



PINDOBAS

DISTRITO TURÍSTICO

EMPRESA DE RECEPTIVO E TRANSPORTE COM FOCO EM EXPERIÊNCIAS

**PLANO DE NEGÓCIOS E ESTUDO DE
VIABILIDADE TÉCNICA E ECONÔMICA**

JULHO/2024



SEBRAE

SUMÁRIO

1. CARATERIZAÇÃO DO NEGÓCIO:	3
1.1 DESCRIÇÃO DA OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS – SEGMENTO:	5
1.2 CONTEXTO DO TURISMO E DO DISTRITO TURÍSTICO DE PINDOBRAS:	6
2. ANÁLISE DE MERCADO:	12
2.1 ESTUDO DA DEMANDA ATUAL E POTENCIAL:	13
2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES:	15
2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES:	17
3. PLANO DE MARKETING:	20
3.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS:	23
3.2 POLÍTICAS DE PREÇOS:	25
3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS E DE COMERCIALIZAÇÃO:	30
4. PLANO OPERACIONAL:	32
4.1 INFRAESTRUTURA NECESSÁRIA:	35
4.2 PROCESSOS OPERACIONAIS:	36
4.3 NECESSIDADE DE PESSOAL:	39
5. PLANO FINANCEIRO:	43
5.1 ESTIMATIVAS DE INVESTIMENTOS FIXOS:	42
5.2 CAPITAL DE GIRO:	43
5.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS:	44
5.4 INVESTIMENTO TOTAL:	45
5.5 ESTIMATIVA DE CUSTOS:	46
5.6 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL:	49
5.7 PROJEÇÃO DE RESULTADOS:	50
6. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA:	53
6.1 ANÁLISE MATRIZ SWOT	53
7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS:	56
7.1 DEFINIÇÃO DE ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS:	57
7.2 DEFINIÇÃO DE METAS E OBJETIVOS	59
7.3 PARCERIAS ESTRATÉGICAS:	62
8. CONCLUSÃO DE VIABILIDADE DA PROPOSTA:	63

1. CARATERIZAÇÃO DO NEGÓCIO

HISTÓRICO:

Consciente da relevância do setor turístico como impulsionador econômico e social, o Projeto do Distrito Turístico de Pindobas/ES emerge como uma proposta estratégica para fomentar o potencial turístico da região. A iniciativa visa não apenas promover o crescimento sustentável, mas também, posicionar Pindobas como um ponto turístico proeminente e irresistível.

Do turismo rural, com suas charmosas propriedades produtoras de café e laticínios, ao turismo de aventura, Venda Nova do Imigrante atrai turistas em busca de experiências autênticas em contato com a natureza e a cultura local.

Sua forte influência italiana se reflete na cultura e na gastronomia típica proporcionando aos visitantes uma imersão genuína na rica herança dos imigrantes italianos que ajudaram a moldar a identidade desta cidade capixaba. O município conta ainda com o importante reconhecimento de Capital Brasileira do Agroturismo.

Venda Nova do Imigrante conta com localização privilegiada na Região das Montanhas Capixabas e oferece potencial para revitalização e desenvolvimento em novas áreas de interesse, como o turismo cultural, gastronômico, ecoturismo e outras modalidades de experiências para visitantes. Às margens da rodovia, estão as propriedades rurais que foram as precursoras da modalidade de Agroturismo, como por exemplo, das famílias Carnielli e Buzatto, empreendimentos lá existentes, como a Fazenda Pindobas e o casarão da família Scabello, expressam oportunidades para o turismo

histórico, cultural e ecológico, oferecendo aos visitantes uma experiência autêntica e diversificada.

Além disso, a região das Montanhas Capixabas, com suas paisagens deslumbrantes e atividades ao ar livre, ampliam ainda mais as possibilidades de desenvolvimento turístico local.

A implementação do Distrito Turístico de Pindobas surge como uma iniciativa estratégica para alavancar o potencial turístico da região, promovendo o desenvolvimento econômico e cultural de forma sustentável. Ao valorizar a história, cultura e natureza local, este projeto visa não apenas atrair visitantes em busca de experiências autênticas, mas enriquecer a vida das comunidades locais e contribuir para o crescimento harmonioso do turismo na região.

SITUAÇÃO ATUAL:

A iniciativa conjunta do Sebrae/ES, por meio do Polo de Turismo de Experiência, da Prefeitura Municipal de Venda Nova do Imigrante e do Montanhas Capixabas Convention & Visitors Bureau, tem a finalidade de implantar o Distrito Turístico de Pindobas, o que se destaca como um marco inovador na busca por um novo modelo de desenvolvimento turístico no entorno.

O projeto visa aumentar o fluxo de turistas, o que contribuirá para o crescimento da economia local, a criação de novas oportunidades de negócios e a valorização dos produtos e serviços regionais.

Para tanto, investimentos privados vão desempenhar papel crucial no desenvolvimento sustentável do Distrito Turístico de Pindobas, contribuindo para a diversificação da oferta turística, como por exemplo: meios de

hospedagem, restaurantes, lojas de artesanato, agroturismo, cervejarias e produtos de experiências voltados à valorização da cultura tropeira e italiana.

O Plano de Negócios e estudo de viabilidade técnica e econômica ora proposto, destina-se à implantação da empresa de Receptivo e Transporte com foco em experiências.

O NEGÓCIO:

A Empresa de Receptivo e Transporte será especializada em receber, transportar e auxiliar turistas com destino ao Distrito Turístico de Pindobas, localizado em Venda Nova do Imigrante/ES. Visa oferecer serviços como traslados, passeios locais, indicações de pontos turísticos, guias turísticos, além de assistência e outros serviços durante a estada no local.

