

São Paulo
turismo.
www.spturis.com



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO 2022-2025

Sumário

1. Identidade Organizacional - Missão, Visão e Valores
2. Análise Ambiental
 1. Megatendências
 2. Tendências Locais
 3. Panorama Organizacional
3. Orientação estratégica de longo prazo
4. Visão e Objetivos estratégicos



1. Identidade Organizacional

Missão, Visão e Valores

02/08/2021

Missão

Ser um agente catalisador para a realização de eventos e ações temporárias na Cidade e para o desenvolvimento do turismo em benefício da sociedade.

Visão

Ser a empresa referência no auxílio às iniciativas de fomento ao turismo, no uso de espaços públicos de qualidade e na gestão de eventos, ajudando seus clientes a obterem sucesso com o aproveitamento de inteligência turística e de mercado.

Princípios e Valores - São Paulo Turismo

- ✓ Ética
- ✓ Integridade
- ✓ Transparência
- ✓ Respeito ao meio ambiente e à dignidade da pessoa humana
- ✓ Impessoalidade
- ✓ Dignidade e decoro no exercício de suas funções
- ✓ Boa-fé
- ✓ Eficiência
- ✓ Presteza
- ✓ Legalidade
- ✓ Compromisso com o interesse público
- ✓ Responsabilidade
- ✓ Desenvolvimento Humano

2. Análise Ambiental - Mega Tendências



A pandemia COVID-19 reverterá as tendências de **globalização e urbanização**, aumentando a distância entre países e entre as pessoas.



A **desaceleração do crescimento da população** global e o aumento da idade média ajudarão as economias em desenvolvimento



Mudanças induzidas por pandemia no **comportamento de compras** alteram para sempre os negócios de consumo



População está mais **informada** e tem maior capacidade de expressar suas demandas



O ritmo e o alcance dos **desenvolvimentos tecnológicos** aumentarão.



As oportunidades de crescimento que uma **economia verde** prenuncia podem ser substanciais.



Governos terão que descobrir como lidar com suas **dificuldades fiscais**

2. Análise Ambiental - Tendências Setoriais



A recuperação do setor de serviços, provavelmente enfatizará negócios que têm um **elemento comunitário**, como:



Restaurantes/Bares



Locais de Entretenimento



Construir um turismo melhor envolve **novas tendências** e práticas do mercado;



Nômades digitais | Office-anywhere



Sustentabilidade e Saúde



Natureza e Comunidade



Inclusão



...a questão é que os gastos só vão se recuperar tão rápido quanto a taxa em que as **pessoas** se sentem **confiantes** para se tornarem móveis novamente

2. Análise Ambiental - Oportunidades



CIDADE 15-MINUTOS

Impulsione o bem-estar urbano e a comunidade.

A startup americana [Reef](#) tem a missão de construir "cidades de 15 minutos", onde tudo o que as pessoas precisam pode ser encontrado a uma curta caminhada ou passeio de bicicleta. Para isso, a Reef está transformando sua rede imobiliária de mais de 4.500 estacionamentos e garagens em *hubs* de bairro. Em parceria com outros empreendedores para micro-entregas, e-bikes, clínicas pop-up e agricultura urbana. Estamos avançando constantemente em direção a ambientes urbanos sem carros e que priorizam as pessoas e que valorizam o bem-estar. 2021, é hora de contribuir para lançar as bases desta revolução.

As oportunidades incluem micro-mobilidade, agricultura urbana e fortalecimento das comunidades locais.



Qual o alicerce ou serviços da futura "cidade de 15 minutos" a SPTuris pode oferecer?

02/08/2021



PANDEMOMENT

Transforme a crise em oportunidade de transformação.

Na Colômbia, a marca mexicana de cerveja Corona lançou o [Paradise Advisor](#): uma plataforma no estilo Airbnb que exhibe eco-hotéis colombianos. Ao defender o turismo sustentável, a iniciativa espera ajudar a reconstruir a indústria duramente atingida pela pandemia de uma forma mais consciente e resiliente.

