

**SOCORRO DESTINO PET-FRIENDLY: COMO O MARKETING PODE AJUDAR O
TURISMO DAS CIDADES BRASILEIRAS**

JULIANE PIERRI ARDIGO

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA (UDESC)

JULIBIO DAVID ARDIGO

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA (UDESC)

SOCORRO DESTINO *PET-FRIENDLY*: COMO O MARKETING PODE AJUDAR O TURISMO DAS CIDADES BRASILEIRAS

O CASO EM SI

Introdução

O presente caso de ensino discorre sobre como a cidade da Estância de Socorro (SP) desenvolveu o projeto Socorro Destino *Pet-Friendly* utilizando estratégias do marketing de lugares, especificamente o marketing turístico. O caso ilustra a necessidade de envolver a comunidade para que uma estratégia de marketing de lugares obtenha sucesso. Ainda que o projeto tenha tido como foco a atração do turista acompanhado por seu animal de estimação, a prefeitura e o comércio local tiveram uma participação ativa no desenvolvimento do posicionamento da cidade como *pet-friendly*, o que contribuiu para tornar este um caso de sucesso.

A cidade de Socorro

A cidade da Estância de Socorro está localizada na Serra da Mantiqueira e faz parte do circuito das águas paulistas. Fica na fronteira do estado de São Paulo com Minas Gerais, 132 km distante da cidade de São Paulo, o que favorece o turismo dos residentes da maior cidade brasileira. A população aproximada é de 40.122 pessoas, de acordo com o censo de 2022. De acordo com o site da prefeitura, as principais atividades econômicas desenvolvidas na cidade são o turismo, comércio e serviços de agricultura.

Segundo o site de turismo de Socorro, os turistas visitam a cidade por três motivos principais: (1) natureza; (2) hotéis; e, (3) experiência de interior. A própria localização da cidade dá uma vantagem com relação à presença da natureza, visto que existem muitas cachoeiras e montanhas no local. As hospedagens mais presentes no local são do tipo hotel fazenda, que proporcionam uma maior possibilidade para que o turista tenha contato com a natureza. Além disso, as hospedagens aproveitam-se dessa vantagem e para proporcionar experiências de ecoturismo e aventura.

Situação problema: Turismo predatório na cidade

Conforme a presidente do COMTUR e vice-presidente da ASTUR, Ana Luiza, a cidade enfrentava três problemas principais com relação ao turismo: turismo predatório, sazonal e lotação da cidade em férias e feriados.

Ana Luiza explica que o turismo predatório que a cidade desejava evitar também pode ser chamado de turismo “cachaceiro”. Este consiste nos grupos de jovens que alugam um local para passar um período e se concentram em ficar no local alugado, gerando lixo e perturbação, sem consumir no comércio da cidade. Socorro (SP) percebeu esse tipo de turismo como indesejado, o que motivou a escolha de nichos para trabalhar o turismo.

A presidente da COMTUR, num evento do Sebrae em 2023, apresentou a sazonalidade em uma curva com diversos picos. Ainda que os meses não estivessem comunicados no gráfico, supõe-se que um dos picos seja em dezembro, mês no qual se inicia as férias escolares e abre a temporada de verão – também considerado o início da temporada de rafting e outros esportes do tipo. É interessante citar que, neste mesmo evento, Ana Luiza menciona os esforços feitos para achatar essa curva de sazonalidade, por meio da promoção de ações e eventos em meses considerados como baixa temporada.

O segmento *pet-friendly* como mercado-alvo para o turismo

O mercado pet é um segmento que tem crescido mundialmente, mesmo em tempos de crise econômica. A Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (ABINPET) publica anualmente um relatório com os dados de mercado em âmbito mundial e

nacional. Em termos mundiais, o último relatório indica que o crescimento do faturamento deste mercado entre o ano de 2021 e 2022 foi de 5,4%, sendo o Brasil o terceiro maior mercado em termos de faturamento. O crescimento do mercado nacional, no mesmo período, foi de 17,2%, indicando o potencial de mercado que pode ser explorado no país.