O turismo receptivo é aquele que tem o objetivo de garantir o conforto e a acessibilidade dos turistas que chegam em seu destino. Esse setor engloba serviços que ajudam os turistas em seu deslocamento, na obtenção de passeios e excursões, além de roteiros programados e visitas guiadas.

1.1 DESCRIÇÃO DA OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS – SEGMENTO:

O sucesso de uma empresa de Receptivo e Transporte depende de uma combinação de planejamento estratégico, parcerias fortes, excelência no atendimento ao cliente e adaptação contínua as demandas do mercado.

O diferencial para atender esse segmento é oferecer experiências memoráveis e um serviço de alta qualidade, destacando a riqueza cultural, histórica e natural de cada destino, objetivando a construção de uma marca reconhecida e confiável no setor de turismo.

1.2 CONTEXTO DO TURISMO E DO DISTRITO TURÍSTICO DE PINDOBAS:

Venda Nova do Imigrante é considerada a maior colônia italiana do estado do Espírito Santo, com uma rica história e forte ligação com a Itália, onde dezenas de famílias italianas migraram para o Brasil e se instalaram na pacata Venda Nova, que ganhou a alcunha “do imigrante”.

A cidade reúne atrativos de turismo rural, ecoturismo e turismo de aventura em meio à paisagem das Montanhas Capixabas, onde é conhecida como a Capital Nacional do Agroturismo, é referência em todo o País como o berço do Agroturismo, modalidade de turismo rural que associa a vivência do cotidiano agrícola ao lazer, a visitação e a valorização do meio ambiente.

O título de Capital Nacional do Agroturismo foi conferido ao município, inicialmente, pela Associação Brasileira de Turismo Rural (Abratur), pelo pioneirismo da exploração da atividade, que teve início em 1987. A denominação usada vem do italiano “agriturismo” e foi na Itália que os primeiros empreendedores buscaram informações para a prática.

Em 2023, por meio da Lei Federal nº. 14.636, de 25 de julho de 2023, o título de Capital Nacional do Agroturismo foi oficialmente conferido ao Município de Venda Nova do Imigrante, como forma de reconhecimento da consolidação do município como referência na exploração da atividade no Brasil, com envolvimento de 70 propriedades, com 300 famílias e 1.500 pessoas diretamente atuantes na atividade.

Venda Nova do Imigrante, tem uma forte ligação com a tradição italiana e tropeira, o que retrata o período colonial do país. A região foi um importante ponto de passagem para tropeiros que viajavam entre Minas Gerais e o litoral do Espírito Santo, transportando mercadorias e gado.

O Distrito de Pindobas é uma área dentro do município de Venda Nova do Imigrante, região que se destaca por seus atrativos turísticos, história,

localização, empreendimentos no entorno, rodovia que proporciona acesso a outros destinos como Castelo e Conceição do Castelo, conexão com outras Rotas Turísticas (Rota dos Lagos e Rota Azul), instalações de hospedagem, atividades recreativas e outros serviços voltados aos visitantes e demais atrativos histórico-culturais.

No contexto turístico do Distrito de Pindobas está alguns atrativos a serem explorados pela Empresa de Receptivo e Transporte na região:

- **Eventos culturais e festivais:** a região, muitas vezes, realiza eventos e festivais que celebram a cultura italiana, incluindo apresentações de música regional, feiras, festivais, exposições, danças folclóricas, comidas típicas e exposições de artesanato local.
- **Gastronomia:** A culinária local e tradicional.
- **Artesanato:** os produtos artesanais locais de artesãos da região, produzindo itens como cerâmica, tecidos, esculturas em madeira e couro.
- **Produtos do agroturismo:** produção do Socol, queijos, cachaças, entre outros.
- **Rotas turísticas:** Venda Nova do Imigrante oferece rotas turísticas que seguem os antigos caminhos percorridos pelos tropeiros, permitindo aos turistas explorar a paisagem e os pontos de interesse relacionados à tradição tropeira na região.

Esses são apenas alguns dos atrativos turísticos, incluindo belezas naturais, história fascinante e hospitalidade calorosa. A região é um destino encantador para os amantes da natureza, da cultura, história e da boa gastronomia.

O principal objetivo do Distrito Turístico de Pindobas é concentrar recursos e esforços para oferecer uma experiência turística e fomentar um novo modelo

de desenvolvimento em uma área com grande potencial histórico, cultural e turístico, promovendo o desenvolvimento econômico, geração de emprego e renda, fortalecimento dos pequenos negócios locais e posicionando Venda Nova do Imigrante como um destino turístico de destaque não apenas em nível estadual, mas também nacional.

A preservação dessa herança histórica é importante para manter viva a memória da região e seu papel na formação da identidade local.

1.3 RECOMENDAÇÕES ADMINISTRATIVAS: FORMA JURÍDICA, ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO, LICENÇAS ESPECÍFICAS DA ATIVIDADE:

Para dar início ao processo de abertura da empresa é necessário que se cumpra os seguintes procedimentos:

1. CONSULTA COMERCIAL:

Antes de realizar qualquer procedimento para abertura de uma empresa, o primeiro passo é realizar uma consulta prévia na prefeitura ou administração local. A consulta tem por objetivo verificar se no local escolhido para a abertura da empresa é permitido o funcionamento da atividade que se deseja empreender. Outro aspecto que precisa ser pesquisado é o endereço. Em algumas cidades, o endereço registrado na prefeitura é diferente do endereço que todos conhecem. Neste caso, é necessário o endereço correto, de acordo com o da prefeitura, para registrar o contrato social, sob pena de ter de refazê-lo.

Órgão responsável: Prefeitura Municipal, por meio da Secretaria Municipal de Urbanismo.

2. BUSCA DE NOME E MARCA:

Verificar se existe alguma empresa registrada com o nome pretendido e a marca que será utilizada.

