



2. ANÁLISE ESTRATÉGICA

A elaboração da Matriz SWOT, ferramenta de gestão que identifica as ameaças e oportunidades do ambiente externo, bem como as forças e fraquezas do ambiente interno, foi realizada durante a II Oficina de Posicionamento Estratégico coordenada pela Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul, através do diretor de Desenvolvimento Regional e Governança, Geancarlo Merighi.

ANÁLISE SWOT	
FORÇAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Parceiros atuantes e interessados 2. União do trade 3. Potencialidades e /atrativos naturais 4. Apoio da Fundtur 5. Capital do estado na região 6. Diversidade gastronômica 7. Proximidade entre os municípios 8. Bioparque do pantanal 9. negócios e eventos de campo grande 10. Portão de entrada para Bonito e Pantanal 11. Estar na Rota Bioceânica 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Políticas públicas nacionais 2. Alta do câmbio estimula turismo interno; 3. Visibilidade da Novela Pantanal 4. Crescimento do interesse pelo Turismo de Observação de Aves 5. Projeto Rota Bioceânica
FORÇAS	AMEAÇAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Parceiros atuantes e interessados 2. União do trade 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Guerras 2. Alto custo do combustível 3. A instabilidade do cenário político nacional



<ol style="list-style-type: none"> 3. Potencialidades e /atrativos naturais 4. Apoio da Fundtur 5. Capital do estado na região 6. diversidade gastronômica 7. Proximidade entre os municípios 8. Bioparque do pantanal 9. negócios e eventos de campo grande 10. Portão de entrada para Bonito e Pantanal 11. Estar na Rota Bioceânica 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Instabilidades econômicas mundiais 5. Continuidade da pandemia 6. Desastres ambientais
<p>FRAQUEZAS</p>	<p>OPORTUNIDADES</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Infraestrutura de acesso; sinalização turística 2. desconhecimento por parte da população sobre a região e seus atrativos internos 3. Baixa estruturação e regularização dos atrativos 4. Desvalorização da história e cultura da região 5. falta de produtos turísticos; f 6. falta de concessão do bioparque 7. falta de mão de obra 8. Baixo índice de Investimento no turismo regional 	<ol style="list-style-type: none"> 1. políticas públicas nacionais 2. Alta do câmbio estimula turismo interno; 3. Visibilidade da Novela Pantanal 4. Crescimento do interesse pelo Turismo de Observação de Aves 5. Projeto Rota Bioceânica
<p>FRAQUEZAS</p>	<p>AMEAÇAS</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Infraestrutura de acesso; sinalização turística 2. desconhecimento por parte da população sobre a região e seus atrativos internos 3. Baixa estruturação e regularização dos atrativos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Guerras 2. Alto custo do combustível 3. A instabilidade do cenário político nacional 4. Instabilidades econômicas mundiais 5. Continuidade da pandemia



<ol style="list-style-type: none">4. Desvalorização da história e cultura da região5. falta de produtos turísticos; f6. falta de concessão do bioparque7. falta de mão de obra8. Baixo índice de Investimento no turismo regional	<ol style="list-style-type: none">6. Desastres ambientais
---	---

DIAGNÓSTICO TÉCNICO

Tendo como base a Matriz Swot desenvolvida pelos integrantes da Instância de Governança Regional Caminho dos Ipês, durante a II Oficina de Posicionamento Estratégico da Região, conseguimos fazer algumas análises:

Do cruzamento de pontos fortes e ameaças surge a estratégia ofensiva. A ideia desta estratégia é identificar a ajuda que determinada força dá para que uma oportunidade aconteça. Desta forma, percebemos que o interesse e atuação do trade turístico regional aliado às políticas públicas estaduais e federais em prática é uma oportunidade que deverá ser aproveitada para estimular e alavancar o turismo nesta região. Além disso podemos citar também o potencial apontado com os recursos naturais e a localização estratégica da região, que conta com Campo Grande e demais municípios próximos entre si e dos destinos turísticos consolidados de Pantanal e de Bonito como uma grande oportunidade a ser trabalhada neste momento em que o Pantanal está tendo visibilidade nacional por conta da novela. Outra força citada é a presença dos municípios da região no Projeto da Rota Bioceânica, uma oportunidade que gerará visibilidade e atrairá um fluxo maior de visitantes na região, se for trabalhado de forma planejada e integrada.