Numa pesquisa realizada pela Opinion Box (2022), perguntou-se aos tutores de animais de estimação a importância de que estes davam para o aceite do pet em diversos estabelecimentos, incluindo hospedagens. É interessante que quase metade dos respondentes (46%) indicaram ser muito importante. Este quantitativo foi similar ao encontrado numa pesquisa realizada pela mesma instituição no ano anterior. Ou seja, nota-se o desejo das pessoas de estarem na companhia dos seus pets quando realizam as mais diversas atividades, especialmente as de lazer.

Os tomadores de decisão relacionados ao turismo de Socorro (SP) já haviam percebido essa tendência de mercado. Isso fica evidente na fala de Ana Luiza no evento do Sebrae, já referido, quando ela mencionou que o foco no nicho de mercado *pet-friendly* se deu pelo entendimento de que as famílias que viajam na companhia dos pets tendem a gastar mais. A partir da definição deste nicho como um dos mercados-alvo de interesse, foi desenvolvido o projeto Socorro Destino *Pet-Friendly*. Mesmo antes de sua implementação, um especial publicitário do G1, escrito pela Secretaria Municipal de Socorro e publicado em março de 2021, indicou a cidade como um destino *pet-friendly*. Neste editorial, a secretaria enfatizou dados que evidenciam a tendência de mercado obtidos no Google Trends: aumento de 170% das pesquisas sobre como levar cães no avião e de 238% sobre hotéis *pet-friendly*.

O caso: Socorro Destino *Pet-Friendly*

Em julho de 2021, a Prefeitura Municipal da Estância de Socorro, cidade do interior de São Paulo que faz parte do circuito das águas paulista, iniciou um projeto em parceria com sua secretaria de turismo, ASTUR (Associação de Turismo da Estância de Socorro – SP) e COMTUR (Conselho Municipal de Turismo), com o objetivo de se tornar a cidade mais *pet-friendly* do Brasil.

A justificativa para o desenvolvimento deste projeto se pautou nos avanços do mercado pet brasileiro e na oportunidade de mercado tendo em vista o forte vínculo entre os brasileiros e seus animais. Conforme mencionado pela Prefeitura Municipal da Estância de Socorro (2021), se percebeu no município o potencial de se tornar referência por acolher bem todos os membros da família e procurar receber os pets nos mais diversos serviços prestados aos turistas, sempre visando a segurança e a responsabilidade ao fazer isso. A então presidente da ASTUR, Ana Luiza, destaca que, para esta tomada de decisão, se levou em conta o perfil do visitante local, que muitas vezes estava acompanhado do seu pet (PREFEITURA MUNICIPAL DA ESTÂNCIA DE SOCORRO, 2021). O perfil do turista que viaja com seu pet também foi traçado, e foram percebidos indícios de que famílias que viajam com animais de estimação tendem a gastar mais (FAUSTINO, 2023).

A Prefeitura Municipal da Estância de Socorro (2021) menciona que a primeira etapa para o desenvolvimento do projeto foi a contratação de uma consultoria na área. Cabe ressaltar, porém, que a primeira menção sobre a necessidade de alavancar o projeto Socorro Destino *Pet-Friendly* em uma reunião da COMTUR ocorreu em fevereiro de 2020 (COMTUR, 2020). Na ocasião, ainda se estava mencionando a necessidade de empregar esforços para possibilitar a alavancagem deste projeto, e de outros com potencial de melhorar o turismo na cidade.

No mês seguinte a essa primeira menção em reunião do conselho de turismo, março de 2020, relata-se a visita de uma consultora *pet-friendly* e de *influencers* pet à cidade. Nesta reunião, a visita foi considerada uma primeira experiência a fim de adaptar a cidade e o trade para receber bem os animais de estimação. O desenho do projeto para tornar Socorro *Pet-*

Friendly ainda estava em fases iniciais, mas em seu escopo já havia a sinalização de utilização de selos nos espaços privados e a existência de espaço público *pet-friendly*.

Como é de amplo conhecimento, a COVID-19 foi declarada como pandemia dia 11 de março de 2020, afetando a economia mundial, em especial o setor turístico. Foram adotadas medidas para o distanciamento social, como o fechamento de fronteiras internacionais e implantação de barreiras sanitárias em âmbito nacional, bem como o fechamento dos estabelecimentos comerciais durante o momento inicial. Evidentemente, isso afetou os planos relacionados com a implementação de projetos no âmbito turístico, mas a análise das atas do COMTUR entre os meses de abril e dezembro de 2020 indicam que o projeto para tornar a cidade *pet-friendly* continuou em pauta.