Órgão responsável: Junta Comercial ou Cartório (no caso de Sociedade Simples) e Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI).

3. ARQUIVAMENTO DO CONTRATO SOCIAL/DECLARAÇÃO DE EMPRESA INDIVIDUAL:

Este passo consiste no registro do contrato social. Verifica-se também, os antecedentes dos sócios ou empresários junto à Receita Federal, por meio de pesquisas do CPF.

Para abertura da empresa o requerente deve procurar um escritório de contabilidade e/ou junta comercial em sua cidade onde possa obter informações quanto à documentação necessária para se constituir uma empresa. Na elaboração do ato constitutivo e, também, na escolha das atividades econômicas (CNAEs) para o CNPJ, é importante observar a Lei das Agências de Turismo nº 12.974/2014.

Órgão responsável: Junta Comercial ou Cartório (no caso de Sociedade Simples).

4. SOLICITAÇÃO DO CNPJ:

Órgão responsável: Receita Federal.

5. SOLICITAÇÃO DA INSCRIÇÃO ESTADUAL:

Órgão responsável: Receita Estadual

6. ALVARÁ DE LICENÇA E REGISTRO NA SECRETARIA MUNICIPAL DE FAZENDA

O Alvará de licença é o documento que fornece o consentimento para que a empresa possa desenvolver as atividades no local pretendido.

Órgão responsável: Prefeitura Municipal, por meio da Secretaria Municipal da Fazenda.

7. MATRÍCULA NO INSS

Órgão responsável: Instituto Nacional de Seguridade Social, por meio da Divisão de Matrículas – INSS.

Seguem abaixo as principais legislações relacionadas diretamente ao turismo:

- A. **Lei nº. 12.974/2014** – dispõe sobre as atividades das agências de turismo.
- B. **Lei nº. 11.771/2008** – dispõe sobre a política nacional de turismo, define as atribuições do governo federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o decreto-lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências.
- C. **Lei nº. 8.623/93** – Dispõe sobre a profissão do guia de turismo e dá outras providências.

Cadastur é o sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo. O cadastro garante diversas vantagens e oportunidades de negócios aos seus cadastrados e é também uma importante fonte de consulta para o turista. O programa é executado pelo Ministério do Turismo

em parceria com os órgãos oficiais de turismo nos 26 estados e no Distrito Federal.

O Cadastro é obrigatório para as seguintes atividades (Lei nº 11.771/08 e nº 8.623/93):

- Agências de turismo;
- Meios de hospedagem (albergue, condo-hotel, flat, hotel urbano, hotel de selva, hotel fazenda, hotel histórico, pousada, resort e cama & café);
- Guias de turismo;
- Transportadoras turísticas;
- Acampamentos turísticos;
- Organizadoras de eventos;
- Parques temáticos.

A assessoria jurídica é primordial para a definição do modelo jurídico e comercial a ser definido entre Arrendador e Arrendatário, onde o Arrendador é o proprietário do bem, que cederá seus direitos de uso e o Arrendatário é a parte que utilizará o bem. O Arrendatário fará um pagamento pelo uso do bem de forma periódica para o proprietário e será responsável por suas despesas e manutenção.

O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre forma jurídica, enquadramento tributário e licenças específicas de cada atividade.

2. ANÁLISE DE MERCADO

A análise de mercado é uma definição para obter informações do mercado na atuação de uma empresa, podendo impactar no sucesso ou fracasso do empreendimento.

O Espírito Santo é um dos mais atraentes estados do Brasil. Suas belezas, aliadas às tradições de índios, negros, portugueses, italianos, alemães e outros povos que participaram da construção da história capixaba, compõem um rico mosaico. Nesse cenário, o Estado se destaca por ser extremamente rico em opções turísticas, sejam de lazer, sejam de negócios.

O mercado do lazer e turismo no estado do Espírito Santo, principalmente na região do município de Venda Nova do Imigrante, tem aberto novas oportunidades de negócios, não somente em segmentos tradicionais, mas em novas áreas como serviços de lazer e recreação, gastronomia, atividades de ecoturismo, eventos e outras atividades.

Segundo o especialista, Jorge Arbache, o segmento de lazer e recreação no Brasil é um dos mercados que mais cresce no mundo. Portanto, a expectativa é de que esse mercado continue em fase de grande crescimento.

Segundo o Ministério do Turismo, em dez anos o turismo no Brasil deverá movimentar US\$ 140 bilhões, e deve se apoiar cada vez mais no mercado interno.

As atividades turísticas no Espírito Santo são muito promissoras para 2024. Em 2023, tais atividades apresentaram um crescimento de 1,2%, conforme o Índice de Atividades Turísticas (Iatur) do Governo do Estado do Espírito Santo, com registro de aumento de 2,4% do número de pessoas empregadas nos segmentos turísticos entre o primeiro e o terceiro trimestre do ano. “Esse crescimento é particularmente significativo, considerando os desafios

enfrentados durante a pandemia da Covid-19”, ressaltou o secretário de Estado do Turismo, Philipe Lemos.

Philipe Lemos destaca que, no acumulado dos anos 2022 e 2023, somando os resultados, chegou-se a uma curva crescente de mais de 26% no segmento do turismo no Espírito Santo, onde o setor de alimentação foi o mais representativo, com 54,1% das pessoas ocupadas no terceiro trimestre de 2023, seguido por transporte (31,3%) e atividades culturais e desportivas (5,1%). Já o setor de hospedagem cresceu 12,7% nos três primeiros trimestres de 2023.

2.1 ESTUDO DA DEMANDA ATUAL E POTENCIAL:

Hoje o turismo de experiência não é apenas comprar o produto, mas conhecer o processo de fabricação, vivenciar, conhecer a cultura e experimentar a gastronomia.

