



BRIEFING

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACRUZ

1. OBJETIVO

Este documento ("Briefing") tem como finalidade prestar orientação básica às agências de propaganda que desejam participar da licitação sob a modalidade Tomada de Preços, para a contratação de Agência de Publicidade e Propaganda para prestação de serviços de publicidade e propaganda, de acordo com o objeto descrito no Edital.

2. OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO

O objetivo principal do exercício de competências e habilidades proposto neste briefing é apresentar o município de Aracruz a turistas como uma cidade preparada para recebê-los num cenário pós pandêmico.

Com este exercício pretende-se conscientizar os moradores e visitantes sobre a capacidade de Aracruz atender aos turistas que buscarem nossas instâncias no cenário pós pandêmico. Esse suposto cenário, ocorreria no último trimestre de 2021 quando haveria uma considerável redução das restrições hoje existente, que permitiriam a população retomar atividades turísticas, mesmo com alguns cuidados. Esse período coincide com o início do verão. A campanha deve, portanto, apresentar uma Aracruz que oferece segurança à saúde, diversão e descanso para as famílias.

3. CENÁRIO - O MUNICÍPIO DE ARACRUZ

3.1. História

O município de Aracruz iniciou-se como aldeamento jesuíta denominado Aldeia Nova, à Margem do rio Piraqueaçu, em 1556. No decorrer de sua formação, o município teve diversos nomes como Santa Cruz, Sauaçu, e, finalmente, Aracruz.

Durante o período colonial e imperial, a região não teve um papel de destaque tanto na política quanto na econômica do Espírito Santo. Em 1832, o imigrante italiano Pietro Tabacchi, chegou à região de Santa Cruz e fundou a fazenda Nova Trento, em homenagem à sua terra



natal. Foi ele, inclusive, o responsável pela vinda de famílias italianas saídas do Porto de Gênova, no final do século XIX.

Com a resolução nº 2, no dia 3 de abril de 1848, foi criado no Município de Santa Cruz (hoje, Aracruz), com sede na Vila de Santa Cruz. Mas, somente em 1891, a Vila de Santa Cruz foi elevada à categoria de cidade, com base no decreto estadual nº 19. O local tronou-se próspero, com um porto fluvial, no rio Piraqueaçu, muito movimentado. No entanto, o desenvolvimento do porto foi prejudicado pela construção da Estrada de Ferro Vitória-Minas, e da BR 101, em 1940.

A transposição da sede foi aprovada na Câmara de Vereadores, em 1848. No entanto, houve descontentamento de grande parte da população do distrito Santa Cruz. No dia da mudança, foi chamado, inclusive, reforço policial, pois se temia reação pública. A transferência ocorreu somente dois anos depois, durante o governo de Luiz Theodoro Musso. Vale ressaltar que a transposição da sede foi feita com o intuito de unir os vários distritos, dado que a nova sede encontrava-se estrategicamente localizada no centro do município.

3.2. Informações Gerais

Área: 1.423.874 km²

Localização: Da capital Vitória até a sede do município, pela rodovia ES-010, são cerca de 75 km. Pela BR 101, o percurso é de 83 km.

Distritos: Riacho, Jacupemba, Guaraná, Santa Cruz, Santa Rosa e sede.

PIB per capita: R\$ 53.275,98 (IBGE/2018)

População: 103.101 habitantes (IBGE/2020)

Microrregião: Polo Linhares (Sooretama, Rio Bananal, Linhares, João Neiva, Ibiraçu e Aracruz), região norte do Estado do Espírito Santo.

Limites: Ao norte com Linhares, ao sul com Fundão, a leste com Oceano Atlântico, a oeste com Ibiraçu e João Neiva.

Clima: Tropical Litorâneo, inverno seco e temperatura em torno de 28°C.

Altitude: a sede fica a 50 metros de altitude acima do nível do mar.

Vias de Acesso: BR -101, ES-010, ES-124, ES-257 e ES-261.

Recursos Hídricos: Os principais rios que cortam o município são o Piraqueaçu e o Piraquê-Mirim.