Na Europa, [Amsterdã](#) está usando o momento atual para incorporar a "economia dos donuts" em seu plano de recuperação, priorizando as pessoas e o planeta. À medida que a ruptura permite que novas ideias apareçam - 86% dos adultos em todo o mundo querem que o mundo mude significativamente após o COVID -e 2021 lançará as bases para uma recuperação mais intencional.



Como a SPTuris pode aproveitar o momento de reconstrução e melhoria e explorar novas oportunidades de negócios responsáveis?

GRUPO DE TRABALHO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E TÁTICO



VIRTUALMENTE ATERRADO

Reimagine encontros para a realidade mista de hoje.

A [Sonidos Inmersivos](#), com sede no Chile, é uma plataforma que hospeda shows e festivais de RV ao vivo para aqueles que procuram se divertir de casa com segurança e conveniência. Por meio da plataforma, a empresa também promove artistas chilenos e latino-americanos e os ajuda a ampliar sua base de fãs alcançando públicos internacionais.

A corrida acelerada para campeões de eventos virtuais apenas começou, com muito espaço sobrando para perfeita imersão, acessibilidade e interação, e para criar serviços complementares e ferramentas úteis para participantes e organizadores.



Como a SPTuris pode realizar eventos virtuais para expandir seu alcance e atingir novos públicos?

<http://info.trendwatching.com/21-trends-for-2021>

2. Análise Ambiental – Tendências e Panorama Organizacional

Tendências Locais

- Polarização no cenário político eleitoral em 2022;
- Lenta retomada do setor de Turismo Cooperativo
- Turismo de Negócios reposicionado e seu impacto para a cidade de São Paulo
- Turismo voltando-se para a natureza e espaços abertos
- Maior investimento nos Polos de Ecoturismo da cidade.
- Demanda de visitantes de cidades mais próximas
- Setor de Eventos - – retomada em formato híbrido
- Destinos mais sustentáveis/ responsáveis.
- Stopover – incentivo para incluir SP nas viagens aéreas

Panorama Organizacional

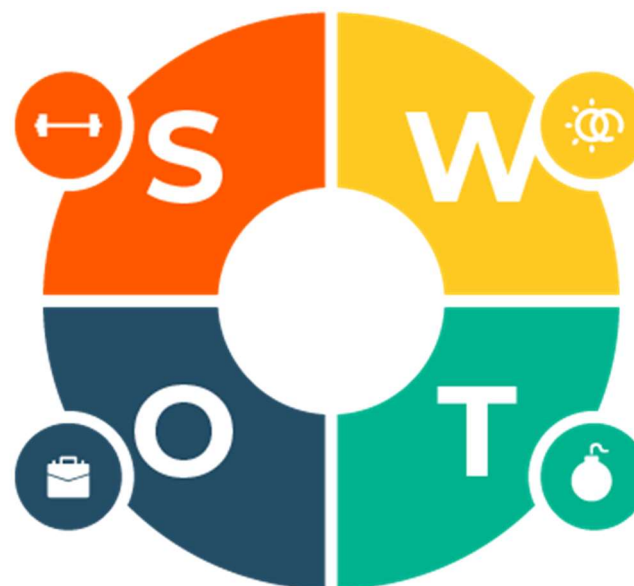
- A Concessão modifica de forma significativa a realidade institucional e o foco de atuação da companhia
- A reorganização da SPTuris se faz necessária e premente frente à Concessão e a alteração do modelo de atuação junto à PMSP
- Pressão por resultados x apoio no fomento do Turismo e desenvolvimento econômico do segmento

3. Orientação Estratégica – Longo Prazo

STRENGTHS FORÇAS

- Reposicionamento do Equipamento estratégico (Concessão)
- Acesso aos equipamentos públicos para eventos
- Expertise para gerir e organizar grandes eventos e/ou eventos complexos
- Observatório do Turismo – análise de dados (Cidade e Estado de SP)
- Relacionamento com a PMSP dispensa licitação
- Expertise na política de turismo
- Interlocução com a PMSP para ações
- Equipe especialista em processos licitatórios, gestão e fiscalização de contratos.
- Equipe especialista em execução de ações públicas.
- Constante busca pela reinvenção.

