



Ministério do Turismo
Relatório do 4º Encontro Nacional da Rede de Inteligência de Mercado no Turismo – Festuris 2017

Relatório

4º Encontro Nacional da Rede de Inteligência de Mercado no Turismo



Festuris, Gramado - RS

Novembro - 2017



Ministério do Turismo

Relatório do 4º Encontro Nacional da Rede de Inteligência de Mercado no Turismo – Festuris 2017

1. Detalhes do Evento

Data: 11 de novembro de 2017, de 10h às 13h

Local: Sala de Coletivas, Festuris Gramado – Feira Internacional de Turismo 29ª edição, em Gramado – RS.

Participantes: 18 representantes de 15 Secretarias Estaduais de Turismo, 3 representantes do Sebrae de 3 UFs, Sebrae Nacional, Embratur e Ministério do Turismo.

2. Agenda da Reunião

Atividade	Horário
Boas-vindas e Apresentação dos participantes	10h00 às 10h20
Histórico da RIMT e apresentação dos resultados do 3º Encontro	10h20 às 10h30
Trabalho em Grupos	10h45 às 12h
Palestra: Destinos Turísticos Inteligentes – Germana Magalhães, Sebrae Nacional	12h00 às 12h45
Encaminhamentos e encerramento	12h45 às 13h

3. Participantes da Reunião

- Ministério do Turismo
- Embratur
- Sebrae Nacional
- Órgãos oficiais de turismo de 15 UFs (AC, AM, ES, GO, MA, MG, MS, MT, PA, PB, PR, RJ, RR, SP, TO)
- Sebrae de 3 UFs (MS, MT, SC)

4. Síntese da Reunião

A reunião foi iniciada pela Coordenadora de Posicionamento de Produtos do Ministério do Turismo, Fabiana Oliveira, que saudou os presentes e, na sequência, apresentou a pauta do evento. Na sequência, a palavra foi passada aos demais participantes da reunião, para que pudessem se apresentar e indicar se haviam participado de alguma das reuniões anteriores da Rede de Inteligência de Mercado no Turismo (RIMT).

Dando continuidade, Fabiana reforçou que a rede é um importante ambiente de interlocução entre o MTur, a Embratur, os SEBRAEs e os órgãos oficiais de turismo das UFs. Reforçou, também, que a RIMT foi criada no intuito de promover o compartilhamento de experiências entre os seus membros e de aperfeiçoar as estratégias



Ministério do Turismo

Relatório do 4º Encontro Nacional da Rede de Inteligência de Mercado no Turismo – Festuris 2017

de promoção e apoio à comercialização de destinos em âmbito nacional e internacional. Fez um resgate dos objetivos da rede e dos principais assuntos tratados nos três primeiros encontros, cabendo destaque aos resultados da última reunião realizada durante a Abav. Pactuou-se que o próximo encontro será realizado entre os dias **5 e 7 de março de 2018**, na cidade de Brasília/DF.

Feita a introdução, a representante do MTur elencou os principais pontos a serem discutidos entre os participantes da reunião e apresentou as propostas do Ministério em relação à(os):

1. Critérios para a seleção dos destinos e entidades.
2. Tipos de informações/experiências que queremos compartilhar na rede.
3. Forma de compartilhamento das informações na RIMT.
4. Temas a serem abordados nos encontros nacionais.

Os participantes foram divididos em três grupos de trabalho, ficando cada grupo responsável por discutir os assuntos acima indicados, a partir das propostas apresentadas pelo MTur. Na sequência, cada grupo apresentou suas escolhas e justificativas:

- Divisão de novos membros:

Proposta MTur > rede seja composta por 100 (cem) membros titulares, dividindo as 43 vagas restantes para:

- Até 20 destinos turísticos brasileiros.
- Até 13 entidades do *trade*.
- Até 10 instâncias de governança.

G1: concordou com a proposta.

G2: recomendou que não sejam distribuídas as 43 vagas, por considerar que um total de 100 membros desfocaria os trabalhos do grupo, e sugeriu que sejam incluídas na rede apenas as entidades do *trade*, alegando que ainda não é o momento de se incluir municípios na RIMT.

G3: propôs que as vagas sejam assim distribuídas: até 23 destinos turísticos brasileiros; até 10 entidades do *trade*; e até 10 instâncias de governança. O grupo defendeu maior participação dos destinos na RIMT e a oportunidade de que quase todos os estados sejam representados com seus destinos na rede.