3.3. Economia



A economia do município de Aracruz tem suas principais atividades econômicas diversificadas da seguinte forma:

- Setor primário: agropecuária e pesca;
- Setor secundário: comércio e serviços;
- Setor terciário: indústria de celulose, metalúrgica, naval, entre outras.

3.4. Logística

Aracruz é um município de fácil acesso de excelente estrutura logística, o que possibilita boas perspectivas comerciais. Os principais modais de transporte que consolidam as vantagens competitivas da região são: rodoviário, via BR-101; ferroviário, por meio do ramal que liga o Porto da Barra do Riacho à Estrada de Ferro Vitória-Minas; marítimo, por meio de Portocel; e aeroviário pelo aeroporto privado da empresa Suzano.

Além desta estrutura já disponível, novos investimentos estão acontecendo no município que o colocarão em destaque no cenário nacional, como o Porto de Imetame, que será um modal marítimo para o atracamento de navios de grande capacidade, que hoje não conseguem atracar em portos brasileiros. O Porto de Imetame se distinguirá dos demais pelo alto caladouro (17m) necessários para o atracamento dos modernos e gigantes navios contêineres.

3.5. Agricultura

Entre as principais culturas do município, destacam-se o café, banana, coco, cacau, silvicultura, além da apicultura e agropecuária, com destaque para o gado leiteiro. Destaca-se também a agricultura familiar pelos produtos típicos e artesanais.

3.6. Turismo

O turismo de Aracruz é um dos mais diversificados do Estado: desde belas praias a roteiros de agro turismo. Essas são algumas das características que apontam o município como uma das principais cidades da Rota do Verde e das Águas. Com 47 km de extensão litorânea, Aracruz conta com uma variedade de praias localizadas em balneários com total infraestrutura turística para atender à crescente demanda durante a alta estação.



Entre as principais praias do município estão Barra do Sahy, Mar Azul, Putiri, Praia dos Padres, Coqueiral e Santa Cruz. Sendo a mais conhecida a de Barra do Sahy, visitada principalmente por turistas mineiros e pessoas da região centro-oeste do país.

Entre os distritos de Guaraná e Jacupemba, estão os roteiros do agro turismo de Aracruz: Delícias da Nona, Doces Sabores do Campo e Encantos das Águas. Seus principais atrativos são pesque e pague, trilhas, restaurantes com fogão à lenha, passeios a cavalo, comidas e produtos típicos da região.

3.7. Cultura, Esporte e Lazer

Em Aracruz, são promovidos projetos ligados a diversas manifestações culturais, especialmente no intuito de preservar tradições históricas como as bandas de congo e as comunidades indígenas (o município é o único no estado que possui índios ainda vivendo em aldeias, 12 no total).

O esporte é um dos principais atrativos do verão no município, por meio de campeonatos de futebol, vôlei de praia e surf. Na baixa estação, ganham destaque o futsal, campeonatos regionais de futebol, basquete e outras.

4. PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Introdução: Aracruz tem potencial um enorme potencial turístico e por isso pode ser referência em muitos setores desta indústria. Pode ser uma referência em etnoturismo, pois é a única cidade do Espírito Santo a ter aldeias indígenas. Pode exercer um papel de destaque no turismo acadêmico, pois tem praias situadas numa região conhecida como “Amazônia Marinha”. Pode até se tornar uma parada obrigatória para o turismo de lazer, mesmo competindo com tantas outras opções atraentes no estado e no país, pois tem em Santa Cruz, Coqueiral, Barra do Sahy e suas outras praias a calma e beleza que atraem famílias de todos os cantos.

Aracruz quer divulgar que seus estabelecimentos seguem os protocolos sanitários do Ministério da Saúde para dar segurança a quem deseja nos visitar. Também é nosso desejo comunicar que o bucolismo de nosso litoral é ideal para o turismo em família, sem a aglomeração dos destinos mais tradicionais, mas com o charme e a rusticidade que algumas praias pouco



exploradas podem oferecer. E por falar em inexplorado, Aracruz quer fomentar seu turismo rural, pois num cenário pós-pandêmico, é esperado que os viajantes busquem por localidades mais isoladas, mas que ofereçam experiências únicas.

