote completo para os noivos, abrangendo serviços de gastronomia, decoração, um espaço ecumênico e a organização completa do evento.



Construção Civil



Construção Civil

Visão Geral

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
- Serviços de Arquitetura
- Reformas e adequações
- Construção e reformas de estradas e pontes

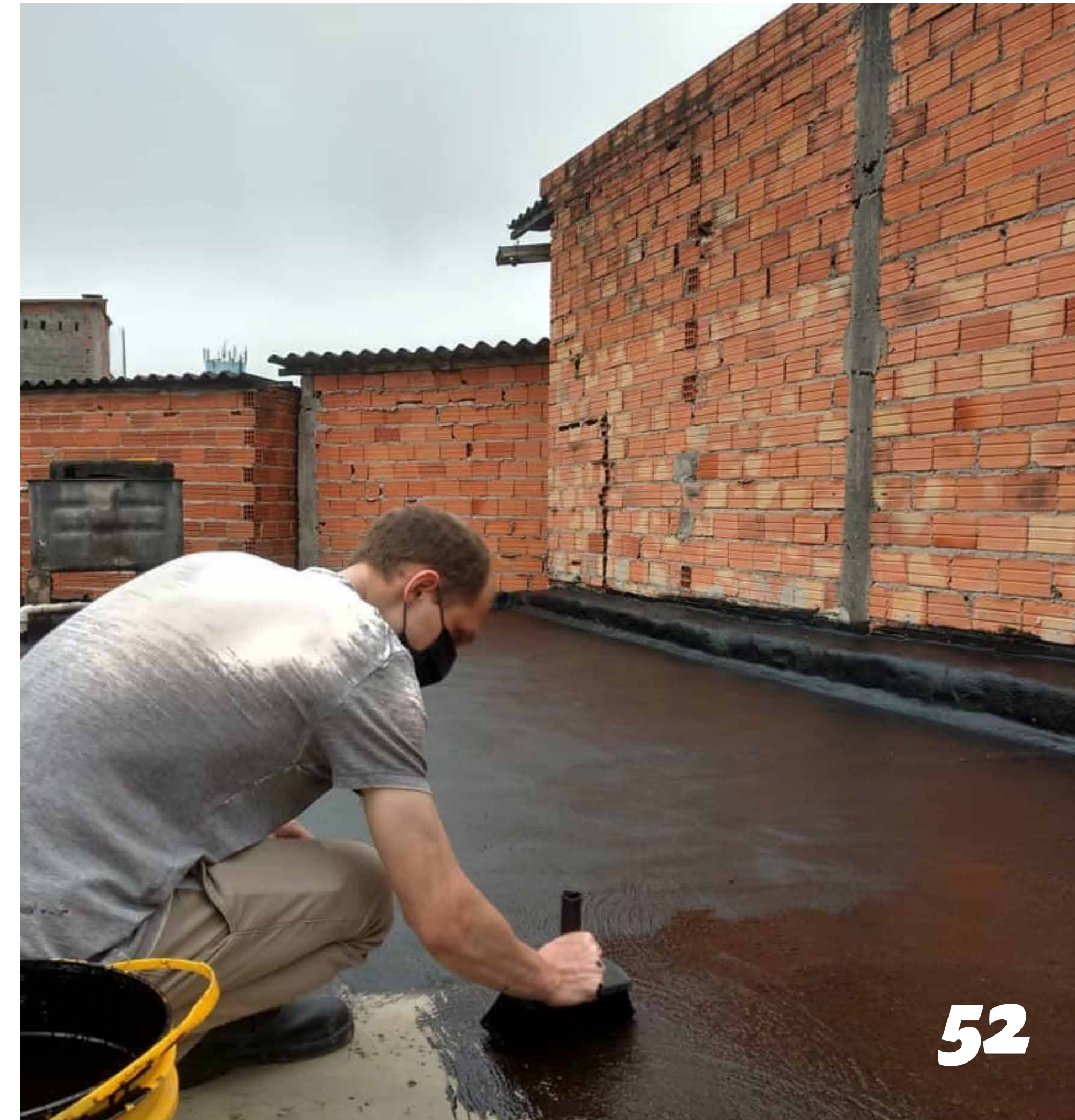
Construção Civil

Case: Comuta Reformas

Referência

<https://g1.globo.com/economia/p-me/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2021/06/20/empresa-de-reformas-e-decoracao-aposta-em-equipe-formada-so-por-mulheres-para-ganhar-clientes.ghtml>

Localizada no Jardim Ubirajara, a Comuta Reformas é um empreendimento de impacto social que se especializa em realizar reformas voltadas para a população de baixa renda. A empresa simplifica o processo de contratação e pagamento das reformas. A Comuta Reformas estabeleceu uma parceria estratégica com uma fintech que efetua o pagamento integral da obra e permite parcelamentos em até 30 vezes para os residentes. É importante ressaltar que essa linha de crédito é disponibilizada mesmo para indivíduos com histórico de inadimplência.



