



POÇOS
de CALDAS

a cidade dos apaixonados

PLANO ESTRATÉGICO

RETOMADA DA ECONOMIA

DURANTE E PÓS-CORONAVÍRUS

AGO 2020



POÇOS
de CALDAS
a cidade dos apaixonados

INTRODUÇÃO

Os impactos dessa grave crise mundial, decorrente da pandemia do COVID-19 e com grandes consequências na economia e nas relações humanas, nos desafia a buscarmos novas ideias e alternativas de soluções para a retomada da economia durante e pós-coronavírus, e com enfoque pragmático e responsável.

Isso só se faz possível por meio de um plano estratégico construído a várias mãos, e sendo implementando unindo esforços do poder público, associações, universidades e a população. A história de Poços de Caldas se reescreve a partir dessa união.



**POÇOS
de CALDAS**

a cidade dos apaixonados

*Este plano nasceu de uma paixão...
...paixão pela nossa cidade maravilhosa*





IMPORTÂNCIA DO DESENVOLVIMENTO DO PLANO

“A adversidade da crise pandêmica trouxe consigo a oportunidade de fortalecermos uma sociedade orientada ao desenvolvimento econômico e sustentável da nossa cidade, por meio de uma sinergia e união de esforços inédita na história da cidade. Para orquestrar esses esforços consideramos fundamental desenvolver um plano estratégico utilizando-se as melhores técnicas de gestão visando o(a):

- Direcionamento eficaz das ações a serem implementadas, com base em um diagnóstico estratificado da situação atual das empresas.
- Construção das ideias por meio de um processo participativo e interativo dos diversos “atores” (poder público, iniciativa privada, associações, etc.).
- Fortalecer o papel da SEDET com um hub de integração e coordenação de esforços já existentes.

- Medidas objetivas que minimizem os danos causados pela pandemia, sempre respeitando as diretrizes sanitárias.
- Plano de comunicação assertivo, dinâmico e responsivo para atingir todos os públicos envolvidos.
- Acompanhamento da efetividade das ações, tão necessária quanto a criação do próprio Plano per si.

Para iniciar os trabalhos foi constituída uma equipe de coordenação para o Plano Estratégico de Retomada da Economia e contratada uma consultoria especializada em gestão estratégica e transformação empresarial.”

Thiago Mariano
Secretário de Desenvolvimento Econômico e
do Trabalho - SEDET



POÇOS
de **CALDAS**
a cidade dos apaixonados

EQUIPE DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO - SEDET



HELICIO HONDA
CONSULTOR DE GESTÃO
E TECNOLOGIA -
HONDA CONSULTING



FERNANDO VILAS BOAS
EMPRESÁRIO E
COORDENADOR GERAL
DO PLANO DE RETOMADA
ECONÔMICA



THIAGO MARIANO
SECRETÁRIO DE
DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO E TRABALHO



DIVA FUNCHAL
COORDENADORA DO
FOMENTO AO COMÉRCIO
E INDÚSTRIA



MARCELO MUNHOZ
GERENTE DE
ATENDIMENTO AS
EMPRESA



**POÇOS
de CALDAS**

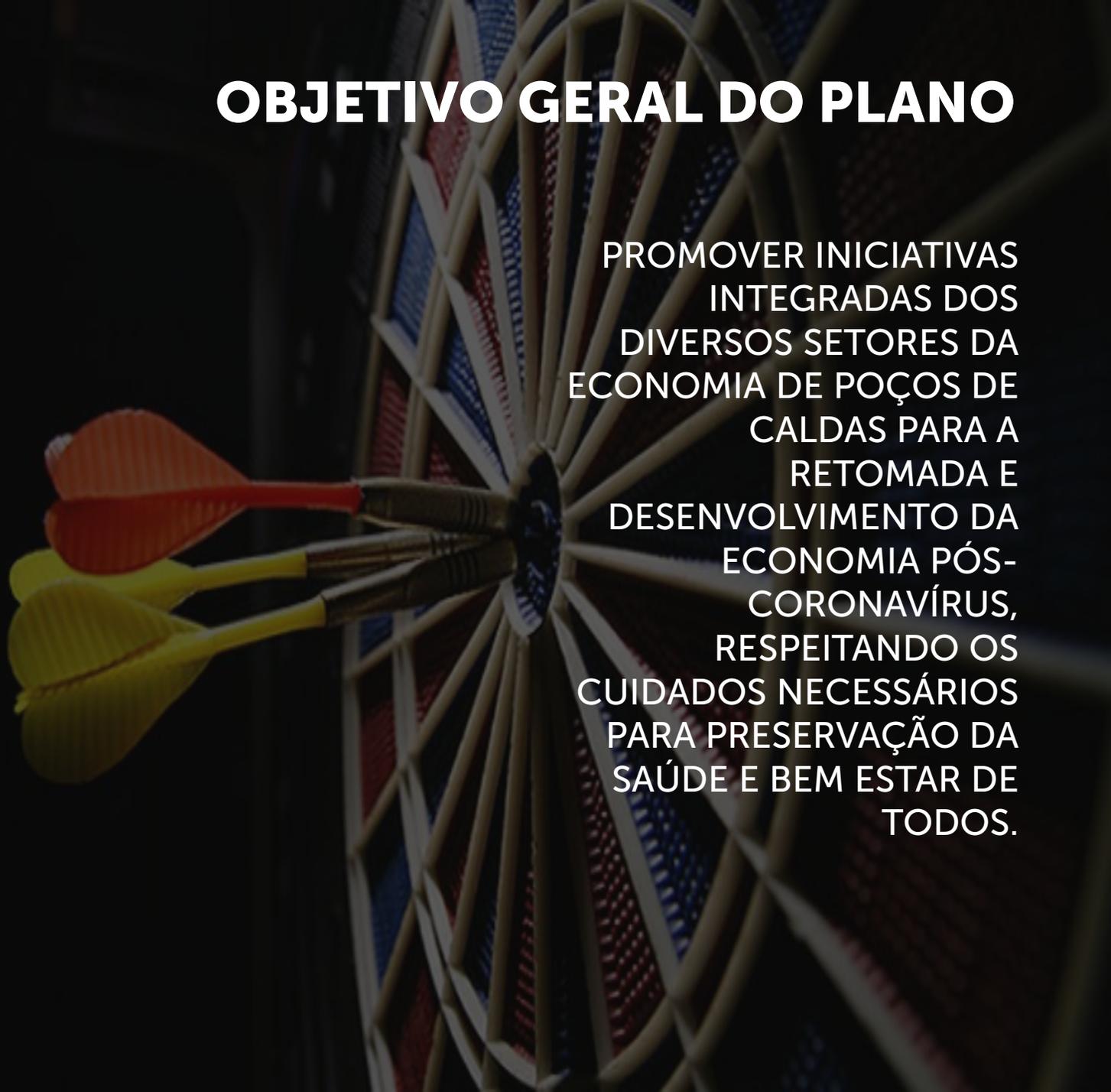
a cidade dos apaixonados

As primeiras atividades do Planejamento Estratégico contemplaram o estabelecimento do objetivo geral do plano, o alinhamento das etapas da Metodologia e Cronograma apresentados a seguir.

O Planejamento Estratégico abrangeu os quatro setores da economia de Poços de Caldas:

1. TURISMO
2. COMÉRCIO
3. AGRONEGÓCIO
4. INDÚSTRIA

OBJETIVO GERAL DO PLANO



PROMOVER INICIATIVAS INTEGRADAS DOS DIVERSOS SETORES DA ECONOMIA DE POÇOS DE CALDAS PARA A RETOMADA E DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA PÓS-CORONAVÍRUS, RESPEITANDO OS CUIDADOS NECESSÁRIOS PARA PRESERVAÇÃO DA SAÚDE E BEM ESTAR DE TODOS.