E o que fazer com estes ingredientes? Uni-los aos sabores da nossa rica gastronomia, espalhada nos restaurantes, pousadas e afins (presentes tanto na orla como no centro da cidade), e aos saberes manifestados no congo de Vila do Riacho, no Museu Histórico de Santa Cruz, nas danças típicas italianas de Guaraná, no artesanato indígena e em tantas outras formas que não caberiam num parágrafo.

Mais informações acerca do turismo de Aracruz podem ser encontradas no site da Prefeitura, no link: <http://www.aracruz.es.gov.br/turismo/>.

Diante deste cenário, a Secretaria de Comunicação de Aracruz da Prefeitura de Aracruz definiu como “briefing” a ser apresentado por agências de publicidade que concorrem neste edital, a campanha “O turismo pós pandemia em Aracruz”, que será desenvolvida para a Secretaria de Turismo e Cultura da Prefeitura de Aracruz.

Título da campanha: “O turismo pós pandemia em Aracruz”.

Público-alvo: São os turistas, pessoas que se deslocam para regiões com a perspectiva de obter momentos de lazer, conhecer novos lugares, culturas e culinárias. Dispostas a investir recursos financeiros para isso e que, neste momento em especial, se preocupam também com a segurança sanitária de seus destinos, em função da pandemia da Covid-19.

Período da campanha: A campanha se desenrolará num período fictício de 90 (noventa) dias, no início do verão, em dezembro de 2021.

Foco da campanha: Por ser desenvolvida para o verão, a campanha focará na exaltação da vocação turística do município, apresentando as suas praias, pontos turísticos, a rede hoteleira, o comércio local e sua diversidade cultural e étnica;

Peças: Deverão ser produzidas no mínimo as seguintes peças para a campanha:

1. Criação e produção de vídeos com tempos de no mínimo 30 segundos para divulgação nas TVs, de no máximo de 60 segundos para divulgação em mídias sociais e de no mínimo 3 minutos para divulgação em canais de vídeo na internet;



2. Criação e produção de áudios (spots) para mídias sociais, rádio e carro de som, com tempo mínimo de 30 segundos;
3. Criação de imagens para outdoors;
4. Criação, produção e impressão de banners em lona;
5. Criação e produção de peças para divulgação na internet (banners, cards, stories, carrosséis) com foco nas mídias sociais, visando a promoção do turismo e a captação de público ("leads");
6. Criação, produção e impressão de anúncio para jornais, no tamanho de ½ (meia) página;
7. Criação, produção e impressão de anúncio para revistas, no tamanho de página inteira;
8. Criação, produção e impressão de folder com duas dobras, no tamanho 29,9cm x 21cm;
9. Criação, produção e impressão de faixa, no tamanho 4x1,5m;
10. Criação e produção de jingle de 30 segundos;
11. Criação de páginas para internet ("Landing pages") para onde serão encaminhados os contatos ("leads") captados nas mídias sociais;

Mídias próprias: A prefeitura dispõe de endereço eletrônico na internet (www.aracruz.es.gov.br) para hospedagem de textos e mídias eletrônicas, conta no Facebook e Instagram, grupos institucionais no WhatsApp, além do seu mobiliário urbano, que poderão ser utilizados gratuitamente para divulgações. Para efeito deste briefing não deverão ser destinados recursos para impulsionamentos de postagens em nossas mídias sociais.

Concorrentes: Municípios de Vitória, Guarapari, Vila Velha, Serra, Fundão, São Mateus e Conceição da Barra, que construíram uma boa relação com os turistas, capixabas ou não, sendo referência de destino para eles no período de verão em nosso Estado.

Aracruz/ES, 30 de setembro de 2021

Wagner Baraldi
Secretário de Comunicação
Prefeitura Municipal de Aracruz