Em janeiro de 2021 foi registrado na ata da reunião do COMTUR que o projeto sairia do papel naquele ano e foi criada uma comissão para dar sequência aos esforços de efetivá-lo. Já no mês de março foi publicado o especial publicitário na página do G1, o qual indicava ideias de passeios na cidade de Socorro que poderiam ser feitos na companhia do animal de estimação. Além disso, mencionaram que este turismo *pet-friendly* não é restrito à espécie canina e que gatos, coelhos, porquinhos-da-Índia, calopsitas, iguanas e tartarugas já haviam sido recebidos nos hotéis da região.

No mês de junho foi informado, em reunião do conselho de turismo, que o processo de contratação da consultoria estava avançando. Em julho foi divulgado, pela página de notícias da prefeitura, que foi feita a contratação da consultoria especializada. A consultora, Patrícia Camargo, do Eu, Você e os Pets, foi contratada para tocar o projeto. Essa consultora tem um canal no Youtube, e perfis em outras plataformas, que existe desde 2016, com o objetivo de compartilhar dicas do casal de cães da raça Yorkshire, Nina e Armandinho, e seus tutores, Patrícia e Mateus. Além de influenciadores do segmento *pet-friendly*, que compartilham suas experiências nos mais diversos locais, o canal Eu, Você e os Pets trabalha com consultoria e treinamento para negócios e cidades que desejam se tornar *pet-friendly*.

Na reunião do COMTUR realizada em agosto, mencionou-se que a primeira fase do projeto Socorro Destino *Pet-Friendly* havia sido concluída pela consultora Patrícia. Esta fase compreendeu a realização de um diagnóstico da cidade e das empresas no sentido da recepção aos pets. Além disso, ficou definido que a próxima etapa seria o treinamento das empresas que desejassem receber o selo *pet-friendly*. Também, se mencionou que a última etapa do projeto consistiria na inauguração de um parque *pet-friendly* público no Parque da Cidade. No mês seguinte, ficou definido o nome “ParCÃO” para este espaço e que a inauguração seria em novembro.

Ainda em setembro, foi publicada uma notícia no site da prefeitura de Socorro mencionando o sucesso do lançamento do projeto. Essa notícia se referia ao lançamento do treinamento para os empresários interessados no nicho. No evento se detalhou o diagnóstico da cidade feito pela consultora Patrícia, bem como se apresentou o segmento pet, tendências de mercado e perfil do turista que viaja com seu animal de estimação. Além disso, foi destacada a importância de se ter organização local e alinhamento com os empresários para que a cidade realmente seja considerada *pet-friendly*. Embora muitos locais estivessem apostando no segmento, o estavam fazendo sem a organização necessária para o sucesso dos projetos, o que poderia gerar resultados contrários aos desejados, ou seja, negativos. Ana Luiza mencionou que é preciso mais do que apenas aceitar pets para ser “*pet-friendly* de verdade”, que é preciso capacitar o trade turístico a fim de realmente atender as famílias multiespécies.

Em outubro, na reunião do conselho, foi comentado sobre a implementação de um sistema que identificaria os requisitos mínimos que deveriam ser seguidos pelas empresas do trade turístico, a fim de obter o selo *pet-friendly*. Este sistema ainda está em vigor, de acordo com o site da Secretaria do Turismo do município. A empresa que deseja obter o selo necessita seguir cinco passos: (1) Clicar no botão de solicitar o selo no Portal Oficial de Turismo de

Socorro; (2) Preencher o formulário inicial; (3) Pagar a taxa de R\$ 100,00; (4) Assistir os treinamentos geral e do segmento da empresa; e, (5) Fazer o teste on-line para obtenção do selo, que, em caso de reprovação, pode ser refeito em até 90 dias.

É importante mencionar que o selo tem validade de dois anos e que o valor pago para obtenção do selo é dividido em três partes iguais, cada uma destinada a um fim específico. Uma das partes é destinada para a confecção dos selos (digital e impresso), outra para a manutenção do Parque Pet da cidade e para as ações de marketing relacionadas com este segmento e, por fim, a parte restante vai para ações sociais relacionadas com a causa animal. O selo com esse processo de qualificação do trade turístico é indicado como de extrema importância para o sucesso de tornar uma cidade *pet-friendly*. Isto, porque, conforme destacado por Patrícia, há prefeituras que adotam a distribuição dos selos, mas fazem a distribuição de forma desordenada, sem critério, o que pode inclusive prejudicar a experiência de turismo *pet-friendly*.