METODOLOGIA PARA O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

VISÃO GERAL DAS ETAPAS



REALIZAÇÃO DA
PESQUISA
DIAGNÓSTICA
POR SETOR



ALINHAMENTO DOS
ENVOLVIDOS E
ANÁLISE SWOT



ESTABELECIMENTO
DOS PROJETOS
DE CURTO, MÉDIO
E LONGO
PRAZOS



DETALHAMENTO
DOS PROJETOS E
PLANOS DE
AÇÃO



ACOMPANHAM.
RESULTADOS
E TOMADA DE
AÇÕES



CRONOGRAMA DE TRABALHO

LINHA DO TEMPO



**POÇOS
de CALDAS**
a cidade dos apaixonados



JUN 28 A 24

ALINHAMENTO DOS
OBJETIVOS /
REALIZAÇÃO DA
PESQUISA E
COMPILAÇÃO

JUN 29

WORKSHOP 1

APRES. DA
PESQUISA E
VALIDAÇÃO DA
ANÁLISE SWOT

JUL 01

WORKSHOP 2

ESTABELECIMENTO
DOS PROJETOS
PARA CURTO,
MÉDIO E LONGO
PRAZO

ATÉ JUL 22

ELABORAÇÃO
DETALHADA DO
PLANO,
SEGMENTADA POR
SETOR

AGO 05

ALINHAMENTO
DO PLANO COM
ENTIDADES,
ASSOCIAÇÕES,
ETC.

AGO 12

APRESENTAÇÃO
FINAL DO PLANO DE
RETOMADA
ECONÔMICA

AGO - DEZ

ACOMPANHAMENTO
DA EXECUÇÃO DO
PLANO E AJUSTES

RESULTADOS DA PESQUISA DIAGNÓSTICA

Um diagnóstico inicial adequado é fundamental para o direcionamento assertivo das ações de um plano. Para isso aplicamos uma pesquisa que contou com a participação de mais de 400 empresas, a qual apresentamos a seguir.



POÇOS
de CALDAS
a cidade dos apaixonados

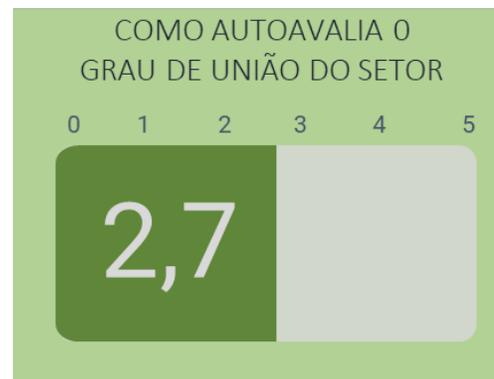
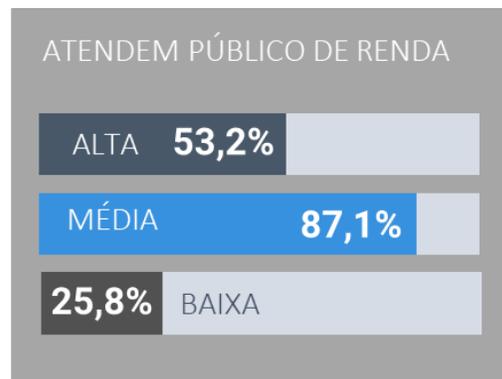


RESULTADOS DA PESQUISA DIAGNÓSTICA

INFOGRÁFICOS DO TURISMO

TURISMO

62
RESPONDENTES



62,9%

CONSIDERA REALIZAR EVENTO DE ENTRETENIMENTO PARA ATRAIR OS CLIENTES

RESULTADOS DA PESQUISA DIAGNÓSTICA

NÍVEL DA CRISE NO SETOR

TURISMO



CRISE OPERACIONAL

Resultados operacionais negativos / vendas em queda

33,9%



CRISE FINANCEIRA

Problemas de liquidez, crédito

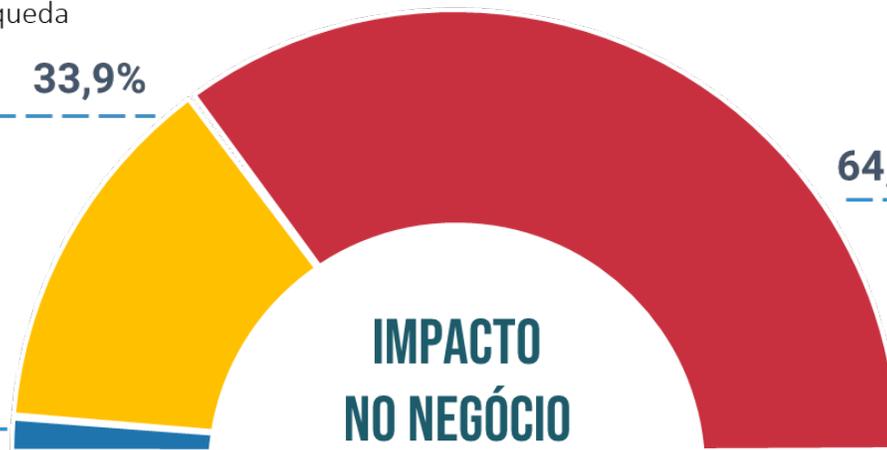
64,5%



CRISE MERCADOLÓGICA

Sem novos negócios, inovações em produtos e serviços ou novos clientes

1,6%



IMPACTO
NO NEGÓCIO

RESULTADOS DA PESQUISA DIAGNÓSTICA

OPORTUNIDADES, APESAR DA CRISE

Apesar dos efeitos negativos da crise, quais oportunidades os empresários consideram que podem ser exploradas em seu negócio?

TURISMO



RESULTADOS DA PESQUISA DIAGNÓSTICA

TURISMO

IDEIAS PARA VENCER A CRISE

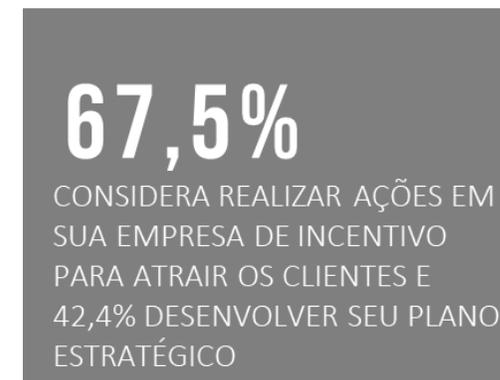
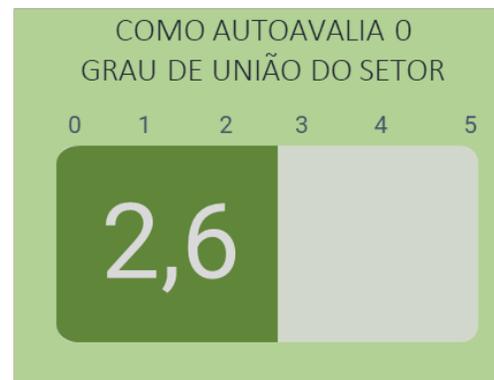
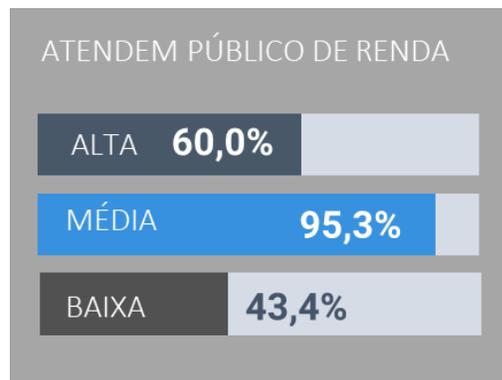
Iniciativas citadas pelos empresários como ideias para oferecer / realizar para atrair clientes:



RESULTADOS DA PESQUISA DIAGNÓSTICA

INFOGRÁFICOS DO COMÉRCIO

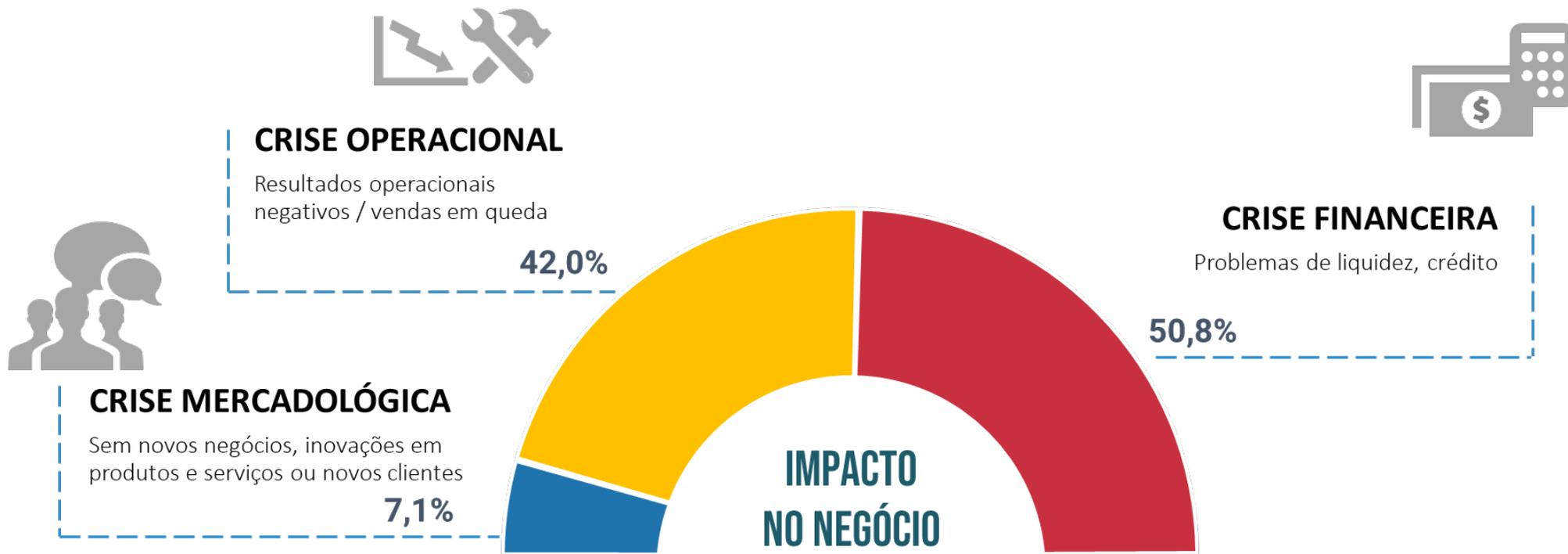
COMÉRCIO & SERVIÇOS



RESULTADOS DA PESQUISA DIAGNÓSTICA

NÍVEL DA CRISE NO SETOR

COMÉRCIO



RESULTADOS DA PESQUISA DIAGNÓSTICA

OPORTUNIDADES, APESAR DA CRISE

Apesar dos efeitos negativos da crise, quais oportunidades os empresários consideram que podem ser exploradas em seu negócio?

COMÉRCIO

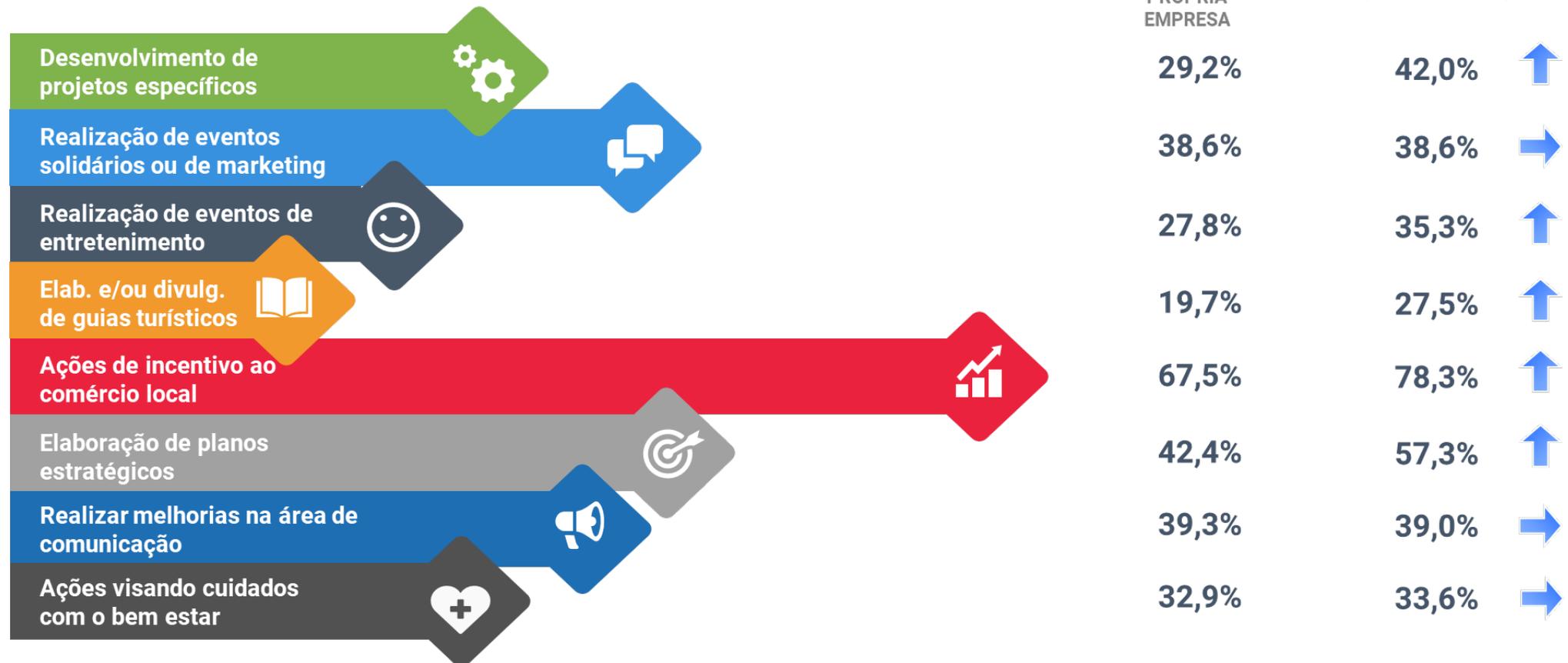


RESULTADOS DA PESQUISA DIAGNÓSTICA

IDEIAS PARA VENCER A CRISE

COMÉRCIO

Iniciativas citadas pelos empresários como ideias para oferecer / realizar para atrair clientes:



RESULTADOS DA PESQUISA DIAGNÓSTICA

INFOGRÁFICOS DO AGRONEGÓCIO

AGRONEGÓCIO

21

RESPONDENTES



EMPRESAS QUE ATENDEM

MELHOR IDADE

40,0%

ADULTO

100,0%

INFANTIL

20,0%

EMPRESAS COM CLIENTES

80,0%
DE OUTROS
MUNICÍPIOS

20,0%
ESTRAN-
GEIROS

35,0%
LOCAIS

O QUE CLIENTES VALORIZAM



PREÇO



QUALIDADE



ATENDIMENTO

ATENDEM PÚBLICO DE RENDA

ALTA 70,0%

MÉDIA 85,0%

40,0% BAIXA

COMO AUTOAVALIA O
GRAU DE UNIÃO DO SETOR

0 1 2 3 4 5

2,8

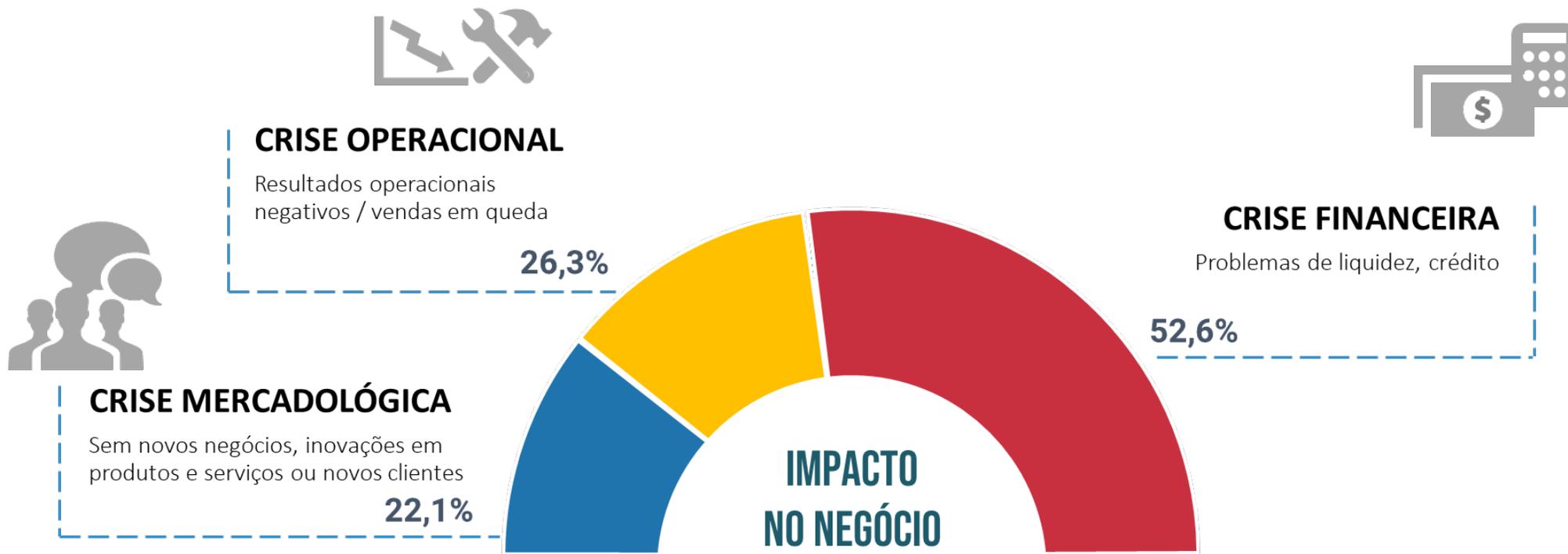
55,0%

CONSIDERA REALIZAR
AÇÕES DE INCENTIVO AO
COMÉRCIO LOCAL

RESULTADOS DA PESQUISA DIAGNÓSTICA

NÍVEL DA CRISE NO SETOR

AGRONEGÓCIO

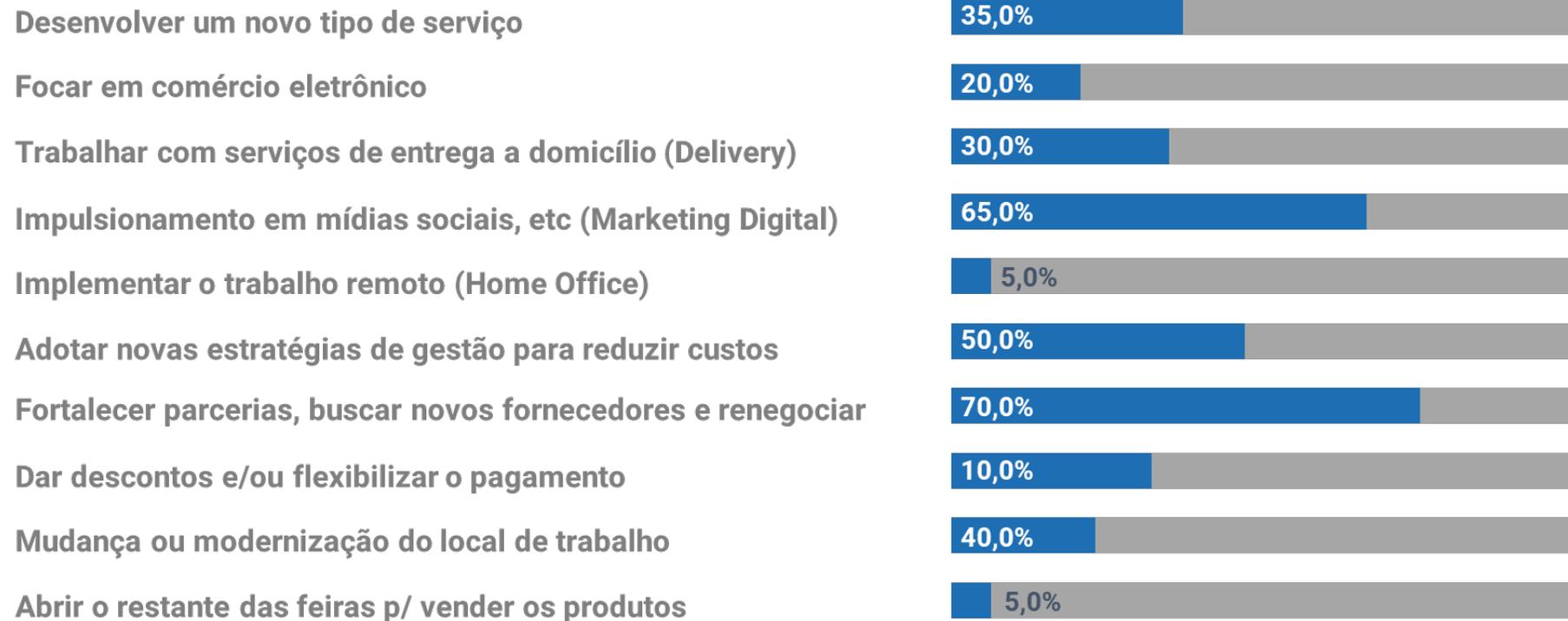


RESULTADOS DA PESQUISA DIAGNÓSTICA

OPORTUNIDADES, APESAR DA CRISE

Apesar dos efeitos negativos da crise, quais oportunidades os empresários consideram que podem ser exploradas em seu negócio?

AGRONEGÓCIO

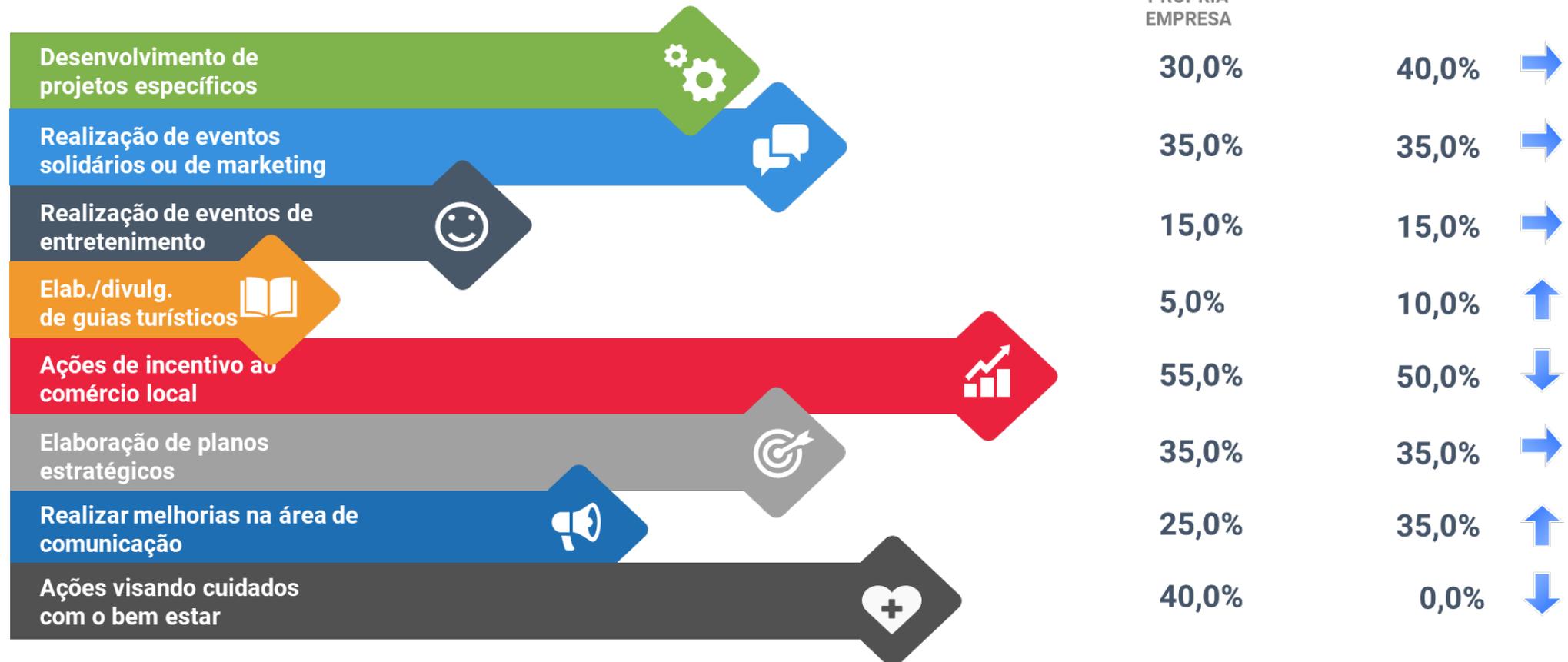


RESULTADOS DA PESQUISA DIAGNÓSTICA

IDEIAS PARA VENCER A CRISE

AGRONEGÓCIO

Iniciativas citadas pelos empresários como ideias para oferecer / realizar para atrair clientes:

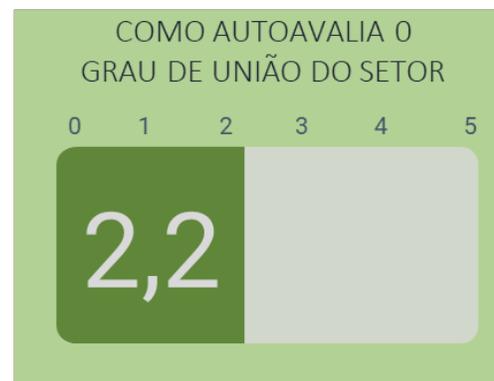
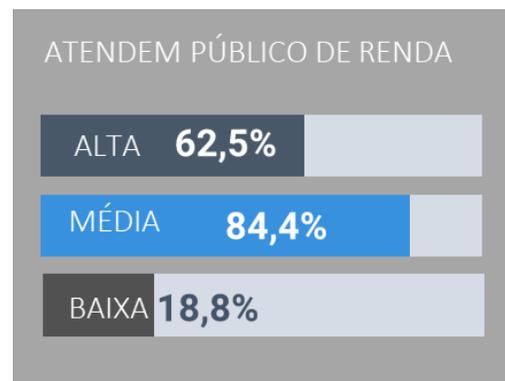
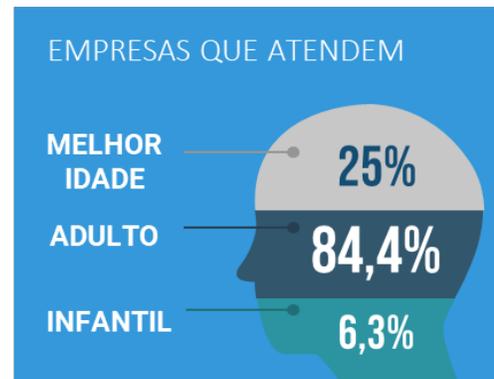


RESULTADOS DA PESQUISA DIAGNÓSTICA

INFOGRÁFICOS DA INDÚSTRIA

INDÚSTRIAS

35
RESPONDENTES



77,1%

CONSIDERA REALIZAR PROJETOS ESPECÍFICOS PARA ATRAIR OS CLIENTES E 62,9% DESENVOLVER SEU PLANO ESTRATÉGICO

RESULTADOS DA PESQUISA DIAGNÓSTICA

NÍVEL DA CRISE NO SETOR

INDÚSTRIA



CRISE OPERACIONAL

Resultados operacionais negativos / vendas em queda

42,9%



CRISE FINANCEIRA

Problemas de liquidez, crédito

31,4%



CRISE MERCADOLÓGICA

Sem novos negócios, inovações em produtos e serviços ou novos clientes

20,0%

IMPACTO
NO NEGÓCIO

RESULTADOS DA PESQUISA DIAGNÓSTICA

OPORTUNIDADES, APESAR DA CRISE

Apesar dos efeitos negativos da crise, quais oportunidades os empresários consideram que podem ser exploradas em seu negócio?

INDÚSTRIA



RESULTADOS DA PESQUISA DIAGNÓSTICA

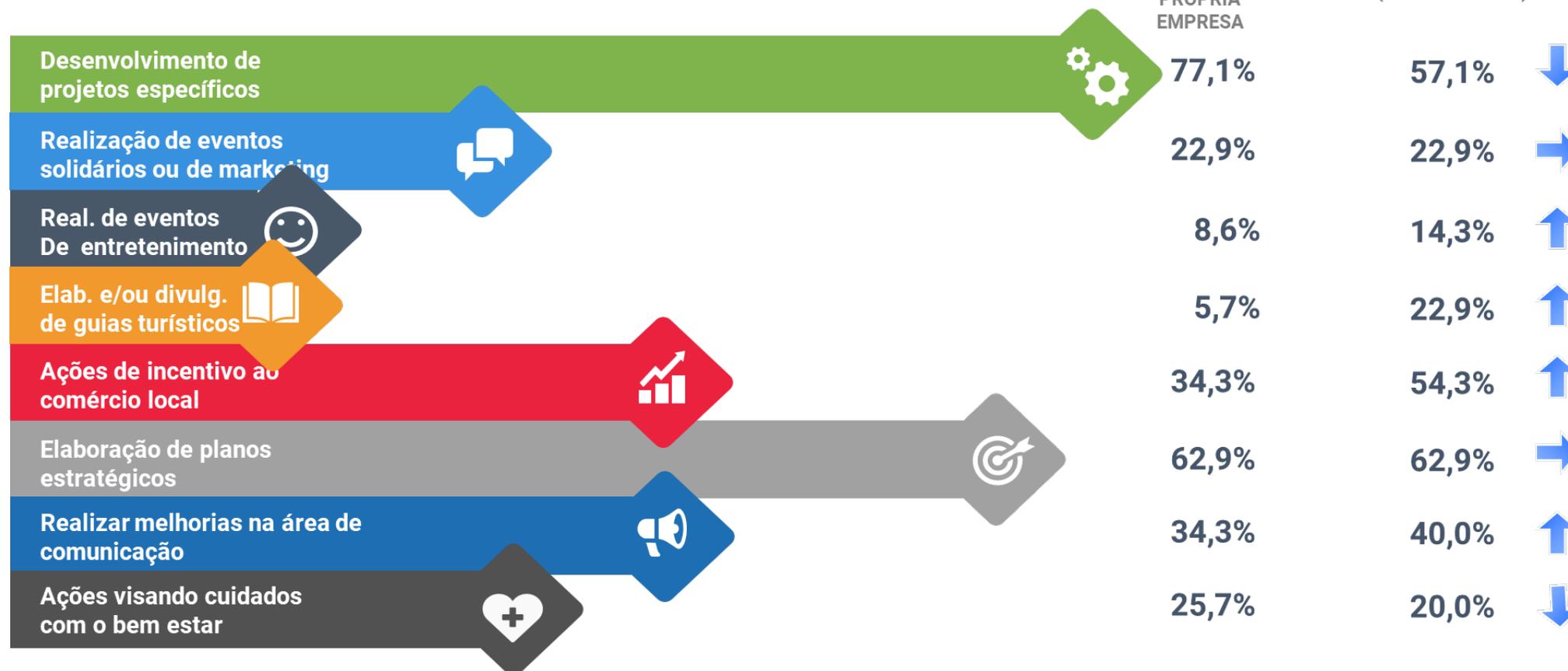
IDEIAS PARA VENCER A CRISE

INDÚSTRIA

Iniciativas citadas pelos empresários como ideias para oferecer / realizar para atrair clientes:

INICIATIVAS A SEREM REALIZADAS PELA PRÓPRIA EMPRESA

ARTICULADAS COLETIVAMENTE (SETOR E GERAL)



ANÁLISE SWOT

A matriz SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats), também chamada de FOFA em português, é uma análise com a qual você pode identificar fatores internos (Forças e Fraquezas) e fatores externos (Oportunidades e Ameaças) de um planejamento, o que contribui para a elaboração de estratégias e de projetos que podem otimizar resultados.