Os pontos fortes e ameaças originam as estratégias de confronto. A ideia desta estratégia é identificar a ajuda que determinada força dá para que uma ameaça seja minimizada e transformada em oportunidade. No caso das ameaças levantadas na oficina, podemos identificar as instabilidades



econômicas geradas através das guerras e o aumento dos preços de combustível como uma oportunidade de fortalecimento do turismo interno regional, já que a região Caminho dos Ipês possui uma localização estratégica, com uma distância curta entre os municípios e a capital. Também podemos analisar que a continuidade da pandemia ameaça viagens para destinos mais populosos e viagens mais longas, o que estimula que as pessoas valorizem os destinos regionais mais próximos e mais ligados à natureza, que também é uma das forças levantadas na oficina.

Os pontos fracos e oportunidades quando cruzados originam estratégias de reforço. O cruzamento desta serve para diminuir o impacto de pontos fracos, aumentando a influência das oportunidades do cenário. Assim, se analisarmos as políticas públicas estaduais e nacionais e o investimento que o Projeto da Rota Bioceânica trará para a região como uma oportunidade de qualificação da infraestrutura de acesso e sinalização presente na região, podemos trabalhar para melhorar este ponto fraco. Outra oportunidade que pode ser aproveitada para fortalecer os pontos fracos é a visibilidade da novela pantanal e a alta do câmbio, o que estimula a curiosidade por conhecer a região de forma mais barata do que viagens internacionais, isto pode fazer com que a população conheça mais a cultura e potencial da região, e com o aumento do fluxo, a oferta turística precisará se estruturar para atender a nova demanda.

Os pontos fracos somados às ameaças originam as estratégias de reforço. A ideia desta estratégia é a melhoria de pontos específicos, ou seja tira vantagens das fraquezas de forma a amenizar, fortalecer ou eliminá-las do seu cenário. Desta forma, podemos destacar como estratégia de reforço, a capacitação de mão de obra local, como forma de criar profissionais qualificados que atendam a necessidade do trade e assim, amenizar também a instabilidade econômica que se vivencia no país, agravada com a pandemia.



3. PLANO DE AÇÕES

O presente Plano de Ações foi construído com base no que foi discutido na I e II Oficina de Posicionamento Estratégico da Região Caminho dos Ipês. As ações abaixo estão estruturadas de acordo com o Mapa Estratégico do Turismo do Estado de Mato Grosso do Sul, que divide as ações nos eixos de trabalho: “Melhoria da Oferta Turística”, “Melhoria da Demanda Turística” e “Governança”. No quadro abaixo, estão elencados a prioridade, a ação, os indicadores, os responsáveis e o prazo de execução, que foi convencionado da seguinte forma: curto - 6 meses; médio - 1 ano; longo - 2 anos ; e contínuo.

MELHORIA DA OFERTA TURÍSTICA

1. DIAGNÓSTICO:
2. QUALIFICAÇÃO:
3. SINALIZAÇÃO TURÍSTICA:

MELHORIA DA OFERTA TURÍSTICA				
PRIORIDADE	AÇÃO	INDICADOR	RESPONSÁVEL	PRAZO
01	Realizar levantamento dos atrativos turísticos dos municípios associados (com a utilização de instrumento de pesquisa padronizado).	Número de atrativos levantados.	Responsável: IGR Caminho dos Ipês - Léo Parceiros: Municípios associados.	Curto



02	Realizar levantamento das necessidades de qualificação dos municípios associados.	Número de cursos interessados	Responsável: IGR Caminho dos Ipês - Léo Parceiros: Municípios associados.	Curto
03	Buscar cursos para qualificação turística de acordo com as necessidades da região.	Número de cursos disponibilizados	Responsável: IGR Caminho dos Ipês - Léo Parceiros: FUNDTUR/SENAC/SEB RAE/SENAR -	Médio
04	Fomentar a criação e ampliação de novos produtos na região	Número de produtos comercialização	Responsável: IGR Caminho dos Ipês Parceiros: FUNDTUR, Municípios associados.	Curto
05	Sinalização turística da Região e Municípios	Projetos Elaborados/Executados	Responsável: IGR Caminho dos Ipês Parceiros: Municípios associados.	Curto



06	Prospectar eventos regionais e nacionais para a região Caminho dos Ipês	Número de eventos prospectados	Responsável: Campo Grande Destination - Jorge Parceiros: associados, entidades de classe, UFMS, UEMS, etc.	Contínuo
07	Criação de Calendário de Eventos da Região Caminho dos Ipês		Responsável: IGR Caminho dos Ipês Parceiros: Municípios associados.	Curto
07	Manter os Centro de Atenção ao Turista da região Caminho dos Ipês atualizados e em funcionamento.		Responsável: IGR Caminho dos Ipês Parceiros: SECTUR CG	Contínuo
08	Criação de uma plataforma de dados sobre o turismo na região.		Responsável: IGR Caminho dos Ipês Parceiros: Fundtur / SEBRAE	Longo