Análise SWOT



WEAKNESSES FRAQUEZAS

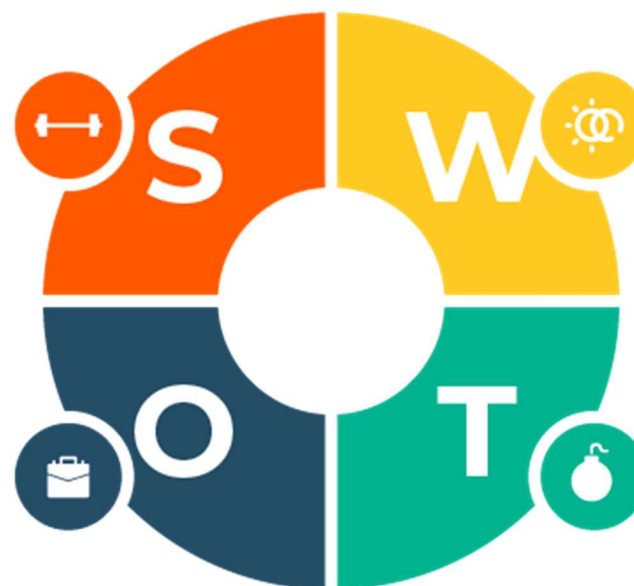
- Necessidade de reformulação estratégica e de processos
- Relações institucionais fragilizadas
- Turnover da Alta administração
- Dependência Econômica e seus impactos na gestão orçamentária
- Interlocução com cliente: falta de participação na formulação estratégica
- Posicionamento da Marca
- Estrutura de capital da companhia (Capital Aberto)
- Falta de clareza no mercado quanto à produtos ofertados pela SPTuris
- Atual estrutura de pessoas: Cargos, Salários, desenvolvimento
- Clareza no modelo e processo de precificação
- Ineficiência da comunicação Interna e Externa
- Falta de investimento em Tecnologia

3. Orientação Estratégica – Longo Prazo

OPPORTUNITIES OPORTUNIDADES

- A cidade é capaz de comportar mais eventos
- Papel do Setor de Turismo e Eventos na retomada econômica
- Demanda por eventos culturais, esportivos, gastronômicos e de lazer
- Virtualização – Eventos online
- Abertura para novos negócios
- Abertura de relacionamento privado/empresas e agencias
- Parceria com GL events para desenvolvimento de múltiplos negócios
- Desenvolvimento de Projetos Proprietários
- Articulação dos objetivos da prefeitura e secretarias para ações em conjunto