POÇOS
de CALDAS
a cidade dos apaixonados



OLHANDO POÇOS DE CALDAS

SOB UMA NOVA PERSPECTIVA



ANÁLISE SWOT – PONTOS FORTES



VANTAGENS COMPETITIVAS DO NEGÓCIO (TURISMO)

- 1 Categoria A de Turismo
Título concedido pelo ministério de turismo
- 2 Cidade Segura
Baixo índice de criminalidade
- 3 Atrativos turísticos naturais e históricos
Variedade grande de atrativos e categorias turísticas
- 4 Região Vulcânica
Potencial valor para denominação de origem e criação de selo para produtos
- 5 Estrutura hoteleira
9388 leitos disponíveis e variedade de preço e categorias de hospedagem (sexto maior do Brasil)
- 6 Produtos característicos
Cristais, azeites, café, doces, cervejas, queijos e outros
- 7 Centro turístico conservado
A região central mantém bem conservado seus pontos turísticos e comerciais
- 8 Pontos turísticos prontos e variados
Mais de 40 pontos, os principais entrarão na concessão
- 9 Bares e restaurantes
Bares e restaurantes diferentes e muito bons, alguns ótimos
- 10 Aguas Thermais
Entrou na rota internacional da Europa, única cidade no mundo
- 11 Espaços de Eventos
Espaços para eventos até 2000 pessoas
- 12 Atrativos culturais
Museu Histórico e Geográfico, Instituto Moreira Sales, Cinemas, Galerias, Centros Culturais
- 13 Artistas, orquestra
Variedade artística e musical para todos os gostos
- 14 Comercio forte e Shopping
Lojas bem montadas, centro charmoso com cafeterias, Shopping Mercado Municipal
- 15 Cidade 100% esgoto tratado
Poucas cidades no Brasil
- 16 Protocolos Sanitários
Hotelaria pronta para a reabertura
Região rica de atividades
- 17 **Localização próximas a grandes centros**
Gastronomia diferenciada
Proximidade ao Aeroporto Internacional
Cidades vizinhas com atrativos para visitaçã



ANÁLISE SWOT – PONTOS FRACOS



VULNERABILIDADES DO NEGÓCIO (TURISMO)

- | | |
|--|--|
| 1 Pouca informação sobre o turismo | Não temos informações suficientes do setor turístico e eventos
Os empresários e entidades do setor têm pouca união para ações conjuntas |
| 2 Baixa união entre o setor | |
| 3 Plano municipal de turismo antigo | A cidade carece de um novo plano municipal de turismo |
| 4 Turismo com gasto médio baixo | A cidade precisa atrair o turista de renda superior |
| 5 Pouca divulgação da cidade | Pouca divulgação da cidade para potenciais turísticos |
| 6 Identidade turística | A população da cidade têm pouca identidade com o turismo |
| 7 Serviços de atendimento ao turista | Falta treinamento no comercio para atender melhor o turista que chega na cidade |
| 8 Entrada da cidade precisa de melhorias | Falta asfalto e um projeto de urbanismo |
| 9 Pensão completa | Atrapalha o turista conhecer outras atividades da cidade |
| 10 Comida Mineira | Poucos restaurantes com esta experiência |
| 11 Poços de Caldas para o mundo | Precisa posicionar a cidade melhor nas feiras. |
| 12 Hotelaria | Muitos não proporcionam a experiência de uma boa diária |
| 13 ISS de 5% e fiscalização | Nem todos pagam e falta fiscalização |
| 14 Pontos Turísticos | Enquanto não acontece a concessão, os pontos turísticos tem que estar em ordem |
| 15 Atendimento e treinamento | Setor de turismo precisa de treinamento e acompanhamento |
| 16 Passeios históricos | Há poucos guias com treinamento para mostrar a cidade e pontos históricos |

ANÁLISE SWOT - OPORTUNIDADES



FORÇAS EXTERNAS FAVORÁVEIS AO NEGÓCIO (TURISMO)

- 1 Concessão pontos turísticos
Investimento e melhorias dos pontos turísticos públicos
- 2 Estratégia turística unificada
Criação do plano de turismo aliando os elos do setor
- 3 Conscientização população
Campanha para a população da importância do turismo. Inclusive nas escolas (colocar na grade curricular)
- 4 Ecoturismo
Turismo rural para lazer, cultura e gastronomia
- 5 Parcerias com cidades irmãs e vizinhas
Fortalecimento de elos entre a região e cidades para divulgação conjunta
- 6 Turismo de aventura
Relevo e estrutura para vários esportes de aventura
- 7 Entidades fortes
Fortalecimento de associações: COMTUR e Poços Convention e Sindicatos
- 8 Pesquisas sobre o setor
Mais informações sobre o público que esta na cidade
- 9 Turismo interno
Incentivar a população a conhecer as atrações da nossa cidade - parques, zoo, museu, Thermas e outros
- 10 Propaganda até 500 km
Nas principais rodovias, mídias sociais e outros
- 11 Selo de segurança da cidade
Além dos selos Federal e Estadual, a cidade ter o seu Selo de segurança
- 12 União do setor hoteleiro
Todos trocando informações e trabalhando juntos para a reabertura
- 13 Plataforma de vendas on-line
Dar as oportunidades das feiras e feiras de artesanato

ANÁLISE SWOT - AMEAÇAS



OBSTÁCULOS EXTERNOS AO NEGÓCIO (TURISMO)

- 1 Medidas de contenção COVID-19
 - 2 COVID-19
 - 3 Burocracia municipal
 - 4 Fundo Municipal de Turismo
 - 5 Cidades concorrentes
 - 6 Fechamento de comércio e atrativos
 - 7 Financeiro
 - 8 Trabalhadores
 - 9 Falta de informação e planejamento
 - 10 Turistas
 - 11 Empregos
- As medidas de restrições municipais de circulação mais claras
Duração prolongada da pandemia e baixa adesão do turista
Burocracia impossibilitam ou retardam ações importantes como a concessão dos pontos turísticos
Caixa praticamente zerado. Dinheiro era usado para pagar várias ações importantes
Ações maiores, mais planejadas e captação de cidades concorrentes no turismo
Pandemia pode levar a fechamento de estabelecimentos importantes ao turismo
Setor totalmente atingido a faturamento 0 e pouco acesso a empréstimos
Muitos trabalhadores sem carteira assinada
Os hotéis precisam pelo menos de 1 semana para abertura, muita insegurança do setor
A ausência do turista não prejudica o comércio e hotéis
Mais de 1000 pessoas do setor perderam o emprego



ANÁLISE SWOT – PONTOS FORTES



VANTAGENS COMPETITIVAS DO NEGÓCIO (COMÉRCIO)

1. Comércio forte, consolidado e diversificado, que atinge o público local e regional:
 - a) Centro possui marcas de relevância nacional e regional.
 - b) Bairros com comércio forte e diversificado, marcas locais.
 - c) Shopping Poços de Caldas bem ancorado e com marcas nacionais e regionais.
2. Comércio, bares, restaurantes e serviços locais consolidados, com marcas tradicionais e de referência na região.
3. Cidade segura ao cidadão e turistas, com baixos índices de criminalidade.
4. Cidade limpa e bem cuidada.
5. Ruas e calçadas largas (bem estruturadas).
6. Grande quantidade de bares de calçada, muito apreciado por turistas.
7. Muitos, tradicionais e bons restaurantes, com gastronomia diversificada e de qualidade.
8. Bom atendimento nos bares e restaurantes do município.
9. Produtores de cervejas artesanais, vinhos, e azeites premiados (nacional e internacionalmente) tornam o município uma referência nesse tipo de produto.



ANÁLISE SWOT – PONTOS FRACOS



VULNERABILIDADES DO NEGÓCIO (COMÉRCIO)

1. Setor pouco unido. Falta de conexão entre empresários.
2. Cultura “atrasada” nos setores turismo e comércio.
3. “Pensão completa” na rede hoteleira impede o turista de passar mais tempo no comércio, nos restaurantes e pontos turísticos.
4. Atendimento no comércio em geral, é ruim, criando uma imagem negativa.
5. A cidade é relativamente segura, mas o monitoramento é ruim e os comerciantes se sentem vulneráveis.
6. Pouca utilização do digital na divulgação de produtos e serviços.
7. Concentração de comércio de rua limita acesso de pessoas dos bairros.
8. Parte considerável dos comerciantes estão com problemas de liquidez.
9. Parte considerável dos comerciantes estão com dificuldade de acesso a crédito.
10. Há pouco ou nenhum capital de giro em função dos dispêndios na quarentena, comprometendo a reposição de estoques.
11. Comércio de Poços, em geral, tem grande dependência do turismo.
12. Há pouca exploração da comercialização de produtos legítima e tipicamente mineiros, como comida mineira, por exemplo.