Construção Civil

Case: Comuta Reformas

Referência

<https://g1.globo.com/economia/p-me/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2021/06/20/empresa-de-reformas-e-decoracao-aposta-em-equipe-formada-so-por-mulheres-para-ganhar-clientes.ghtml>

Além disso, a Comuta Reformas viabiliza outras reformas por meio de colaborações com empresas e organizações não governamentais, proporcionando reformas gratuitas a famílias em situação de vulnerabilidade social. A taxa de gestão da empresa varia entre 20% e 30% do valor total da obra, de acordo com os serviços prestados.



Mel de Meliponicultura



Mel de Meliponicultura

Visão Geral

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 um número aproximado 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

Mel de Meliponicultura

Case: JOCA Associação de Jovens Agroecologistas Amigos do Cabeço

Referência

<https://www.governocidadao.rn.gov.br/?pag=1&pg=noticias&id=1962>

No município de Jandaíra/RN, um grupo composto por 18 membros da Associação de Jovens Agroecologistas Amigos do Cabeço (Joca) está dedicado à produção do mel da abelha Jandaíra. Por pelo menos uma década, os produtores têm assegurado o seu próprio sustento através da prática da meliponicultura, que consiste na extração sustentável do mel das abelhas nativas sem ferrão.

O mel produzido na localidade do Povoado do Cabeço possui um perfil de sabor mais suave, menor doçura e textura mais líquida, conquistando naturalmente um reconhecimento valorizado.



Mel de Meliponicultura

Case: JOCA Associação de Jovens Agroecologistas Amigos do Cabeço

Referência

<https://www.governocidadao.rn.gov.br/?pag=1&pg=noticias&id=1962>

Os associados da Associação de Jovens Agroecologistas Amigos do Cabeço (Joca) foram contemplados com o edital de Iniciativas de Negócios Sustentáveis de Inclusão Produtiva. Esse benefício possibilitou a construção e aquisição de equipamentos para uma unidade de beneficiamento em total conformidade com as regulamentações vigentes. O investimento total, viabilizado através de recursos provenientes de um empréstimo junto ao Banco Mundial, ultrapassou a marca de R\$ 420 mil.



Café



Café

Visão Geral

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

Café

Case: Kapeh

Referência

<https://revistapegn.globo.com/Mulheres-empendedoras/noticia/2017/09/empreendedora-mineira-usa-cafe-na-fabricacao-de-cosmeticos.html>

O Brasil é o maior produtor e exportador de café do mundo. No entanto, o café ainda não está associado à ideia de beleza ou cosméticos.

A empresa Kapeh, situada no sul de Minas Gerais, uma região produtora desse grão, adotou uma abordagem inovadora ao utilizar o café na fabricação de produtos cosméticos. Ela destaca as propriedades benéficas do grão como um aliado na busca pela beleza.



Café

Case: Kapeh

Referência

<https://revistapegn.globo.com/Mulheres-empendedoras/noticia/2017/09/empreendedora-mineira-usa-cafe-na-fabricacao-de-cosmeticos.html>

A Kapeh dispõe de uma ampla linha de produtos disponíveis em diversos pontos de venda em todo o Brasil, além de exportar para várias nações. Atualmente, a empresa conta com 20 funcionários diretos e mais de 100 indiretos, distribuindo seus produtos em 18 estados brasileiros e em mais de 200 pontos de venda em território nacional. Em média, 5% da produção destina-se ao mercado internacional, atendendo países como Portugal, Holanda e África do Sul.



Água



Água

Visão Geral

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

Água

Case: Água na Caixa

Referência

<https://g1.globo.com/economia/p-me/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2021/02/14/startup-la-nca-agua-mineral-em-caixinha-de-pa-pelao.ghtml>

A empresa Água na Caixa tem como principal objetivo atender um público consciente que busca consumir de forma ecologicamente responsável. Para alcançar esse propósito, a empresa oferece água mineral engarrafada em embalagens ecológicas. Todo o processo de envase ocorre em Pinhalzinho, na região das águas de São Paulo.

As caixas são completamente recicláveis, composta por 82% dos materiais utilizados na fabricação delas são de fontes renováveis, como papel, plástico de cana-de-açúcar e alumínio. A empresa possui a capacidade de envasar 50 milhões de unidades por ano.



Água

Case: Água na Caixa

Referência

<https://g1.globo.com/economia/p-me/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2021/02/14/startup-la-nca-agua-mineral-em-caixinha-de-pa-pelao.ghtml>

Dessa forma, ela contribui para a preservação do meio ambiente e atende às demandas de um público preocupado com a sustentabilidade.

A vocação ecológica está no próprio manifesto da marca: “Queremos através da ÁGUA NA CAIXA mostrar o exemplo de que é possível fazer o que sempre fizemos, como beber água, porém de um jeito diferente, muito melhor. Queremos ser a melhor companhia de água para o mundo, e não do mundo. Beber água será um ato altruísta, (pois 1% do nosso lucro será revertido para projetos locais) e será harmônico com a natureza”.





Lúna *Café,* *Natureza* *& Histórias*

Lúna. O Coração do Caparaó

Desenvolvido por Sebrae/ES,
com consultoria de Jargo. 2023.
Todos os direitos reservados à
Prefeitura Municipal de Lúna.

