

FUNDAÇÃO DE TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL

RELATORIO DE GESTÃO 2020

Gerência de Mercado

A Gerência de Mercado da Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul desenvolve ações com o objetivo de promover os destinos turísticos do Mato Grosso do Sul nos polos emissores e de interesse identificados através de estudos e pesquisas, atuando em consonância com a política nacional do turismo tanto no mercado nacional como no internacional, inclusive como relações públicas.

As ações propostas são previamente apresentadas e aprovadas no Conselho Estadual de Turismo fazendo com que todas as associações e entidades relacionadas ao turismo do Estado tenham a oportunidade de conhecer e colaborar com as ações, bem como pontuar eventuais necessidades que não sejam contempladas.

Observação

Faz-se necessário pontuar que a Fundação de Turismo de MS iniciou o ano com um planejamento muito mais robusto com mais de 30 ações contemplando as segmentações abaixo. A pandemia causada pelo coronavírus impactou fortemente este planejamento, de modo que o mesmo foi reorganizado aproveitando todas as oportunidades possíveis que levassem ao objetivo de promoção do turismo do estado inclusive respeitando a pertinência e possibilidades da realização de ações e veiculação de campanhas de promoção.

.1. Participação em Eventos, Feiras Nacionais e Internacionais.

Descrição: Presença do Estado promovendo a divulgação institucional dos destinos turísticos e apoiando o trade em eventos - fechados e/ou abertos ao público final - onde se reúnem profissionais do setor para conhecer os produtos turísticos disponíveis para o mercado; trocar informações e estabelecer contatos e relacionamentos profissionais.

Objetivo: Promover e divulgar MS enquanto destino turístico; desenvolver uma rede de negócios entre os principais agentes turísticos nacionais e internacionais e o trade do Estado, visando o fomento do fluxo de turistas para MS.

Feiras Nacionais

Presenciais:

1. BRAZTOA – Feira Nacional – Rio de Janeiro/RJ

Digitais:

1. ABAV COLLAB
2. ABETA SUMMIT
3. CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DA DIVERSIDADE E TURISMO LGBT
4. FÓRUM DE TURISMO LGBT

Feiras Internacionais

Presenciais:

1. THE NEW YORK TIMES TRAVEL SHOW 2020 – Feira Internacional - Nova York/EUA

Digitais:

1. MEETING BRASIL – 12 destinos América Latina - México, Guatemala, Panamá, Costa Rica, Colômbia, Peru, Equador, Chile, Argentina, Uruguai, Paraguai e Bolívia.

1.2. Programa de Relacionamento com Operadores Emissivos

Descrição: Presença do Estado promovendo a divulgação institucional dos destinos turísticos junto a operadoras turísticas emissivas participando de suas convenções, realizando capacitações, apoiando famtour para profissionais chave na tomada de decisão em formatação de pacotes, bem como para agentes que constituem a força de vendas.

Objetivo: Posicionar melhor o MS dentro das operadoras emissivas buscando diversificação de opção de pacotes, bem como seu destaque nos portfólios. Ter agentes de turismo melhor capacitados e seguros para trabalhar com os destinos turísticos do Mato Grosso do Sul, fomentado o fluxo de turistas para MS.

Ações:

1. **CONVENÇÃO SCHULTZ** – Evento de Capacitação – Cabo de Santo Agostinho/PR
2. **SHOPPING DE VIAGENS AGAXTUR** – evento virtual

1.3 Workshop e Capacitações

Objetivos:

Capacitação de trade emissivo

Capacitação do trade sobre os destinos turísticos de Mato Grosso do Sul e suas particularidades, permitindo que profissionais de turismo se sintam seguros para comercializar o destino.

1. Workshop no Consulado do Brasil em Nova York – Internacional

Capacitação para o trade turístico local

Capacitar o trade local com relação a temas importantes para o turismo sul-mato-grossense, visando melhorar o atendimento de turista e operação de atrativos.

1. **Fórum LGBT Bonito** – Evento de Capacitação - Bonito/MS
2. **Abeta Conecta Conhecimento** – Digital

Capacitações digitais

As capacitações digitais foram oportunidades advindas na pandemia, permitindo esclarecimentos sobre o destino, atualizações para o trade emissor e seus clientes, além de melhor conhecimento dos atrativos turísticos do estado.

(Lives)

1. **AGAXTUR OPERADORA**
2. **SCHULTZ OPERADORA**
3. **ORINTER OPERADORA**
4. **FRT OPERADORA**
5. **BWT OPERADORA**

1.3. Realização da Campanha publicitária “ Turista Responsável”

Objetivo: Realizar campanha publicitária promocional de retomada do turismo por consequência da pandemia do coronavirus.

Resultado: A campanha foi lançada oficialmente em setembro durante o ABAV Collab 2020, na retomada do turismo no Mato Grosso do Sul, com o foco no convite para que o turista venha para os destinos turísticos do MS, porém, reforçando a responsabilidade do turista em seguir os protocolos de biossegurança, depois que os destinos implementaram as normas de segurança para prevenção da Covid-19.

1.4. Realização de *Famtours*

Descrição: Promoção in loco recebendo agentes e operadores nos destinos turísticos do Mato Grosso do Sul possibilitando melhor conhecimento dos produtos turísticos, permitindo que profissionais de empresas emissivas se sintam confiantes e seguros para comercializar o destino.

Objetivo: Realizar visitas técnicas de agentes e operadores aos destinos turísticos consolidados e disponíveis para mercado nacional e internacional

Resultado: Expectativa de aumento na comercialização de pacotes turísticos para os destinos do MS, incentivando o fomento do fluxo turístico estadual.

Municípios: Campo Grande / Aquidauana / Miranda / Bonito / Jardim / Bodoquena / Estrada Parque.

1. Famtour Gerente de Produtos Operadora Emissiva Agaxtur
2. Famtour Agentes Operadora Emissiva Agaxtur.