ANÁLISE SWOT - OPORTUNIDADES



FORÇAS EXTERNAS FAVORÁVEIS AO NEGÓCIO (COMÉRCIO)

1. Fortalecimento da economia local com a união dos setores.
2. Campanha estimulando o consumo interno (moradores consumindo na cidade).
3. Campanha de descontos: (a) Em troca de doações de alimentos e produtos de limpeza; ou (b) Em troca de compras em outras lojas.
4. Criação de um banco de conhecimento (digital) onde boas práticas sejam elencadas e sirvam de referência para os comerciantes (marketing, finanças, operacional, atendimento, etc.).
5. Fomentar comércios fora do núcleo central da cidade, irrigando os bairros.
6. Por ser um polo gastronômico, é possível que se explore a realização de festivais (gastronomia, vinho, queijos, cerveja e azeite) para atrair turistas.
7. Implementar nas redes de ensino disciplinas especializadas em turismo e sociedade, consolidando o viés turístico da cidade.
8. Possibilidade de exploração do turismo rural, beneficiando o comércio com o fluxo gerado.



ANÁLISE SWOT - AMEAÇAS



OBSTÁCULOS EXTERNOS AO NEGÓCIO (COMÉRCIO)

1. Pandemia eleva riscos de novo fechamento do comércio, dificultando o planejamento, aumenta o desemprego, gerando redução do consumo.
2. Receio do desemprego, da perda da renda e de contrair COVID-19 aumenta a aversão do consumidor às compras. Os hábitos mudaram.
3. Custos de Locação são altos e difíceis de negociar. Locadores de imóveis não “reconhecem” o momento de crise dos locatários.
4. Custos tributários (ICMS) mais altos que em outros Estados.
5. O aumento do endividamento das empresas em função da (difícil) obtenção de crédito, na tentativa de superar a crise, aumenta o risco de insolvência.
6. Aumento dos concorrentes informais durante a crise, especialmente nos serviços de delivery e venda online (Ifood, por exemplo).



ANÁLISE SWOT – PONTOS FORTES

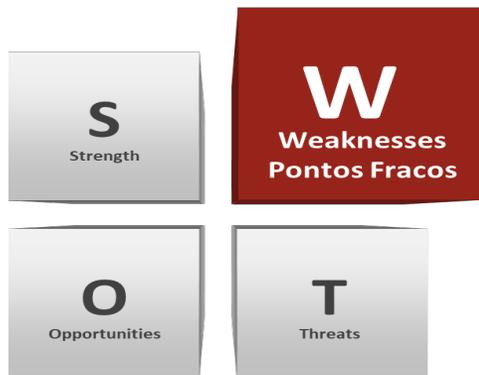


VANTAGENS COMPETITIVAS DO NEGÓCIO (AGRONEGÓCIO)

1. Variedade na produção agro (azeites, berrys, café, queijo e outros)
2. Vários atrativos para o Ecoturismo (rota do vulcão de bicicleta, montanhismo, turismo de experiência e outros)
3. Qualidade do nosso café



ANÁLISE SWOT – PONTOS FRACOS



VULNERABILIDADES DO NEGÓCIO (AGRONEGÓCIO)

1. Medidas de contenção Covid
2. Estradas precisam ser melhoradas
3. Estrutura precisa melhorar para receber turistas
4. Carência de Feiras e Eventos para exposição dos produtos rurais
5. Programa de prioridade de compra de produtos da região (ex. fornecimento de merendas)



ANÁLISE SWOT - OPORTUNIDADES



FORÇAS EXTERNAS FAVORÁVEIS AO NEGÓCIO (AGRONEGÓCIO)

1. Selo vulcânico
2. Turismo rural que gere visitas as fazendas produtoras (ex. Jipe, ciclismo, etc.)
3. Exportação de produtos
4. Investimentos em instalação de Chalés “boutique”



ANÁLISE SWOT - AMEAÇAS



OBSTÁCULOS EXTERNOS AO NEGÓCIO (AGRONEGÓCIO)

1. Restrições municipais quanto ao covid
2. Processo de legalização/ burocrático de produtos artesanais
3. Manutenção das estradas para escoamento da produção.



ANÁLISE SWOT – PONTOS FORTES

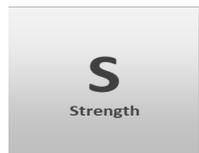


VANTAGENS COMPETITIVAS DO NEGÓCIO (INDÚSTRIA)

- 1 Distrito Industrial e Mini Distrito Industrial
- 2 Qualidade de Vida da Cidade
- 3 Empresas de renome já instaladas
- 4 Energia Elétrica estável e mais barata
- 5 Estrutura hoteleira
- 6 Mão de obra qualificada (técnico e gerencial)
- 7 Universidades de ponta na cidade
- 8 Fornecimento da GASMIG (encanado)
- 9 Sistema S forte na região
- 10 Cidade 100% esgoto tratado
- 11 Protocolos Sanitários
- 12 Localização próximas a grandes centros e proximidade de Aeroporto Internacional



ANÁLISE SWOT – PONTOS FRACOS



VULNERABILIDADES DO NEGÓCIO (INDÚSTRIA)

- 1 Pouca informação sobre o Setor da Indústria
- 2 Baixa união entre o setor
- 3 Baixa qualificação dos recursos humanos (nível operacional)
- 4 Alto custo tributário (ST de MG em cidade próxima a SP)
- 5 Falta de incentivos fiscais atrativos para instalação
- 6 Poucos fornecedores da indústria em MG
- 7 Falta de clareza dos benefícios fiscais
- 8 Estrutura viária precária e cara
- 9 Localização geográfica para a logística (não é *hub*)
- 10 Ausência de órgãos da indústria FIEMG, CIEMG, ANVISA e outros em Poços de Caldas
- 11 Falta de transporte público para o Distrito Industrial
- 12 Acesso rodoviário ao Distrito Industrial é ruim
- 13 Burocracia municipal e falta de padronização
- 14 Gestão obsoleta das empresas



ANÁLISE SWOT - OPORTUNIDADES



FORÇAS EXTERNAS FAVORÁVEIS AO NEGÓCIO (INDÚSTRIA)

- 1 Porto Seco (centro de logística regional)
- 2 Utilização da estrutura ferroviária
- 3 Criação de um Centro Tecnológico
- 4 Conselho Municipal de Ciência e Tecnologia
- 5 Atrair indústria de base
- 6 Terrenos vagos no distrito industrial (cerca de 100)
- 7 Cursos universitários com base tecnológica (nível de graduação, pós e doutorado)
- 8 Atrair empresas menores para fornecer para empresas maiores da região
- 9 Taxa de câmbio favorável, em alguns casos
- 10 Reciclagem de material

ANÁLISE SWOT - AMEAÇAS



OBSTÁCULOS EXTERNOS AO NEGÓCIO (INDÚSTRIA)

- 1 Medidas de contenção COVID-19
- 2 Proximidade com cidades do Estado de SP (com carga tributária menor)
- 3 Queda brusca das vendas e recessão prolongada da economia brasileira
- 4 Concorrência com cidades como Varginha e Pouso Alegre
- 5 Alto nível de inadimplência
- 6 Dificuldades de linhas de crédito ao mercado consumidor
- 7 Fim das reservas de recursos minerais
- 8 Concorrência com produtos chineses
- 9 Taxa cambial desfavorável em alguns casos

PROJETOS ESTRATÉGICOS

Uma das etapas mais importantes do planejamento estratégico é a de estabelecimento dos projetos de curto, médio e longo prazos, com base nas estratégias definidas para cada setor (vide slide a seguir). Foram inúmeras interações em vários âmbitos para elaborar e validar o portfólio de projetos a seguir, fruto do esforço de todos os envolvidos e da liderança dos Coordenadores de cada setor



**POÇOS
de CALDAS**
a cidade dos apaixonados



**POÇOS
de CALDAS**
a cidade dos apaixonados

PRINCIPAIS ESTRATÉGIAS POR SETOR



POÇOS
de **CALDAS**
a cidade dos apaixonados

TURISMO



- Preparar cidade para receber turistas / atrativos estruturados para que o turista passe mais dias na cidade
- Ampliar o turismo de eventos, cultura e congressos
- Explorar o potencial hoteleiro da cidade (segundo maior do Estado)
- Divulgação ampla da cidade (evidência nacional)
- Explorar o potencial turístico, a exemplo das águas termais
- Potencializar o Ecoturismo
- Divulgar e explorar aspectos históricos e culturais da cidade