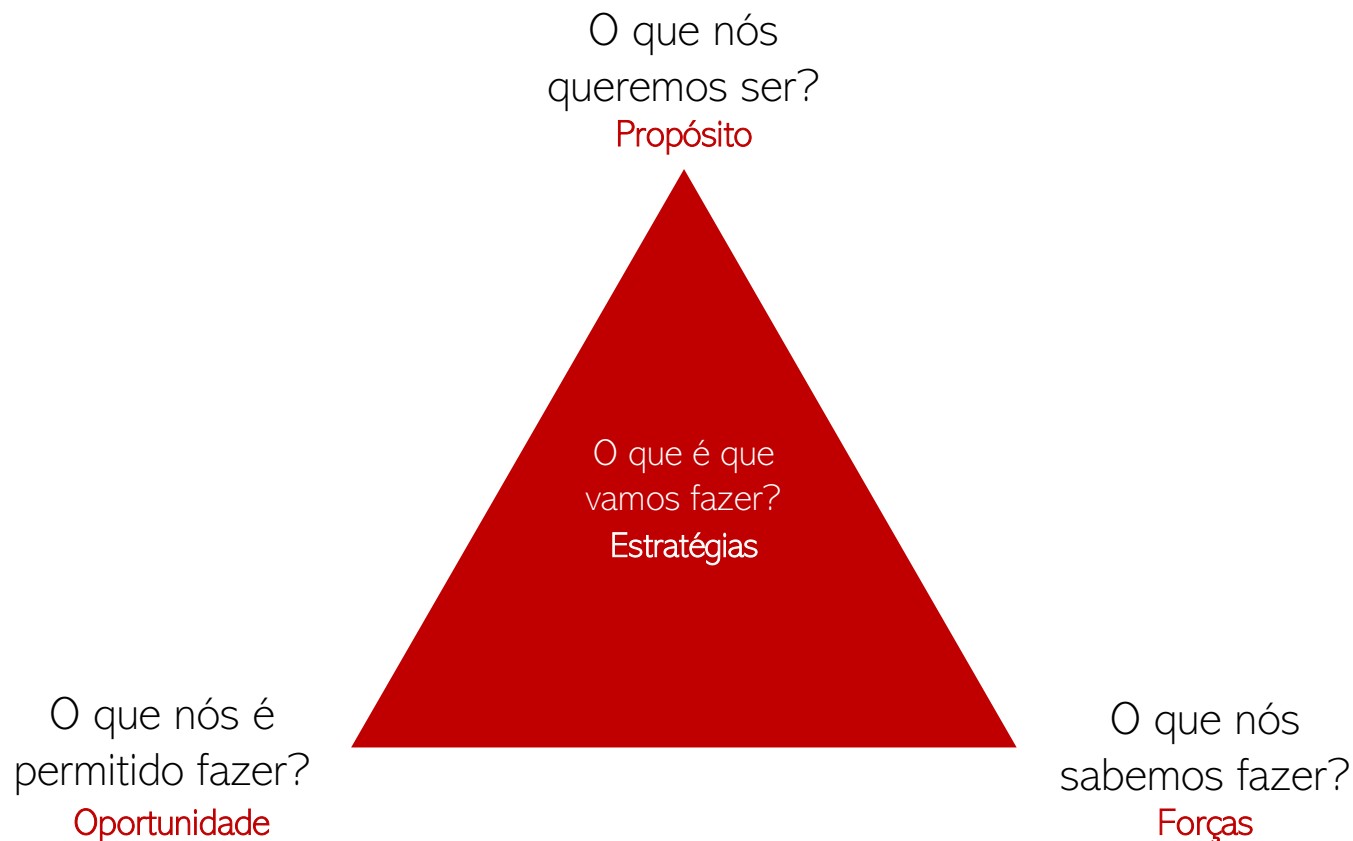
Análise SWOT



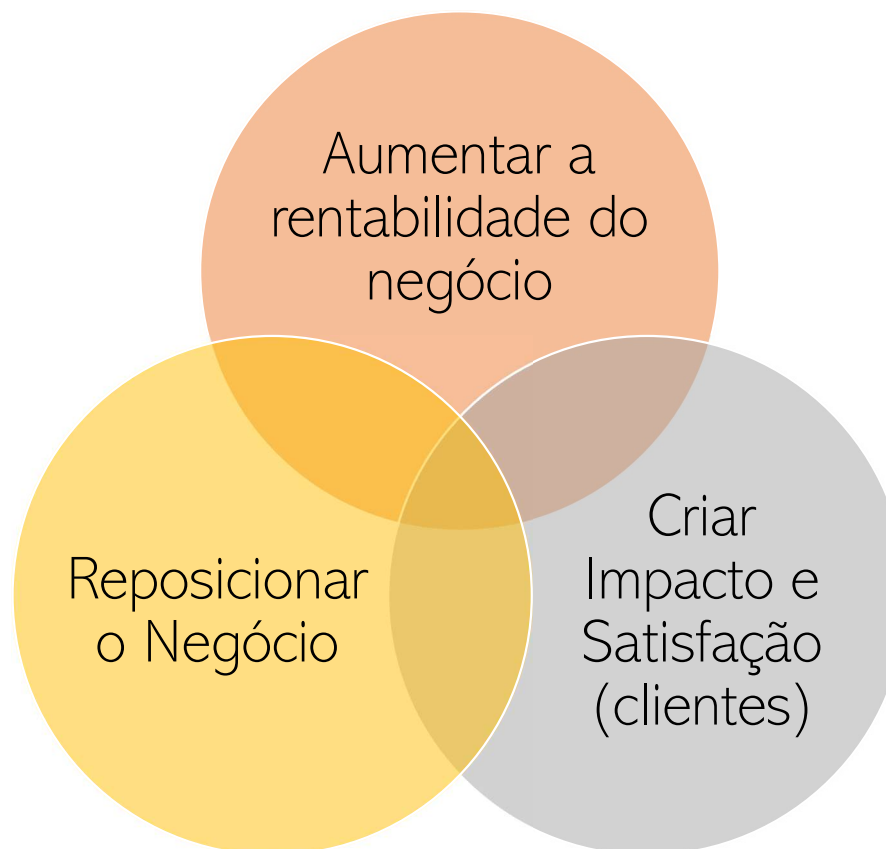
THREATS AMEAÇAS

- Interrupção na execução da Política Pública para o Turismo
- Não priorização da contratação da SPTuris junto às Secretarias Municipais de São Paulo
- Mudança estrutural no segmento devido à pandemia
- Ação estratégica agressiva de competidores
- Falta de independência para definir orçamento
- Grande dependência de contratos com a PMSP
- Potenciais passivos: trabalhista e tributários
- Extinção da SPTuris
- Riscos do insucesso da Concessão (impacto para as receitas)

4. Visão e Objetivos Estratégicos – Posicionamento

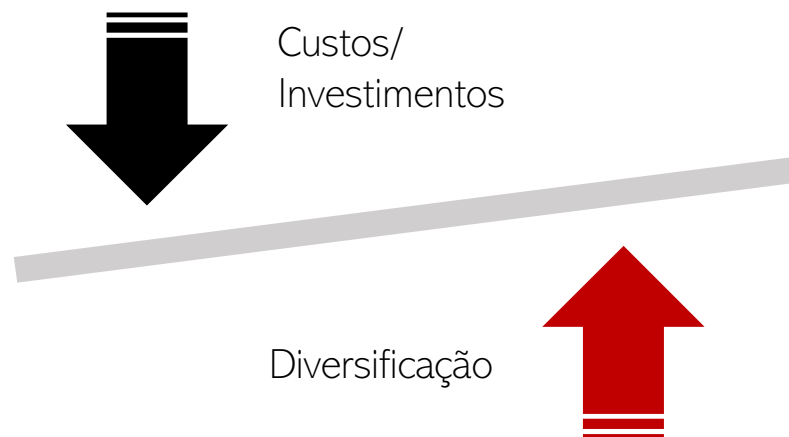


4. Visão e Objetivos Estratégicos – Objetivo



4. Visão e Objetivos Estratégicos – Desdobramentos

Atuar sobre as fraquezas para reduzir as ameaças



4. Visão e Objetivos Estratégicos – Diretrizes e Metas

Diretrizes Estratégicas

- **Aumento da rentabilidade:** diversificar receita, aumentar a margem, reduzir os custos e/ou aumentar a receita, diversificar os serviços;
- **Estruturação organizacional:** melhorar os processos organizacionais e a estrutura hierárquica visando ganho de agilidade;
- **Fortalecimento da gestão:** aumentar independência entre esfera pública e privada, mudança de cultura organizacional, investimento e foco em pessoas;
- **Consistência e qualidade operacionais:** promover qualidade e consistência dos serviços visando à redução de custos, satisfação dos clientes e promoção da marca;
- **Estabelecimento de parcerias:** com empresas públicas, privadas e estabelecimentos comerciais;
- **Fortalecimento da marca:** reposicionar estrategicamente a marca



