

ANEXO II - BRIEFING

Campanha Institucional de Fomento ao Turismo do Município de Jales/SP

1. Objeto da Campanha

Desenvolvimento de campanha institucional destinada à promoção turística do Município de Jales, com o objetivo de fortalecer sua imagem como destino regional para turismo de eventos, comercial, cultural, religioso, rural, de saúde e lazer, ampliando o fluxo de visitantes e estimulando a economia local.

2. Contextualização

Localizada na região noroeste do Estado de São Paulo, Jales consolidou-se como importante polo regional de comércio, serviços, saúde e eventos. Reconhecido como Município de Interesse Turístico (MIT), reúne atrativos capazes de atender diferentes perfis de visitantes ao longo do ano, destacando-se pelo turismo de eventos, religioso, rural, cultural, de lazer e de saúde.

Sua localização estratégica, atendida pelas rodovias SP-320 (Euclides da Cunha) e SP-463 (Eliezer Montenegro Magalhães), favorece o acesso de visitantes provenientes de diversas regiões do Estado de São Paulo, Minas Gerais e Mato Grosso do Sul.

O município também se destaca pela produção de uvas finas e pela forte vocação para o turismo de saúde, sendo sede de uma unidade do Hospital de Amor, que realiza aproximadamente 1.000 atendimentos diários a pacientes de diversos estados brasileiros, possui um Ambulatório Médico de Especialidades (AME), referência regional em atendimentos especializados, além de uma Santa Casa Regional e uma Unidade de Pronto Atendimento (UPA) que atendem respectivamente pacientes de 16 municípios.

3. Problema de Comunicação

Apesar desse potencial, pesquisas realizadas pela Administração Municipal indicam que grande parte da população da região ainda associa Jales principalmente ao comércio e aos serviços de saúde, desconhecendo a diversidade de experiências turísticas oferecidas pelo município.

Nesse contexto, a campanha deverá ampliar o reconhecimento de Jales como destino turístico, fortalecendo sua identidade e estimulando a visitação ao longo de todo o ano.

4. Objetivos de Comunicação

A campanha deverá buscar:

- a) fortalecer a imagem institucional de Jales como destino turístico regional;
- b) aumentar o conhecimento da população sobre os atrativos existentes;
- c) incentivar visitas durante todo o ano, reduzindo a percepção de que o turismo ocorre apenas durante grandes eventos;
- d) estimular o orgulho dos moradores pela cidade, transformando-os em promotores do destino;
- e) divulgar o calendário turístico anual.

5. Público-Alvo

Primário: Moradores das regiões Noroeste Paulista, Triângulo Mineiro, Sul de Mato Grosso do Sul e Norte do Paraná, interessados em turismo de curta duração, lazer, cultura, gastronomia e eventos.

Secundário: Turistas de passagem (pacientes e acompanhantes, pessoas a trabalho) que podem ser convertidos a fazer uma parada gastronômica ou de descanso.

Terciário: Moradores de Jales; empresários; comerciantes; investidores do setor turístico; turistas interessados em experiências religiosas, culturais, gastronômicas e rurais.

6. Conceito Desejado

Apresentar Jales como uma cidade onde diferentes experiências se encontram, oferecendo atrações durante todo o ano para públicos diversos.

A campanha deverá transmitir atributos como: acolhimento; diversidade; tradição; cultura; qualidade de vida; desenvolvimento e hospitalidade.

7. Informações Relevantes

A campanha poderá explorar, entre outros, os seguintes atrativos:

Turismo de Eventos

- Festa do Peão de Jales
- Jales Matsuri – Festival de Cultura e Gastronomia Japonesa

- Bon Odori
- Festival Nacional de Teatro de Jales
- Tradicional Cavalgada de Jales
- Festa de São Cristóvão e Encontro de Motoristas
- Feira de Arte e Artesanato
- Natal, Tempo de Esperança

Turismo Religioso

- Catedral Nossa Senhora da Assunção
- Romaria Diocesana

Turismo Rural

- Chácara Bela Vista – O Paraíso das Uvas

Cultura

- Teatro Municipal de Jales
- Espaço Cultural José Carlos Guisso (Biblioteca Municipal e Museu Municipal).

Praças e Lazer

- Praça Dr. Euphly Jalles
- Praça João Mariano de Freitas
- Bosque Municipal Aristóphano Brasileiro de Souza

Turismo de Saúde

Jales é referência regional em atendimento médico especializado, recebendo visitantes de diversos estados brasileiros.

Entre os equipamentos de destaque estão:

- Hospital de Amor;
- Ambulatório Médico de Especialidades (AME);
- Santa Casa Regional de Jales;
- Unidade de Pronto Atendimento (UPA).

A abordagem do turismo de saúde deverá enfatizar acolhimento, infraestrutura e qualidade dos serviços, evitando caráter promocional relacionado a tratamentos médicos.

8. Estratégia de Meios (Peças Solicitadas)

Para fins de pontuação técnica nesta licitação, a agência deverá apresentar o layout e roteiro das seguintes peças:

- a) 01 (um) posts para Instagram/Facebook (Carrossel para o feed)
- b) 01 (uma) arte para outdoor
- c) 01 (uma) arte para jornal ou revista
- d) 01 (um) spot para rádio (30 segundos em forma de texto)
- e) 01 (um) folder

8. Verba Referencial

Considerando a verba de **R\$ 100.000,00 (cem mil reais)**, a Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá justificar as escolhas dos canais propostos, priorizando o alcance assertivo do público-alvo primário (segmentação regional) e a otimização dos recursos públicos.

9. Desafio Criativo

A agência deverá desenvolver uma campanha capaz de posicionar Jales como um destino que oferece experiências durante todo o ano, demonstrando que seus eventos, cultura, patrimônio religioso, turismo rural, espaços públicos, natureza, comércio e estrutura de saúde formam um conjunto de atrativos que movimentam a economia, fortalecem a identidade local e proporcionam experiências acolhedoras para moradores e visitantes.