Para uma empresa de Receptivo e Transportes, o público-alvo pode variar dependendo do foco e das características dos serviços oferecidos. Aqui estão alguns segmentos de público que podem ser considerados:

1. TURISTAS INTERNACIONAIS:

- **Turistas de Lazer:** viajantes que visitam a região para férias e lazer, interessados em explorar as atrações turísticas locais.
- **Viajantes de Negócios:** profissionais que visitam a região para participar de eventos, feiras, exposições, conferências ou reuniões de negócios, necessitando de hospedagem e transporte eficiente e confiável.
- **Turistas de Luxo:** viajantes que procuram experiências exclusivas e de alto padrão, dispostos a pagar mais por serviços personalizados e de qualidade.

2. TURISTAS NACIONAIS:

- **Famílias:** grupos familiares em busca de atividades e atrações adequadas para todas as idades, incluindo hospedagem, passeios, e transporte seguro e confortável.
- **Casais:** casais em lua de mel, escapadas românticas ou viagens de aniversário, buscando experiências memoráveis e momentos especiais.
- **Amigos e Grupos:** grupos de amigos que viajam juntos para explorar novos destinos e compartilhar experiências únicas.

3. VIAJANTES CORPORATIVOS:

- **Empresas:** empresas que organizam viagens de negócios para seus funcionários, incluindo hospedagem e transporte para reuniões, eventos e atividades corporativas.
- **Executivos:** executivos e profissionais que viajam a trabalho, necessitando de transporte eficiente e discreto para se deslocarem pela cidade.

4. TURISMO ESPECIALIZADO:

- **Turismo de Aventura:** aventureiros em busca de atividades ao ar livre, como trilhas, escaladas e passeios de aventura.
- **Turismo Gastronômico:** entusiastas da culinária que desejam explorar a gastronomia local, incluindo visitas a restaurantes, mercados, vinícolas e demais atrações gourmet.
- **Turismo Cultural:** viajantes interessados em explorar a história, arte e cultura da região, incluindo visitas a museus, locais históricos e eventos culturais.

5. GRUPOS ESPECÍFICOS:

- **Idosos:** idosos em busca de experiências de viagem adaptadas às suas necessidades, incluindo transporte e hospedagem com acessibilidade, e atividades de lazer adequadas.
- **Pessoas com Mobilidade Reduzida:** viajantes com deficiência física que necessitam de assistência e transporte adaptado para explorar a região com segurança e conforto.

6. TURISMO SUSTENTÁVEL:

- **Viajantes Conscientes:** turistas preocupados com a sustentabilidade e o impacto ambiental do turismo, buscando empresas que adotem práticas ambientalmente responsáveis.

Ao definir o público-alvo da empresa de Receptivo e Transportes, é importante considerar as necessidades, preferências e características específicas de cada segmento, adaptando os serviços oferecidos para atender às expectativas dos clientes e maximizar o potencial de negócios.

2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES:

Ao entender os concorrentes e suas estratégias, a empresa de Receptivo e Transportes pode desenvolver ações e estratégias de marketing mais eficazes para se destacar no mercado e atrair clientes.

Aqui estão alguns tipos de concorrentes que são encontrados neste setor:

1. EMPRESAS DE RECEPTIVO LOCAIS:

- **Agências de Turismo Locais:** empresas que oferecem serviços de receptivo, incluindo transporte e atividades turísticas, focadas em atender às necessidades dos turistas na região específica.

- **Operadoras de Turismo Especializadas:** empresas especializadas em certos tipos de turismo, como ecoturismo, turismo de aventura, turismo cultural, entre outros.

2. AGÊNCIAS DE VIAGENS:

- **Agências de Viagens Tradicionais:** agências que oferecem pacotes de viagens completos, incluindo transporte, acomodação e atividades, podendo também oferecer serviços de receptivo em destinos específicos.
- **Agências Online (OTA):** plataformas on-line que facilitam a reserva de viagens, incluindo passagens, hospedagem, e atividades, competindo no mercado com suas próprias ofertas de transporte e receptivo.

3. SERVIÇOS DE TRANSPORTE:

- **Empresas de Táxi e Transporte por Aplicativo:** fornecedores de serviços de transporte individual, que concorrem diretamente com os serviços de transfer oferecidos pela empresa de receptivo.
- **Empresas de Aluguel de Carros:** empresas que oferecem aluguel de carros para turistas que preferem explorar a região por conta própria, concorrendo indiretamente com os serviços de transporte oferecidos pela empresa de receptivo.

4. OUTROS CONCORRENTES INDIRETOS:

- **Transporte Público:** embora não sejam concorrentes diretos, os serviços de transporte público podem ser uma opção alternativa para os turistas, especialmente em destinos urbanos.

- **Outros Serviços de Receptivo:** guia turístico freelance, pequenas empresas de transporte de turismo, ou até mesmo hotéis que oferecem serviços de transporte para seus hóspedes.

5. GRANDES REDES DE TURISMO E TRANSPORTE:

- **Grandes Empresas de Turismo e Transporte:** empresas globais que oferecem uma ampla gama de serviços turísticos e de transporte, podendo competir indiretamente com a empresa de receptivo em determinados destinos ou segmentos de mercado, porém com pouca concorrência no local a ser explorado, Venda Nova do Imigrante/ES.

2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES:

Os fornecedores desempenham um papel fundamental no fornecimento de serviços, equipamentos e recursos necessários para operar de maneira eficiente e satisfazer as necessidades dos clientes. Aqui estão alguns tipos de fornecedores:

1. FORNECEDORES DE VEÍCULOS:

- **Concessionárias de Veículos:** para a compra ou leasing de veículos, incluindo vans, ônibus, carros de luxo e veículos adaptados para pessoas com mobilidade reduzida.
- **Empresas de Aluguel de Veículos:** para aluguel temporário de veículos adicionais durante períodos de alta demanda ou para atender necessidades específicas dos clientes.