COMÉRCIO



- Criar ações para valorizar o comércio local, a exemplo de cashback, descontos, criar envolvimento e interação com o consumidor por meios digitais
- Fortalecer comércio local por meio do desenvolvimento de uma ampla base de dados

AGRONEGÓCIO



- Fortalecer o produtor local
- Divulgação dos produtos a nível nacional por meio de feiras e eventos
- Ecoturismo e turismo de experiência (ex.: azeite, café, queijo)
- Criar roteiro do Café, do Doce, do Azeite e do Vulcão (via bike, trekking, etc)
- Explorar a marca região vulcânica (certificação de origem, identidade)
- Criar novas fontes de rendas

INDÚSTRIA



- Transformação da cidade em um polo industrial forte e altamente tecnológico, aproveitando o potencial existente.
- Conectar Poços de Caldas ao mundo, por meio do terminal ferroviário, facilitando o escoamento dos produtos do Sul de Minas
- Geração de empregos e oportunidades de desenvolvimento visando a indústria 4.0, tornando incubadora de tecnologia e proporcionando a convergência dos players do setor

DETALHAMENTO DOS PROJETOS



**POÇOS
de CALDAS**
a cidade dos apaixonados



Foi detalhado um cronograma de atividades e responsáveis para cada projeto e estes serão gerenciados com a ajuda de um sistema de gerenciamento de projetos (SCOPI), que permitirá o acompanhamento periódico da implementação de cada atividade, gerar indicadores e realizar follow-up, garantindo uma gestão eficaz. A seguir apresentamos cada um dos projetos e responsáveis.

PROJETOS ESTRATÉGICOS

GERAL



**POÇOS
de CALDAS**
a cidade dos apaixonados

GERAL

APLICATIVO POÇOS DE CALDAS – FASE 1

DESCRIÇÃO/OBJETIVOS: PROVER UM PORTAL INTERATIVO AO PÚBLICO INTERNO E TURISTAS C/ INFORMAÇÃO DE SERVIÇOS, PRODUTOS, EVENTOS, NOTÍCIAS DA CIDADE, PESQUISAS E INTERAÇÕES

2020												2021												2022	2023	2024
A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	2022	2023	2024			
██████████																										



PROJETOS ESTRATÉGICOS

GERAL



POÇOS
de CALDAS
a cidade dos apaixonados

GERAL

SELO 100% POÇOS DE CALDAS

DESCRIÇÃO/OBJETIVOS: identificar as marcas e produtos locais. Fomentar a economia, integrando comércio e cadeia produtiva, incentivando a comercialização entre as partes.

2020											
A	M	J	J	A	S	O	N	D			
[Barra verde]											



TERMINAL DE CARGAS RODO-FERROVIÁRIO

DESCRIÇÃO/OBJETIVOS: ATRAÇÃO DE INVESTIMENTO PARA TERMINAL RODO-FERROVIÁRIO NO DISTRITO INDUSTRIAL PARA FACILITAÇÃO DE ESCOAMENTO DE PRODUÇÃO

2020												2021												2022	2023	2024
A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D						
[Barra verde]												[Barra verde]														

PROJETOS ESTRATÉGICOS

TURISMO



POÇOS
de CALDAS
a cidade dos apaixonados

PLANO DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO DE POÇOS DE CALDAS

DESCRIÇÃO/OBJETIVOS: FOMENTAR A DIVULGAÇÃO DA CIDADE EM TODAS AS MÍDIAS

2020												2021												2022	2023	2024
A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D						
■																										

QUALIFICAR A ATRAÇÃO DE TURISTAS

DESCRIÇÃO/OBJETIVOS: BUSCAR ATRAIR TURISTA DA CLASSE A E B

2020												2021												2022	2023	2024
A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D						
■																										

PROJETOS ESTRATÉGICOS

COMÉRCIO

CAPACITAÇÃO EM ATENDIMENTO

DESCRIÇÃO/OBJETIVOS: CAPACITAR O ATENDIMENTO DO COMÉRCIO POÇOS CALDENSE E CRIAR MECANISMOS QUE GARANTAM MELHORIA CONTÍNUA NESSE QUESITO, VISANDO UM ATENDIMENTO EXTRAORDINÁRIO, QUE SURPREENDA OS CLIENTES.

2020												2021												2022	2023	2024
A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	2022	2023	2024			

INCENTIVO PARA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS LOCAIS

DESCRIÇÃO/OBJETIVOS: ESTIMULAR AS PESSOAS A CONHECEREM OS PRODUTOS LOCAIS E AS RESPECTIVAS FÁBRICAS LOCAIS

2020												2021												2022	2023	2024
A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	2022	2023	2024			

PROJETOS ESTRATÉGICOS

COMÉRCIO

PROGRAMAS DE DESCONTOS E OFERTAS (OFF-LINE)

DESCRIÇÃO/OBJETIVOS: CRIAR CAMPANHA QUE ESTIMULE A COMPRA RECORRENTE NO COMÉRCIO LOCAL, BEM COMO ARRECADAR PRODUTOS PARA DOAÇÃO ÀS NECESSIDADES

2020												2021												2022	2023	2024
A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D						

PROGRAMAS DE CASHBACK E CUPOM DE DESCONTO (ONLINE)

DESCRIÇÃO/OBJETIVOS: CRIAR CAMPANHA QUE ESTIMULE A COMPRA RECORRENTE E A FIDELIZAÇÃO NO COMÉRCIO LOCAL.

2020												2021												2022	2023	2024
A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D						

PROJETOS ESTRATÉGICOS

COMÉRCIO



POÇOS
de CALDAS
a cidade dos apaixonados

PADRONIZAÇÃO DAS CALÇADAS

DESCRIÇÃO/OBJETIVOS: PADRONIZAR AS CALÇADAS DA CIDADE, VISANDO MELHORAR A ACESSIBILIDADE E A AMBIÊNCIA.

2020												2021												2022	2023	2024
A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	2022	2023	2024			

PROJETOS ESTRATÉGICOS

AGRONEGÓCIO



POÇOS
de CALDAS
a cidade dos apaixonados

TURISMO DE AVENTURA (BIKE)

DESCRIÇÃO/OBJETIVOS: APROVEITAR A ESTRUTURA DO NOSSO TURISMO PARA FOMENTAR O VIÉS DA AVENTURA

2020												2021												2022	2023	2024
A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	2022	2023	2024			

INCENTIVO PARA COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS RURAIS NA CIDAD

DESCRIÇÃO/OBJETIVOS: FOMENTAR A COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS RURAIS DENTRO DA CIDADE

2020												2021												2022	2023	2024
A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	2022	2023	2024			

PROJETOS ESTRATÉGICOS

AGRONEGÓCIO

DE POÇOS PARA O MUNDO

DESCRIÇÃO/OBJETIVOS: CRIAR CANAIS DE EXPOSIÇÃO DOS PRODUTOS RURAIS DE POÇOS DE CALDAS E CRIAR AÇÕES DENTRO DO PORTAL DO DESENVOLVIMENTO PARA PRODUTOS RURAIS LOCAIS

2020												2021												2022	2023	2024
A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D						

PROJETOS ESTRATÉGICOS

INDÚSTRIA



**POÇOS
de CALDAS**
a cidade dos apaixonados

PLANO DE ATRAÇÃO INDUSTRIAL - "AVANÇA POÇOS"

DESCRIÇÃO/OBJETIVOS: ATUALIZAR E EXPLORAR MELHOR A LEI AVANÇA POÇOS, UTILIZAR MELHOR AS POTENCIALIDADES DE POÇOS NA ATRAÇÃO DE INDÚSTRIAS

2020												2021												2022	2023	2024
A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D						

POÇOS 4.0 - POÇOS TECH – POÇOS TECNOLÓGICA

DESCRIÇÃO/OBJETIVOS: PROMOVER E DESENVOLVER A VOCAÇÃO TECNOLÓGICA DE NOSSA INDÚSTRIA

2020												2021												2022	2023	2024
A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D						



POÇOS
de CALDAS

a cidade dos apaixonados

OBRIGADO
PELA ATENÇÃO!





POÇOS
de CALDAS
a cidade dos apaixonados