A Prefeitura Municipal da Estância de Socorro demonstrou a preocupação com a regulamentação dos espaços *pet-friendly* por publicar o decreto nº 4241/2021. Neste, foram determinadas as regras para a permanência dos pets em estabelecimentos de compras, gastronomia, lazer e hospedagem.

No dia 28 de novembro de 2021 foi oficialmente lançado o projeto Socorro Destino *Pet-Friendly* no Parque da Cidade, conforme relatado no blog do Eu, Você e os Pets e na ata da reunião de novembro do COMTUR. Neste evento de lançamento foi feita a entrega dos primeiros selos, para as empresas que se capacitaram para isso, e promoveu-se um encontro pet. Também foi mencionado que o ParCÃO seria inaugurado ainda em 2021 e destacou-se a importância desse parque como o primeiro parque voltado exclusivamente para este público na cidade.

O resultado do desenvolvimento do projeto foi a publicidade orgânica gerada, que fica evidente ao se pesquisar as palavras “Socorro” e “*pet-friendly*” no Google. Notícias no Estadão, Diário de Turismo, entre outros veículos de comunicação, foram publicadas em dezembro de 2021 e janeiro de 2022, na sequência do lançamento do projeto. A partir desse momento, diversos influenciadores digitais do nicho pet visitaram a cidade de Socorro para avaliar a experiência e compartilhar com seus seguidores, contribuindo para a divulgação da cidade e de sua iniciativa no turismo de forma orgânica.

Na plataforma TripAdvisor, é possível identificar atividades que podem ser feitas na cidade e existem diversos comentários relacionados com os pets. Por exemplo, nos Rios de Aventura, foram encontrados os seguintes comentários: “Ótima atividade para fazer com o pet!... Pet friendly! Amei poder fazer esta atividade com o **, um rottweiler de 56kg. O guia ** foi muito atencioso, explicando tudo o que perguntávamos e cuidando do ** nas quedas. Havia colete salva vidas pro pet. (...) Com certeza retornarei.” (outubro de 2022); “Rafting pet friendly (...) Muita atenção ... principalmente cuidado com meu pet ... ** foi super bem recebido ... instrutor ** no bote com a gente, de uma energia incrível!!! (...)” (setembro de 2022).

Na Pedra Bela Vista foram encontrados comentários similares, como este: “(...) fomos com dois pets, o local é extremamente receptivo com eles, tem umas pequenas e breves trilhas que os animais podem acompanhar seus donos. No restaurante também é permitido entrar com eles no deck, onde a vista é mais linda e eles ficar confortáveis. (...)” (abril de 2022). Na Cervejaria Quinta do Malte, a receptividade aos pets também foi elogiada: “(...) Pet Friendly como quase tudo na cidade (...)” (setembro de 2022); “Ótimo atendimento, cervejas deliciosas, comidinhas gostosas, pet friendly (...)” (fevereiro de 2022); “(...) sem contar a atenção que foi dada ao meu pet (porte grande). Eles possuem toda a estrutura para atender e dar atenção aos pets com muito carinho e cuidado.” (outubro de 2021).

Os elogios tecidos nas avaliações no TripAdvisor, bem como menções nos veículos de comunicação de forma favorável, além das visitas de influenciadores do segmento pet que

recomendam esse destino, evidenciam o sucesso do Projeto Socorro *Pet-Friendly*. Este caso mostra a importância de um processo organizado para tornar a cidade “*pet-friendly* de verdade”. Além disso, evidencia a necessidade da participação de empresas dos diferentes segmentos do trade turístico e da receptividade dos moradores locais para o sucesso de um projeto com o objetivo de atrair nichos específicos do turismo para a cidade.

Referências

ABINPET. **Mercado Pet Brasil**. 2023. Disponível em: https://abinpet.org.br/wp-content/uploads/2023/07/abinpet_folder_dados_mercado_2023_draft5.pdf. Acesso em: 11 jul. 2023.