2. FORNECEDORES DE COMBUSTÍVEL E MANUTENÇÃO:

- **Postos de Combustível:** para abastecimento regular dos veículos da frota.

- **Oficinas Mecânicas:** para manutenção preventiva e reparos dos veículos, garantindo que estejam sempre em boas condições de funcionamento.
- **Fornecedores de Peças e Acessórios Automotivos:** para reposição de peças e acessórios conforme necessário.

3. FORNECEDORES DE TECNOLOGIA E SOFTWARE:

- **Fornecedores de Sistemas de Reservas e Gestão de Frota:** para a implementação de sistemas de reservas on-line, gestão de clientes, controle de frota, e monitoramento de desempenho.
- **Desenvolvedores de Aplicativos Móveis:** para a criação de aplicativos móveis que facilitem a comunicação com os clientes, reservas de serviços e acesso a informações sobre os roteiros e atividades oferecidas.

4. FORNECEDORES DE EQUIPAMENTOS E ACESSÓRIOS:

- **Fornecedores de Equipamentos de Segurança:** para a compra de equipamentos de segurança, como cintos de segurança, extintores de incêndio, kits de primeiros socorros, entre outros.
- **Fornecedores de Equipamentos de Comunicação:** para a aquisição de rádios bidirecionais, telefones celulares ou sistemas de comunicação via satélite para manter contato com motoristas e guias turísticos.

5. FORNECEDORES DE MATERIAIS PROMOCIONAIS:

- **Gráficas e Impressoras:** para a produção de materiais promocionais, como folhetos, brochuras, cartões de visita e banners.

- **Fornecedores de Brindes Promocionais:** para a compra de brindes personalizados, como chaveiros, canetas e bonés, que podem ser oferecidos aos clientes como parte de promoções ou pacotes especiais.

6. FORNECEDORES DE SERVIÇOS TURÍSTICOS:

- **Fornecedores de Alimentos e Bebidas:** para o fornecimento de lanches, água, refrigerantes e outros itens alimentícios que podem ser oferecidos aos clientes durante os passeios e atividades.
- **Restaurantes, cafeterias e mercados locais:** opções gastronômicas que reflitam a culinária local.
- **Hotéis e Pousadas:** estabelecer parcerias com fornecedores de serviços turísticos que incluam hospedagem confortável e autêntica.

7. FORNECEDORES DE SERVIÇOS DE APOIO:

- **Fornecedores de Limpeza e Manutenção de Instalações:** para a limpeza e manutenção das instalações da empresa, como escritórios, garagens e áreas de espera.
- **Serviços de Segurança:** para a contratação de serviços de segurança, quando necessário, para garantir a segurança dos veículos, instalações e funcionários da empresa.
- **Serviço de Seguro:** seguro projetado especificamente para proteger agências de turismo e viagens contra reclamações e ações judiciais resultantes de erros profissionais, omissões, negligência ou má conduta na prestação de serviços de viagens.

Ao escolher fornecedores, é importante considerar a qualidade dos produtos e serviços oferecidos, os preços competitivos, os prazos de entrega, a confiabilidade e a compatibilidade com os valores e objetivos da empresa.

Manter relacionamentos sólidos com os fornecedores pode contribuir significativamente para o sucesso e a eficiência operacional do negócio.

3. PLANO DE MARKETING

Desenvolver um plano de marketing sólido é essencial para que uma empresa de Receptivo e Transportes alcance seu público-alvo, diferenciando da concorrência e impulsionando o crescimento do negócio.

Segue um plano de marketing abrangente:

1. ANÁLISE DO MERCADO:

- Realizar uma análise detalhada do mercado, incluindo tendências, demanda atual e potencial, concorrência e perfil do público-alvo.
- Identificar oportunidades de mercado, lacunas na oferta e pontos fortes e fracos da concorrência.

2. DEFINIÇÃO DE PÚBLICO-ALVO:

- Definir e segmentar seu público-alvo com base em características demográficas, comportamentais e geográficas.
- Desenvolver personas detalhadas para entender as necessidades, desejos e comportamentos de diferentes segmentos de clientes.

3. POSICIONAMENTO DA MARCA:

- Definir uma proposta de valor única e diferenciada que destaque os benefícios e valores da sua empresa.
- Posicionar sua marca de forma atraente e relevante para o seu público-alvo, destacando seus pontos fortes e diferenciais competitivos.

4. ESTRATÉGIAS DE MARKETING:

- **Marketing de Conteúdo:** criar e compartilhar conteúdo relevante e informativo sobre destinos, atividades e experiências de viagem em seu blog, redes sociais e outros canais.
- **SEO (Otimização para Mecanismos de Busca):** otimizar o site e conteúdo para aumentar a visibilidade nos mecanismos de busca e atrair mais tráfego orgânico.
- **Redes Sociais:** estar presente e ativo nas principais plataformas de redes sociais, compartilhando conteúdo, interagindo com seguidores e promovendo seus serviços.
- **E-mail Marketing:** enviar newsletters regulares com ofertas, novidades e conteúdo relevante para sua base de clientes e leads.
- **Parcerias Estratégicas:** estabelecer parcerias com hotéis, agências de viagem, empresas locais e influenciadores para aumentar a visibilidade e alcançar novos públicos.
- **Publicidade Online:** investir em anúncios pagos em mecanismos de busca, redes sociais e outros sites relevantes para aumentar o alcance e direcionar o tráfego qualificado para seu site.
- **Eventos e Patrocínios:** participar de feiras de turismo, eventos locais e patrocínios para aumentar a exposição da sua marca e criar conexões com clientes em potencial.