Ministério do Turismo

Relatório do 4º Encontro Nacional da Rede de Inteligência de Mercado no Turismo – Festuris 2017

- Critérios para seleção de destinos:

Proposta MTur

- a) Aderir de forma voluntária à RIMT, a partir de processo seletivo aberto.
- b) Estar inserido no Mapa do Turismo Brasileiro e categorizado como A, B ou C, o que demonstra melhor desempenho da economia do turismo do município.
- c) Ser comercializado por operadoras de turismo.
- d) Possuir setor específico para coordenar as ações de marketing, promoção, posicionamento e apoio à comercialização do destino.
- e) Desenvolver ou ter desenvolvido projetos e/ou ações relacionados à inteligência de mercado.
- f) Assumir o compromisso de participar das reuniões nacionais da RIMT.
- g) Ser habilitado pelo Comitê Nacional da RIMT.
- h) Ser cancelado do Órgão Oficial de Turismo da UF.

G1: concordou com a proposta.

G2: sugeriu a exclusão dos municípios de categoria C na letra “b”, a exclusão da letra “d” e alertaram que o meio de verificação das letras “c” e “e” devem ser bem definidos.

G3: propôs a alteração na letra “e”, mantendo apenas o “ter desenvolvido projetos”, com vistas a considerar apenas os destinos com experiências já desenvolvidas. Propôs, ainda, a inclusão de um novo critério, que consiste em reforçar o compromisso de participação de destinos. Nesse contexto foi sugerido que, nos casos em que o representante do destino faltar em mais de 2 (duas) reuniões consecutivas, automaticamente, perderá sua vaga na RIMT.

- Seleção de entidades:

Foi entregue para cada um dos grupos uma lista de entidades do *trade* turístico para que cada grupo indicasse no máximo 10. Os grupos apresentaram as seguintes respostas:

Entidade	Recorrência
1. ABAV - Associação Brasileira de Agências de Viagens	3
2. ABETA - Associação Brasileira das Empresas de Turismo de Aventura	3
3. ABIH - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis	3
4. ABRASEL - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes	3
5. BRAZTOA - Associação Brasileira das Operadoras de Turismo	3
6. CNTur - Confederação Nacional do Turismo	3
7. ABEAR - Associação Brasileira das Empresas Aéreas	2
8. ABTR - Associação Brasileira de Turismo Rural	2
9. AMPRO - Associação de Marketing Promocional	2
10. BITO - Associação Brasileira de Turismo Receptivo Internacional	2
11. ABRACCEF - Associação Brasileira de Centros de Convenções e Feiras	1



Ministério do Turismo

Relatório do 4º Encontro Nacional da Rede de Inteligência de Mercado no Turismo – Festuris 2017

12. CBC&VB - Confederação Brasileira de Convention & Visitors Bureaux	1
13. CNC - Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo	1
14. FBHA - Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação	1
15. FENACTUR - Federação Nacional de Turismo	1
Outras citadas: ABEOC, ABBTur, Sindicato de Guias	

• Tipos e formas de compartilhamento de informações e experiências:

Foi entregue para cada um dos grupos um quadro contendo propostas elaboradas pelo MTur sobre os tipos de informações a serem compartilhadas pelos membros e forma mais adequada para compartilhamento das informações. Cada grupo deveria relacionar os tipos e formas de compartilhamento das informações e experiências. Os grupos apresentaram as seguintes respostas:

	Reuniões Nacionais	Reuniões Regionais	E-mail	Página da RIMT	Biblioteca Virtual (Google Drive)	Mensagem Direta WhatsApp (não interativo)	Página no Facebook	Outra forma:
Experiências, casos de sucesso ou boas práticas	1		1	2 3	1 2		2	
Estratégias de marketing ou posicionamento de mercado		1	1	2 3	1 2		2	
Estudos de impacto econômico da atividade turística	1*			1 2 3	2		2	
Estudos de mercado	1*			1 2 3	2		2	
Estudos acadêmicos relacionados à inteligência de mercado	1*			1 2 3	2		2	
Mapeamento de produtos turísticos existentes nos destinos		1	1	2 3	1 2		2	
Relatos de gestores públicos ou privados		1		2 3	2		2	
Convite para a participação em eventos relacionados à inteligência de mercado			1 2 3	3		2		
Oportunidades oferecidas por órgãos federais (editais, eventos)	1	1	1 2 3	1 3	1 2		2	
Outros: G2: Memória Reuniões			2	2				

*Apresentadas nas reuniões nacionais mediante aprovação dos membros da RIMT.