ASSOCIAÇÃO DE TURISMO DA ESTÂNCIA DE SOCORRO. **A cidade de Socorro: Conheça Socorro – SP**. 2023. Disponível em: <https://socorro.tur.br/acidade/>. Acesso em: 11 jul. 2023.

_____. **Socorro Destino PetFriendly: conheça o projeto**. 2023. Disponível em: <https://socorro.tur.br/petfriendly/>. Acesso em: 12 jul. 2023.

COMTUR (Conselho Municipal de Turismo). Estância de Socorro. **Ata da reunião realizada no dia 10 de fevereiro de 2020**. Disponível em: <https://www.socorro.sp.gov.br/conselhos/comtur/ata-290>. Acesso em: 06 jul. 2023.

_____. **Ata da reunião realizada no dia 09 de março de 2020**. Disponível em: <https://www.socorro.sp.gov.br/conselhos/comtur/ata-291>. Acesso em: 06 jul. 2023.

_____. **Ata da reunião realizada no dia 11 de janeiro de 2021**. Disponível em: <https://www.socorro.sp.gov.br/conselhos/comtur/ata-298>. Acesso em: 06 jul. 2023.

_____. **Ata da reunião realizada no dia 14 de junho de 2021**. Disponível em: <https://www.socorro.sp.gov.br/conselhos/comtur/ata-304>. Acesso em: 06 jul. 2023.

_____. **Ata da reunião realizada no dia 10 de agosto de 2021**. Disponível em: <https://www.socorro.sp.gov.br/conselhos/comtur/ata-306>. Acesso em: 06 jul. 2023.

_____. **Ata da reunião realizada no dia 13 de setembro de 2021**. Disponível em: <https://www.socorro.sp.gov.br/conselhos/comtur/ata-307>. Acesso em: 06 jul. 2023.

_____. **Ata da reunião realizada no dia 11 de outubro de 2021**. Disponível em: <https://www.socorro.sp.gov.br/conselhos/comtur/ata-308>. Acesso em: 06 jul. 2023.

_____. **Ata da reunião realizada no dia 22 de novembro de 2021**. Disponível em: <https://www.socorro.sp.gov.br/conselhos/comtur/ata-309>. Acesso em: 06 jul. 2023.

CAMARGO, Patrícia. **Socorro lança o projeto “Socorro Destino Petfriendly”**. 2021. Disponível em: <https://www.euvoceespets.com.br/2021/11/28/socorro-lanca-o-projeto-socorro-destino-petfriendly/>. Acesso em: 12 jul. 2023.

FAUSTINO, Rafael. **Bonito (MS) e Socorro (SP) mostram como se tornaram destaques do ecoturismo: gestoras do turismo nos municípios mostraram seus segredos durante evento**

do Sebrae. 2023. Disponível em:

https://www.panrotas.com.br/mercado/destinos/2023/05/bonito-ms-e-socorro-sp-mostram-como-se-tornaram-destaques-do-ecoturismo_196861.html. Acesso em: 06 jul. 2023.

G1. Socorro (SP) Pet Friendly: o destino ideal para viajar com seu pet. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/especial-publicitario/secretaria-municipal-de-socorro/turismo-de-socorro-sp/noticia/2021/03/10/socorro-sp-pet-friendly-o-destino-ideal-para-viajar-com-seu-pet.ghtml>. Acesso em: 11 jul. 2023.

_____. **População de Socorro (SP) é de 40.122 pessoas, aponta o Censo do IBGE.** Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2023/06/28/populacao-de-socorro-sp-e-de-40-122-pessoas-aponta-o-censo-do-ibge.ghtml#>. Acesso em: 11 jul. 2023.

OPINION BOX. **PETS:** dados sobre o mercado de pets e os hábitos, gastos e relacionamento das pessoas com seus animais de estimação. Dados sobre o mercado de pets e os hábitos, gastos e relacionamento das pessoas com seus animais de estimação. 2022. Disponível em: https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F7540%2F1672157177OpinionBox_Infogr%C3%A1ficoPets.pdf. Acesso em: 11 jul. 2023.

PREFEITURA MUNICIPAL DA ESTÂNCIA DE SOCORRO. **Socorro se prepara para ser a cidade mais Petfriendly do Brasil.** 2021. Disponível em: <https://www.socorro.sp.gov.br/noticias/socorro-se-prepara-para-ser-a-cidade-mais-petfriendly-do-brasil>. Acesso em: 06 jul. 2023.