5. MONITORAMENTO E ANÁLISE:

- Estabelecer métricas de desempenho e objetivos claros para avaliar o sucesso das suas iniciativas de marketing.
- Utilizar ferramentas de análise para rastrear o tráfego do site, engajamento nas redes sociais, taxas de conversão e outras métricas-chave.

- Analisar regularmente os dados e ajustar sua estratégia com base nos insights obtidos para otimizar o desempenho e alcançar melhores resultados.

6. EXPERIÊNCIA DO CLIENTE:

- Priorizar a excelência no atendimento ao cliente em todas as interações, desde o primeiro contato até o pós-venda.
- Solicitar feedback dos clientes e utilizar para melhorar continuamente seus serviços e a experiência do cliente.
- Incentivar avaliações positivas e depoimentos de clientes satisfeitos para aumentar a credibilidade e atrair novos clientes.

7. ORÇAMENTO E CRONOGRAMA:

- Alocar recursos financeiros e humanos de forma eficaz para suas iniciativas de marketing, priorizando aquelas que oferecem o melhor retorno sobre o investimento.
- Desenvolver um cronograma claro e realista para a implementação das atividades de marketing, levando em consideração prazos, recursos e objetivos de negócios.

8. ADAPTABILIDADE E INOVAÇÃO:

- Estar preparado para se adaptar às mudanças no mercado, nas tendências de consumo e no comportamento do cliente, ajustando sua estratégia de marketing conforme necessário.
- Buscar constantemente oportunidades de inovação e diferenciação para se destacar da concorrência e manter a relevância no mercado.

3.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS:

Os produtos e serviços oferecidos desempenham um papel fundamental em atender às necessidades dos turistas e proporcionar experiências de viagem excepcionais. Aqui está uma descrição dos principais produtos e serviços a serem oferecidos:

1. SERVIÇOS DE RECEPTIVO:

- **Recepção no Aeroporto:** recebimento dos clientes no aeroporto com uma equipe acolhedora e profissional, proporcionando uma primeira impressão positiva da viagem.
- **Transfers para Hotéis e Aeroportos:** transporte confortável e seguro do aeroporto para o hotel e vice-versa, garantindo uma chegada e partida tranquila para os clientes.
- **Assistência 24/7:** suporte contínuo e assistência aos clientes durante toda a sua estadia, incluindo informações sobre destinos, reservas de passeios e atividades, e assistência em caso de emergência.

2. ROTEIROS E PACOTES DE VIAGEM:

- **Roteiros Personalizados:** criação de roteiros sob medida que atendam aos interesses, preferências e orçamento dos clientes, destacando as principais atrações e experiências de cada destino.
- **Pacotes de Viagem Temáticos:** oferta de pacotes de viagem temáticos, como turismo cultural, turismo de aventura, turismo gastronômico, entre outros, adaptados às preferências dos clientes.
- **Passeios e Excursões:** organização de passeios e excursões guiadas para explorar os pontos turísticos, atrações naturais e culturais locais, com guias experientes e qualificados.

3. TRANSPORTE:

- **Transporte Local:** transporte de ida e volta para atrações locais, restaurantes, eventos e atividades, proporcionando conveniência e conforto aos clientes durante sua estadia.
- **Transporte Privativo:** oferta de transporte privativo, incluindo vans, ônibus, carros de luxo e veículos adaptados para grupos de diferentes tamanhos e necessidades específicas.
- **Transporte para Eventos Especiais:** fornecimento de transporte para eventos especiais, como casamentos, festas corporativas, conferências e celebrações, garantindo mobilidade e segurança aos participantes.

4. SERVIÇOS ADICIONAIS:

- **Assistência com Reservas:** ajuda na reserva de hospedagem, restaurantes, ingressos para atrações e eventos, facilitando a organização da viagem para os clientes.
- **Serviços de Guia Turístico:** disponibilidade de guias turísticos especializados e experientes que enriquecem a experiência dos clientes com informações locais e histórias interessantes.
- **Atendimento Multilíngue:** oferta de serviços de atendimento ao cliente em vários idiomas, garantindo uma comunicação eficaz e uma experiência confortável para clientes internacionais.

5. ATIVIDADES E EXPERIÊNCIAS EXCLUSIVAS:

- **Passeios Exclusivos:** organização de passeios exclusivos e experiências autênticas que não estão disponíveis para o público em geral, oferecendo aos clientes uma visão única do destino.
- **Atividades de Aventura:** oferta de atividades de aventura emocionantes, como trilhas, passeios de bicicleta, atividades

ecoturísticas e muito mais, para clientes que buscam uma experiência mais ativa e desafiadora.

- **Experiências Gastronômicas:** possibilidade de participar de experiências gastronômicas locais, como degustações de vinhos, vivências da cultura italiana, tours gastronômicos, aulas de culinária e jantares em restaurantes exclusivos.

A chave para o sucesso é adaptar esses produtos e serviços às necessidades e preferências dos clientes, proporcionando experiências de viagem memoráveis e personalizadas.

3.2 POLÍTICAS DE PREÇOS:

Definir políticas de preços eficazes é essencial para uma empresa de Receptivo e Transportes maximizar a receita, atrair clientes e garantir a rentabilidade do negócio, algumas estratégias de preços a serem consideradas:

1. PRECIFICAÇÃO BASEADA EM CUSTOS:

- **Markup:** margem de lucro fixa ao custo de fornecimento dos serviços para determinar o preço de venda.
- **Precificação por Hora/Quilômetro:** taxa fixa por hora ou por quilômetro para os serviços de transporte, levando em consideração os custos operacionais e as despesas adicionais.