Obs.: 1= Grupo 1 / 2= Grupo 2 / 3 = Grupo 3



Ministério do Turismo

Relatório do 4º Encontro Nacional da Rede de Inteligência de Mercado no Turismo – Festuris 2017

• Temas a serem abordados nos encontros nacionais:

Foi entregue para cada um dos presentes (atividade individual) uma lista contendo proposta de temas a serem abordados nos encontros nacionais para que cada participante da reunião indicasse no máximo 10 temas. 16 participantes devolveram a lista, apresentando as seguintes sugestões:

	Tema	Recorrência
1	Planejamento de marketing de destinos e elaboração de planos	10
2	Estratégias para posicionamento de mercado	9
3	Estratégia digital do destino	9
4	Competitividade e Inovação de produtos turísticos	8
5	Marketing turístico na era digital	8
6	Tendências de mercado, de consumo e tecnológicas no turismo	8
7	Destinos Turísticos Inteligentes	8
8	Organização de benchmarking no turismo	8
9	Cases de projetos baseados em novas mídias e tecnologias	7
10	Turismo de experiência	6
11	Diretrizes estratégicas de Inteligência de Mercado	6
12	Branding de destinos: o que é place, branding, marca de destinos, elaboração de mensagem	6
13	Mapeamento do mercado turístico e coleta de informações de mercados concorrentes	5
14	O “Turista Digital”: perfil, hábito	5
15	Promoção de destinos em mercados regionais	5
16	Site ou aplicativos promocionais de destinos	4
17	Organização de Famtour e Press trip	4
18	Como incluir meu destino nos catálogos das operadoras internacionais?	3
19	Organização e gestão de banco de imagens para divulgação de destinos	3
20	Startups de Turismo	3
21	Encontros e Rodadas de negócios: como organizar e dicas para garantir resultados	3
22	Storytelling: como encantar turistas contando histórias	3
23	Marketing turístico na era digital	2
24	Monitoramento do mercado e da concorrência	2
25	Palestras específicas sobre segmentos de turismo ou nichos de mercado	2
26	Monitoramento tático e estratégico de notícias sobre destinos	2
27	Big Data e Open Data, Data Mining e Analytics. Web Mining	2
28	Tematização e inovação: como trabalhar os destinos por meio da criatividade	2
29	Como selecionar mercados-alvo	2
30	Realidade Virtual e Realidade Aumentada para promoção turística	2
31	Fase pós-visita do turista e fidelização	2
32	Design Thinking para o turismo	2
33	Gestão do conhecimento	1
34	Métodos para estudo de demanda turística	1
35	Cauda Longa: do mercado de massa para o mercado de nicho	1



Ministério do Turismo

Relatório do 4º Encontro Nacional da Rede de Inteligência de Mercado no Turismo – Festuris 2017

36	Comunicação e disseminação de inteligência: programação neurolinguística (PNL) e sistema de representação	1
	Outros	Recorrência
	Cases de pesquisas de mercado	1
	Participação em feiras e eventos como estratégia de competitividade	1
	Agrupar temas em estratégias de aprimoramento de: produtos, comercialização, promoção de destinos e gestão de marketing.	1

4.1 Palestra sobre “Destinos Turísticos Inteligentes”

Dando continuidade às atividades de capacitação dos membros da RIMT, Germana Magalhães, representante do Sebrae Nacional, foi convidada a realizar uma apresentação sobre “Destinos Turísticos Inteligentes” que, sob a ótica do Sebrae, são *estruturas turísticas diferenciadas que facilitam a interação e integração do visitante, antes, durante e depois da viagem, e incrementam a qualidade de sua experiência com o destino, por meio do uso de metodologias e tecnologias inovadoras*. Essa nova estratégia, implementada a partir de 2016, visa apoiar pequenos negócios a se inserirem neste novo modelo de turismo.

Apresentou as principais características dos destinos turísticos inteligentes, as vantagens de se tornar um destino inteligente e como o Sebrae atua na condução de projetos inovadores no setor de turismo. Para promover a participação qualificada das lideranças empresariais na governança do setor, fomentar o aumento da competitividade, a oferta das experiências turísticas e a sustentabilidade dos destinos e estimular a presença dos empreendimentos turísticos no mundo digital e soluções tecnológicas para os destinos, o Sebrae atua em quatro grandes eixos: governança, tecnologia, experiência turística e sustentabilidade. Para implementar essa nova estratégia está apoiando 53 projetos, por meio dos SEBRAEs de 19 estados. A representante do Sebrae informou, também, que foi desenvolvido o Mapa do Turismo Inteligente, iniciativa que buscará congrega informações sobre os empreendimentos deste setor e onde estão localizados.