MELHORIA DA DEMANDA TURÍSTICA:

1. IDENTIDADE DA REGIÃO
2. PROMOÇÃO
3. PLATAFORMA DE VENDAS

MELHORIA DA DEMANDA TURÍSTICA

PRIORIDADE	AÇÃO	INDICADOR	RESPONSÁVEL	PRAZO
	Criar uma identidade e marca turística para a Região Turística Caminho dos Ipês e municípios associados		Responsável: IGR Caminho dos Ipês Parceiros: FUNDTUR	Curto
01	Promover a Região Turística Caminho dos Ipês nas redes sociais		Responsável: IGR Caminho dos Ipês Parceiros: Fundtur	Curto
02	Manter site Campo Grande Destination/Região Caminho dos Ipês atualizado		Responsável: IGR Caminho dos Ipês Parceiros: Sebrae/Lab Turismo	Curto
03	Elaborar material de promoção (flyer/online) da Região Caminho dos Ipês		Responsável: IGR Caminho dos Ipês	Médio



			Parceiros: Fundtur	
04	Realizar campanhas de promoção do destino, com a realização de amostras dos produtos e roteiros turísticos		Responsável: IGR Caminho dos Ipês Parceiros: municípios associados	Longo
05	Implementar uma plataforma online de venda de produtos turísticos		Responsável: IGR Caminho dos Ipês Parceiros: Fundtur / Limber	Médio
06	Participação em caravanas e feiras de turismo para promoção da região		Responsável: IGR Caminho dos Ipês Parceiros: Fundtur / SEBRAE	Médio
07	Divulgação de dados sobre o turismo na região Caminho dos Ipês		Responsável: IGR Caminho dos Ipês Parceiros: Fundtur / SEBRAE	Longo



GOVERNANÇA

1. CONSELHOS ATIVOS
2. ADESÃO DOS MUNICÍPIOS E EMPRESÁRIOS
3. PARTICIPAÇÃO DOS MUNICÍPIOS NOS EDITAIS

GOVERNANÇA				
PRIORIDADE	AÇÃO	INDICADOR	RESPONSÁVEL	PRAZO
01	Fomentar a adesão e participação ativa dos municípios da região na IGR Caminho dos Ipês	Número de municípios associados	Responsável: IGR CAMINHO DOS IPÊS - Léo Parceiros: -	Contínuo
02	Fomentar a adesão e participação ativa dos empresários da região no Campo Grande Destination	Número de empresas associados	Responsável: Campo Grande Destination - Jorge Parceiros: municípios associados.	Contínuo



03	Fomentar a participação dos municípios da região na IGR Caminho dos Ipês no Mapa do Turismo Brasileiro	Número de municípios inseridos no mapa.	Responsável: IGR CAMINHO DOS IPÊS/Fundtur - Léo Parceiros: Fundtur	médio
04	Fomentar a participação dos municípios da região na IGR Caminho dos Ipês no Programa de Classificação do Turismo do Mato Grosso do Sul	Número de municípios classificados.	Responsável: IGR CAMINHO DOS IPÊS - Léo Parceiros: Fundtur	médio
05	Estimular e apoiar a participação dos municípios da região na IGR Caminho dos Ipês nos editais da FUNDTUR	Número de municípios inscrito nos editais.	Responsável: IGR CAMINHO DOS IPÊS - Léo Parceiros:	Contínuo
06	Fomentar e fortalecer a atuação dos Conselhos Municipais de Turismo dos municípios associados	Número de conselhos ativos na região	Responsável: IGR CAMINHO DOS IPÊS/Fundtur - Léo Parceiros: Municípios associados	Contínuo
07	Representar ativamente a IGR no Conselho Estadual de Turismo	Presença nas reuniões	Responsável: IGR CAMINHO DOS IPÊS	Contínuo



08	Estimular e fortalecer parcerias com instituições relacionadas ao turismo como SEBRAE, Fecomércio Sesc-Senac, SENAR, FUNDTUR, SECTUR, UEMS, UFMS, ABRASEL entre outras.	Número de parcerias	Responsável: IGR CAMINHO DOS IPÊS Parceiros: SEBRAE, Fecomércio Sesc-Senac, SENAR, FUNDTUR, SECTUR, UEMS, UFMS, entre outras.	Contínuo
----	---	---------------------	--	----------