Para calcular o custo por quilômetro (km) de um projeto ou operação, precisará considerar diversos custos, que podem incluir:

- ✓ Custos Fixos: Despesas que não variam com a distância percorrida, como:
 - Depreciação do veículo

- Seguro
- Licenciamento e impostos
- Salários de funcionários fixos

✓ Custos Variáveis: Despesas que variam diretamente com a distância percorrida, como:

- Combustível
- Manutenção e reparos
- Pneus
- Pedágios
- Despesas com motoristas (se pagos por quilômetro)

Aqui está uma fórmula simplificada para calcular o custo por km:

$$\text{Custo por km} = \frac{\text{Custos Fixos} + \text{Custos Variáveis}}{\text{Distância Percorrida}}$$

Exemplo de Cálculo:

Vamos supor os seguintes dados:

✓ Custos Fixos Anuais:

- Depreciação do veículo: R\$ 50.000
- Seguro: R\$ 2.000
- Licenciamento e impostos: R\$ 1.000
- Salários fixos: R\$ 36.000

✓ Custos Variáveis por km:

- Combustível: R\$ 0,59/km (R\$5,90 / 10 litros/km)
- Manutenção e reparos: R\$ 0,10/km
- Pneus: R\$ 0,05/km
- Pedágios: R\$ 0,02/km

✓ Distância Percorrida Anual: 50.000 km

CÁLCULO DOS CUSTOS FIXOS POR KM:

Primeiro, calculamos os custos fixos totais:

- {Custos Fixos Totais} = 50.000 + 2.000 + 1.000 + 36.000 = R\$ 89.000

Depois, dividimos pelos quilômetros percorridos:

- {Custos Fixos por km} = {89.000} / {50.000} = R\$ 1,78/km

CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS POR KM:

Somamos os custos variáveis por km:

- {Custos Variáveis por km} = 0,59 + 0,10 + 0,05 + 0,02 = R\$ 0,76/km

CÁLCULO DO CUSTO TOTAL POR KM:

Finalmente, somamos os custos fixos por km e os custos variáveis por km:

$$\{\text{Custo Total por km}\} = 1,78 + 0,76 = \text{R\$}2,54 \text{ por km.}$$

Portanto, o custo por km seria R\$2,54.

Esses valores são apenas um exemplo e devem variar dependendo do modelo do veículo, da região e das circunstâncias individuais. Sobre tudo, monitorar e calcular o custo do km rodado ajuda a tomar decisões financeiras mais informadas e a gerenciar eficazmente os gastos relacionados ao uso do veículo.

2. PRECIFICAÇÃO BASEADA NA DEMANDA:

- **Precificação Dinâmica:** preços com base na demanda e na disponibilidade, aumentando os preços durante períodos de alta demanda e reduzindo-os durante períodos de baixa demanda.
- **Ofertas Especiais:** descontos e promoções durante períodos de baixa demanda ou para clientes que reservarem com antecedência.

3. PRECIFICAÇÃO BASEADA NA SEGMENTAÇÃO DE CLIENTES:

- **Preços Diferenciados por Segmento:** preços diferenciados para diferentes segmentos de clientes, como turistas individuais, grupos, famílias ou clientes corporativos.
- **Pacotes Personalizados:** pacotes personalizados com diferentes níveis de serviços e preços para atender às necessidades específicas de cada segmento de cliente.

4. PRECIFICAÇÃO BASEADA NA COMPETIÇÃO:

- **Precificação Competitiva:** preços competitivos em comparação com os concorrentes diretos, levando em consideração a qualidade dos serviços e os diferenciais oferecidos.
- **Análise de Valor:** valor agregado dos serviços oferecidos para justificar preços mais altos em relação à concorrência.

5. POLÍTICAS DE PREÇOS ESPECIAIS:

- **Preços para Grupos:** descontos especiais para grupos grandes, incentivando reservas em grupo e aumentando a taxa de ocupação dos veículos.
- **Preços para Clientes Fidelizados:** programas de fidelidade com descontos exclusivos e benefícios para clientes que retornam regularmente.

6. TRANSPARÊNCIA NOS PREÇOS:

- **Divulgação Clara dos Preços:** informações claras e transparentes sobre os preços dos serviços em seu site, materiais de marketing e comunicações com os clientes.

- **Evite Custos Ocultos:** é desagradável para os clientes custos adicionais, como taxas de reserva, impostos e tarifas, no preço cotado inicialmente.

7. ACOMPANHAMENTO E ANÁLISE:

- **Monitoramento de Desempenho:** desempenho das estratégias de preços, analisando regularmente as vendas, a margem de lucro e a satisfação do cliente.
- **Ajustes Oportunos:** ajustar os preços conforme necessário com base nos resultados da análise e nas mudanças no mercado e nas condições econômicas.

8. CÁLCULO DE PREÇOS POR SERVIÇO:

Baseou-se nos custos operacionais e no tempo estimado para cada serviço para calcular os preços, com uma margem de lucro desejado de 50%. Por exemplo:

- **TRANSPORTE = Vitória x Pindobas:**

- Tempo Médio por Viagem (ida e volta): 5 horas
- Distância Ida e Volta: 220 km
- Custo por km R\$2,54 (conforme descritivo anterior (1. PRECIFICAÇÃO BASEADA EM CUSTOS)
- Custo Total por Viagem: $220\text{km} \times 2,54 = \text{R\$ } 558,80$
- Markup desejado: 4
- Preço a ser Cobrado: $\text{R\$ } 558,80 \times 4 = \text{R\$ } 2.235,20$
- Taxa de agenciamento 20%: R\$560,00
- Lucro Líquido: $\text{R\$ } 2.235,20 - \text{R\$ } 558,80 - \text{R\$ } 560,00 = \text{R\$ } 1.116,40$

- **TOURS E PASSEIOS:**

- Custo Total de Operação para Passeio de Meio Dia (4 horas): R\$ 1.000,00

- Markup desejado: 2
- Preço a ser Cobrado: $R\$ 1.000,00 \times 2 = R\$ 2.000,00$
- Agenciamento 20%: R\$400,00

- **PLANO DE VENDA DE HOSPEDAGEM:**

Tipos de acomodações / quantidade de diárias: 1 dia

- Percentual das plataformas de reservas online: 10%
- Impostos: 8%
- Demais Custos Variáveis: 10%
- Custos Fixos: 25%
- Lucro Desejada: 17%
- Markup desejado: 3,33
- Preço a ser Cobrado: $R\$ 200,00 \times 3,33 = R\$ 666,00$

Ao implementar políticas de preços eficazes, a empresa de Receptivo e Transportes pode otimizar sua receita, atrair uma base de clientes diversificada e manter uma posição competitiva no mercado. É importante encontrar o equilíbrio certo entre maximizar a lucratividade e garantir que os preços sejam percebidos como justos e razoáveis pelos clientes.