_____. **Prefeitura inicia com sucesso o projeto “Socorro um Destino PetFriendly”.** 2021. Disponível em: <https://www.socorro.sp.gov.br/noticias/prefeitura-inicia-com-sucesso-o-projeto-socorro-um-destino-petfriendly>. Acesso em: 12 jul. 2023.

_____. **Dados Gerais.** 2023. Disponível em: <https://www.socorro.sp.gov.br/dadosgerais>. Acesso em: 11 jul. 2023.

_____. Decreto nº 4241, de 1º de outubro de 2021. Dispõe sobre regras de permanência de pets em espaços públicos. Disponível em: <https://socorro.tur.br/wp-content/uploads/2021/10/Decreto-4241-2021-PETfriendly.pdf>. Acesso em: 13 jul. 2023.

TRIPADVISOR. Cervejaria Quinta do Malte – Socorro. 2023. Disponível em: https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g737068-d18942407-Reviews-Cervejaria_Quinta_do_Malte-Socorro_State_of_Sao_Paulo.html. Acesso em: 12 jul. 2023.

_____. **Pedra Bela Vista – Socorro.** 2023. Disponível em: https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g737068-d6105528-Reviews-Pedra_Bela_Vista-Socorro_State_of_Sao_Paulo.html#REVIEWS. Acesso em: 12 jul. 2023.

_____. **Rios de Aventura – Socorro.** 2023. Disponível em: https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g737068-d6438411-Reviews-Rios_de_Aventura-Socorro_State_of_Sao_Paulo.html#REVIEWS. Acesso em: 12 jul. 2023.

NOTAS DE ENSINO

Objetivo de ensino

O objetivo de utilizar este caso em sala de aula é ensinar aos alunos que o Marketing de Lugares pode ser bem aplicado nas cidades brasileiras.

Embora o caso estudado seja de Marketing Turístico, fica evidente o papel de um consultor especializado em um nicho para o sucesso do projeto e da implementação da decisão tomada pelos órgãos públicos. Assim, infere-se que outras cidades, nas diversas áreas de atuação relacionadas ao Marketing de Lugares, podem se inspirar no modelo utilizado na Estância de Socorro.

No caso de Marketing Turístico, percebe-se no caso a implementação do modelo de quatro passos apresentado para o desenvolvimento de produto turístico apresentado por Serpa *et al.* (2010). Levou-se em consideração a vocação do destino turístico, principalmente a relação com a natureza e turismo de aventura. A imagem do destino já era algo consolidado entre o público de interesse. Assim, apenas os últimos dois passos precisaram ser levados em consideração para transformar Socorro em um destino *pet-friendly*: perfil do turista e demandas destes. Sendo definido o perfil de famílias que viajam com os pets, foi necessário contratar uma consultoria capaz de entender as demandas deste mercado e adaptar o trade turístico a fim de receber bem o público desejado.

Fontes e Métodos de coleta

A pesquisa para o relato deste caso de ensino foi, essencialmente, documental. Foram analisadas as publicações sobre o projeto no site da cidade de Estância de Socorro, a página oficial do projeto Socorro Destino *Pet-Friendly*, que está disponível dentro do site de turismo da cidade, e, matérias sobre a cidade disponibilizadas no site da consultoria contratada pela prefeitura para realização do projeto: Eu, Você e os Pets. A fim de compreender a discussão do projeto pelos órgãos públicos competentes, foi feita a leitura das atas das reuniões do Conselho Municipal de Turismo de Socorro. Além disso, algumas matérias que foram publicadas em jornais sobre a cidade de Socorro e outras cidades *pet-friendly* do Brasil também foram consideradas para a elaboração do caso.

Relações com o objetivo de um curso ou disciplina

Com relação aos cursos, percebe-se a aderência do caso aos cursos de Turismo e de Administração Pública.

No caso do Turismo, o curso tem como objetivo capacitar os profissionais a tomar decisões relacionadas com planejamento e gestão no âmbito turístico de uma cidade, estado e país. O exemplo de Socorro indica como essas decisões podem ser tomadas de maneira efetiva, levando em consideração as capacidades já existentes em uma localidade, a fim de atrair um perfil de turista mais convergente com as necessidades locais.