Metas Estratégicas

- **Aumento da receita e equilíbrio do fluxo de caixa:** revisão do processo de custeio e formatação de preços (taxas administrativas e custo de mão de obra); desenvolvimento de clientes privados e eventos próprios; captação de recursos para a atividade de fomento ao turismo;
- **Otimizar a prestação de serviços:** incluir expertise técnica e criativa, fornecer serviços acessórios, expandir portfólio de serviços, fortalecer a marca;
- **Redução de custos:** revisar os contratos de serviços e as terceirizações considerando seus custos para a Companhia;
- **Portfólio de clientes:** buscar novos clientes tanto na esfera pública quanto privada e realização de ações para fidelização e retorno de clientes antigos;

4. Visão e Objetivos Estratégicos – Diretrizes Detalhadas

Aumento da Rentabilidade

- Implantação de novos negócios
 - Formatação de negócios digitais
 - Avaliação de formas para captação de recursos com a atividade de fomento ao turismo
 - Eventos proprietários
- Análise de demanda
 - Identificação de negócios potenciais
 - Projetos intra e entre secretarias, órgãos e entidades
 - Projetos e temas (Eventos e Turismo) com o setor privado, vinculados com o plano de metas da PMSP
 - Captura e análise de informações sobre os negócios
 - Análise de Viabilidade dos negócios
 - Tomada de Decisão
- Eficiência Operacional
 - Esforço de redução de custos realizado com mão de obra
 - Busca de incremento de receitas na captação de negócios
 - Maior eficiência da ação de recebimento (taxas, descontos e honorários)
 - Fiscalização e auditoria ativa da Concessão

Estruturação Organizacional

- Gestão da Cultura Organizacional como suporte à estratégia;
- Plano de Comunicação e Integração das equipes;
- Melhoria dos processos e fluxos Internos;
- Programa de desenvolvimento de pessoas;
- Padronização de Cargos e Carreiras da companhia;

4. Visão e Objetivos Estratégicos – Diretrizes Detalhadas

Fortalecimento da gestão

- Aumentar independência entre esfera pública e privada,
- Gestão da eficiência orçamentária e de resultados estratégicos;
- Implementação de Sistemas de gestão
- Gestão por projetos

Consistência e qualidade operacionais.

- Promover qualidade e consistência dos serviços;
 - Desenvolvimento e qualificação de fornecedores
 - Mensuração da satisfação dos clientes
- Mensuração do Impacto gerado nas ações promovidas pela empresa.

4. Visão e Objetivos Estratégicos – Diretrizes Detalhadas

Estabelecimento de parcerias (relacionamento)

- Empresas públicas – captação de ações e execução de Metas da PMSP;
- Privadas e estabelecimentos comerciais – patrocínios e ações proprietárias;
- Fortalecimento da interlocução institucional

Fortalecimento da marca

- Reposicionar estrategicamente a marca
 - SPTuris – Empresa de conhecimento no segmento de Eventos e Turismo
- Estratégia de Comunicação/promoção da companhia

4. Visão e Objetivos Estratégicos – Indicadores de Desempenho



Financeiro:

Demonstram o desempenho financeiro da SPTuris e o uso de recursos financeiros para realização das atividades

- **Receita da empresa** e seus desdobramentos nos distintos segmentos
- Rentabilidade dos Serviços
- **Equilíbrio econômico**
- Execução orçamentária



Processos Internos:

Monitoram o desempenho organizacional, considerando a qualidade e eficiência dos produtos e serviços

- Custeio de produção
- Tempo médio de contratação (compras e vendas)
- Volume de apontamentos dos Órgãos de Controle



Clientes e Stakeholders:

Refletem o desempenho organizacional do ponto de vista dos clientes ou de outras partes interessadas

- Quantidade de clientes
- Retenção de clientes
- Participação no mercado (market share sobre as ações da PMSP)
- **Satisfação dos clientes (NPS)**
- Quantidade de queixas e reclamações recebidas/resolvidas



Capacidade Organizacional:

Monitoram o desempenho organizacional através da ótica do capital humano, infraestrutura, tecnologia, cultura e outras capacidades fundamentais para o desempenho inovador.

- Lucro por colaborador
- Valor dos salários como percentual dos custos totais
- Registro de conflitos e queixas dos colaboradores
- Composição da força de trabalho
- Investimentos em capacitação e desenvolvimento