Durante sua apresentação, citou diversos exemplos do uso de novas tecnologias para o desenvolvimento de inovações e experiências turísticas, tais como internet das coisas (IoT), inteligência artificial, jornada do turista conectado. Iniciativas simples que buscam reduzir custos, conquistar o cliente aumentar o faturamento da empresa também foram apresentadas.

4.2 Informes finais e encerramento.

Ao final do encontro, Fabiana Oliveira reforçou a importância de os representantes da RIMT enviarem as considerações e sugestões ao Sistema de Informações de Destinos Turísticos – SIDTUR. Lembrou que uma



Ministério do Turismo

Relatório do 4º Encontro Nacional da Rede de Inteligência de Mercado no Turismo – Festuris 2017

versão de teste do sistema foi disponibilizada para que os membros da rede pudessem acessá-lo, fazer testes e sugerirem melhorias. Os dados para acesso foram encaminhados por e-mail pela CGPRO para os membros da RIMT, após a realização do 3º encontro.

Em relação aos Festejos Juninos, informou que MTur e BRAZTOA - Associação Brasileira das Operadoras de Turismo promoverão um Encontro de Negócios entre os cinco destinos selecionados em chamada pública e operadores de turismo, com o objetivo de aproximar compradores e vendedores, visando a inserção de novos produtos turísticos de São João no mercado. O encontro ocorrerá no dia 22 de novembro de 2017, na sede da BRAZTOA em São Paulo.

Por fim, a Secretária Nacional de Qualificação e Promoção do Turismo, Teté Bezerra, compartilhou com os participantes da reunião que o MTur iniciou tratativas com a Fundação Themis, braço da organização Mundial de Turismo, para realização de programas de qualificação para profissionais e certificação de órgãos públicos e universidades. Citou cada uma das pautas em discussão com a Themis e reforçou a importância da parceria com os estados para consolidação dos projetos propostos nesta parceria.