Quanto ao curso de Administração Pública, o objetivo é formar gestores capazes de tomar decisões no âmbito público. Dentre as possíveis decisões estão as relacionadas com os públicos que se deseja atrair a uma localidade, inclusive no que concerne ao turismo local.

Disciplinas sugeridas para o uso do caso

Quanto às disciplinas que podem utilizar o caso, destacam-se as disciplinas de Marketing, como Marketing e Comunicação no Setor Público, Marketing de Lugares, Marketing Público, entre outras que relacionem as aplicações teóricas e práticas do Marketing com as atribuições do poder público.

No curso de Turismo, disciplinas de Gestão de Destinos e Atrativos Turísticos e correlatas são boas possibilidades de aplicação do caso. Isso porque, dentre os tópicos

trabalhados, costumam estar aqueles relacionados com a identificação dos principais atrativos de um local e o planejamento dos destinos turísticos de acordo com a aptidão identificada.

Possíveis tarefas a propor aos alunos

Com o caso em mente, é possível propor a seguinte atividade de fixação: pedir que os alunos se juntem em grupos (recomenda-se até quatro pessoas), depois que entrem em sites como o TripAdvisor e busquem por cidades com atrativos, mas sem posicionamento. A verificação da falta de posicionamento da cidade pode ser realizada no próprio site da prefeitura, Instagram do Turismo, entre outras plataformas. No terceiro passo, os alunos devem criar um posicionamento para a cidade a partir de um *brainstorming* que indique quais são as vocações daquele destino. Por fim, o trabalho deve ser apresentado para a turma, o tempo de apresentação não deve exceder os 10 minutos.

Possível organização da aula para uso do caso

Em uma aula de Marketing de Lugares que envolva toda a teoria relacionada com a questão, sugere-se a seguinte organização: explicação do marketing de lugares, públicos-alvo dessa estratégia de marketing, estratégias de possível utilização e como construir o marketing de lugares. Após a explanação, os professores podem mostrar esse caso de sucesso no marketing turístico, lembrando aos alunos que o turismo (público-alvo de visitantes) é apenas uma das possibilidades de aplicação do marketing de lugares. Após a explicação do caso, é possível propor uma atividade aos alunos.

Sugestão de Bibliografia

CEZAR, Layon Carlos. **Comunicação e Marketing no setor público**: diferentes abordagens para a realidade brasileira. Brasília: ENAP, 2019.

KOTLER, Philip; GERTNER, David; REIN, Irving; HAIDER, Donald. **Marketing Internacional de Lugares y Destinos**: estrategias para la atracción de clientes y negocios en Latinoamérica. México: Pearson Educación, 2007.

OCKE, Marco Antonio de Moraes; IKEDA, Ana Akemi. Marketing de lugar: estado da arte e perspectivas futuras. **Revista de Administração**, [S.L.], p. 671-683, 2014. Business Department, School of Economics, Business & Accounting USP.
<http://dx.doi.org/10.5700/rausp1176>.

SERPA, Esmeralda M.; ANGELI, Ana Carolina B.; DIAS, Douglas A.; COPIANO, Guilherme A. **Turismo, Patrimônio e Regionalização**. São Paulo: Editora Saraiva, 2019. E-book. ISBN 9788536531441. Disponível em:
<https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536531441/>. Acesso em: 12 jul. 2023.

ANEXO

Figura 1 - Mapa turístico de Socorro (SP)



Fonte: Estância de Socorro (2022) – ParCÃO circulado pelos autores (2023)

Figura 2 - Evento de lançamento do projeto Socorro Destino *Pet-Friendly* para os empresários do trade turístico da cidade



Fonte: Prefeitura Municipal da Estância de Socorro (2021)

Figura 3 - Espaço Imaginália em Socorro (SP)



Fonte: Eu, Você e os Pets (2022)

Figura 4 - Rafting pet no Parque de Aventuras Monjolinho



Fonte: Parque de Aventura Monjolinho (2023)

Figura 5 - Shopping Moda de Fábrica recebendo cachorrinha, foi o primeiro centro de compras de Socorro (SP) que recebeu o selo *pet-friendly* da prefeitura



Fonte: Instagram @farejandoporai (2021)