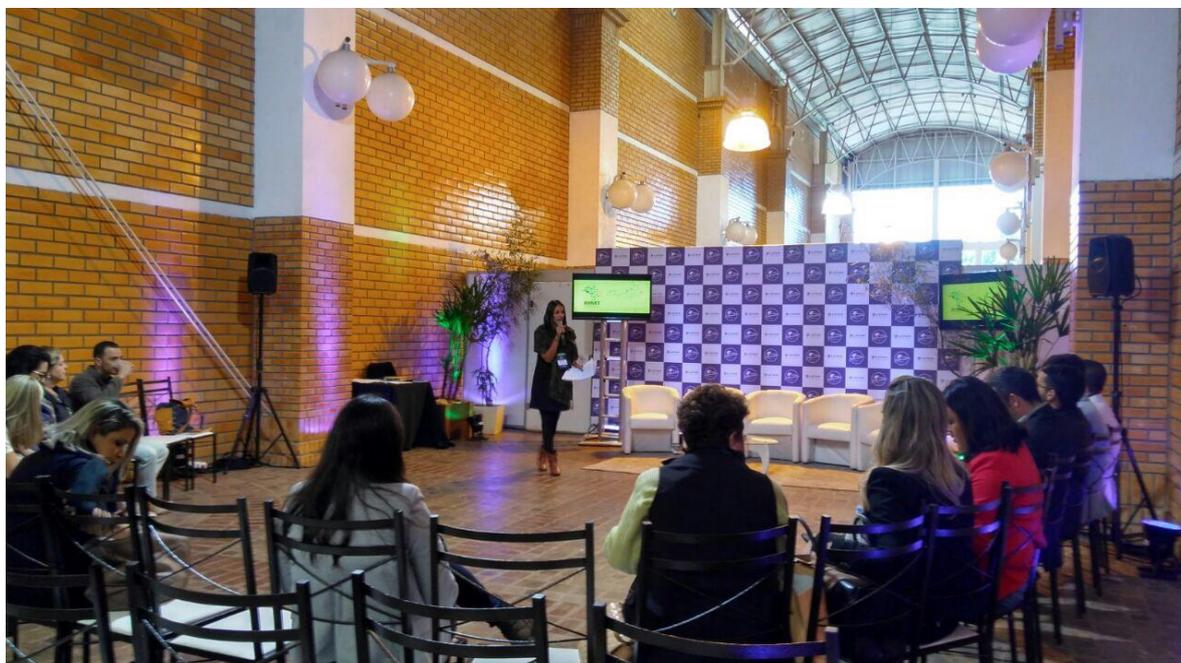
5. Encaminhamentos

Ação	Responsável	Prazo
Enviar as apresentações e o relatório da reunião para os participantes da RIMT.	CGPRO/MTur	Novembro/2017
Acessar o SIDTUR para testar o sistema e enviar sugestões para MTur.	Membros da RIMT	Novembro/2017
Elaborar a proposta final do ministério em relação aos critérios para a seleção dos destinos, entidades a serem convidadas para participar da RIMT e tipos de informações/experiências e forma de compartilhamento das informações na RIMT.	Coordenação da RIMT	Janeiro/2017
Convidar os membros da RIMT para o 5º Encontro.	Coordenação da RIMT	Janeiro/2018
Realizar o 5º Encontro Nacional da Rede de Inteligência de Mercado para o Turismo, em Brasília.	Coordenação da RIMT	5 a 7 de março de 2018



Ministério do Turismo
Relatório do 4º Encontro Nacional da Rede de Inteligência de Mercado no Turismo – Festuris 2017

6. Registros Fotográficos



Grupos de trabalho



Ministério do Turismo
Relatório do 4º Encontro Nacional da Rede de Inteligência de Mercado no Turismo – Festuris 2017



Grupo de trabalho 1



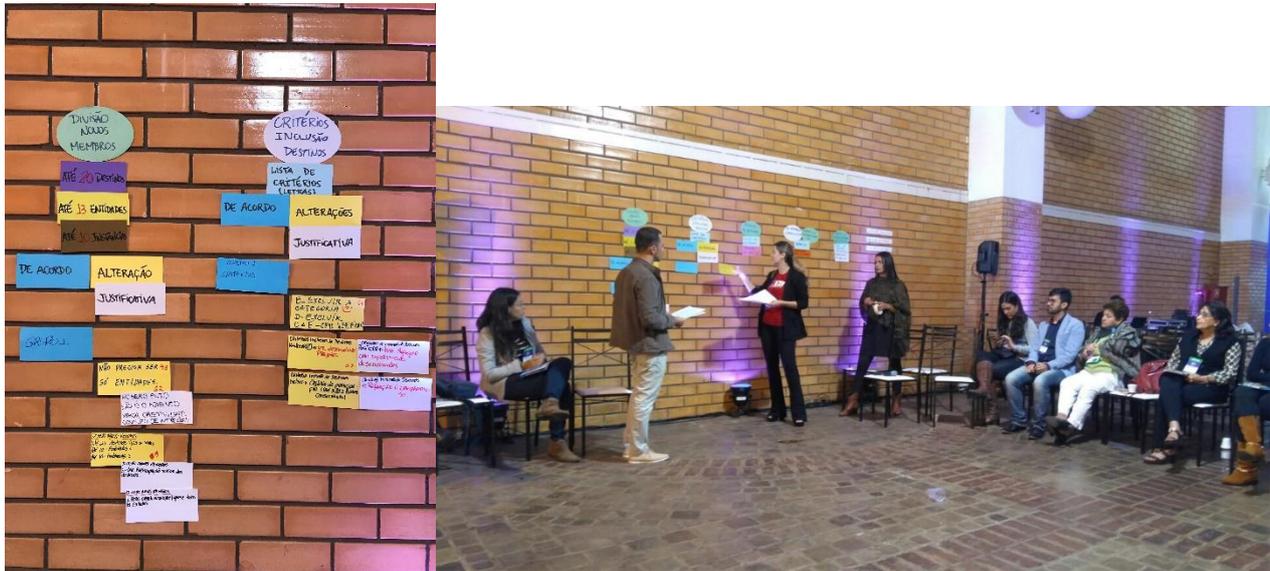
Grupo de trabalho 2



Grupo de trabalho 3



Ministério do Turismo
Relatório do 4º Encontro Nacional da Rede de Inteligência de Mercado no Turismo – Festuris 2017



Resultados discussão grupos de trabalho



Palestra: “Destinos Turísticos Inteligentes”