3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS E DE COMERCIALIZAÇÃO:

As estratégias promocionais e de comercialização desempenham um papel fundamental em atrair clientes, aumentar a visibilidade da marca e impulsionar as vendas. A seguir, estão algumas estratégias:

1. **Descontos e Promoções:** descontos especiais e promoções sazonais para incentivar reservas antecipadas, aumentar a taxa de ocupação dos veículos e atrair clientes durante períodos de baixa demanda.

2. **Pacotes de Viagem:** pacotes promocionais que combinem serviços de transporte com outras atividades, como passeios turísticos, ingressos para atrações e hospedagem, oferecendo valor agregado aos clientes.
3. **Códigos de Desconto:** códigos de desconto exclusivos por meio de campanhas de e-mail marketing, redes sociais ou parceiros de negócios para incentivar reservas e fidelizar clientes.
4. **Programas de Fidelidade:** programa de fidelidade que recompense clientes frequentes com descontos, upgrades de serviço ou benefícios exclusivos, incentivando a repetição de negócios.
5. **Parcerias Estratégicas:** parcerias com hotéis, agências de viagem, empresas locais e influenciadores para promover seus serviços e alcançar novos públicos por meio de colaborações promocionais.
6. **Marketing de Conteúdo:** criação e compartilhamento de conteúdo relevante e informativo sobre destinos, atividades e experiências de viagem em seu blog, site e redes sociais para atrair e engajar potenciais clientes.
7. **SEO (Otimização para Mecanismos de Busca):** otimização do site e conteúdo para aumentar a visibilidade nos mecanismos de busca e atrair tráfego qualificado por meio de palavras-chave relevantes.
8. **Redes Sociais:** estar presente e ativo nas principais plataformas de redes sociais, compartilhando conteúdo interessante, interagindo com seguidores e promovendo ofertas especiais.
9. **E-mail Marketing:** Enviar newsletters regulares com atualizações, ofertas e conteúdo exclusivo para sua base de clientes e leads, mantendo-os informados e engajados com sua marca.
10. **Publicidade Online:** investir em anúncios pagos em mecanismos de busca, redes sociais e outros sites relevantes para aumentar a

visibilidade da sua marca e direcionar tráfego qualificado para seu site.

11. Eventos e Feiras de Turismo: participar de eventos locais, feiras de turismo e workshops para promover seus serviços, estabelecer conexões com clientes em potencial e fortalecer relacionamentos com parceiros de negócios.

12. Avaliações e Depoimentos: incentivar clientes satisfeitos a deixar avaliações positivas e depoimentos sobre suas experiências com seus serviços, aumentando a credibilidade e confiança na sua marca.

13. Marketing Boca a Boca: oferecer um excelente serviço ao cliente para criar defensores da marca que recomendem seus serviços para amigos, familiares e colegas de trabalho.

4. PLANO OPERACIONAL

Um plano operacional detalhado é essencial para operar de forma eficiente e atender às necessidades dos clientes, a estrutura para o plano operacional é composto de:

1. OPERAÇÕES DIÁRIAS:

- **Agendamento e Reservas:** sistema eficiente para lidar com reservas e agendamentos de clientes, seja por telefone, e-mail ou através de um sistema online.
- **Atendimento ao Cliente:** uma equipe dedicada para lidar com consultas, perguntas e solicitações de clientes de forma rápida e profissional.

- **Despacho e Coordenação:** responsáveis pela coordenação dos serviços de transporte, garantindo que motoristas e veículos estejam prontos e disponíveis conforme necessário.

2. GESTÃO DA FROTA:

- **Manutenção Preventiva:** calendário de manutenção preventiva para todos os veículos da frota, garantindo que estejam em boas condições de funcionamento.
- **Abastecimento de Combustível:** procedimentos para monitorar os níveis de combustível e garantir que os veículos sejam abastecidos regularmente.
- **Rastreamento de Veículos:** sistemas de rastreamento GPS para monitorar a localização e o desempenho dos veículos em tempo real.

3. RECURSOS HUMANOS:

- **Contratação e Treinamento:** motoristas e funcionários de apoio qualificados e experientes, fornecendo treinamento adequado sobre os padrões de serviço e segurança.
- **Escalas de Trabalho:** escalas de trabalho claras para garantir que haja cobertura adequada durante todos os horários de operação.
- **Gestão de Desempenho:** processos para avaliar o desempenho dos funcionários regularmente e fornecer feedback construtivo.

4. GESTÃO DE RISCOS E SEGURANÇA:

- **Segurança dos Passageiros:** medidas para garantir a segurança dos passageiros durante o transporte, incluindo o cumprimento de regulamentações de segurança e a manutenção de veículos em boas condições.

- **Seguro Adequado:** veículos e operações devidamente segurados para proteger contra riscos operacionais e responsabilidades legais.
- **Gerenciamento de Crises:** planos de contingência para lidar com situações de emergência, como acidentes de trânsito ou interrupções nos serviços.

5. TECNOLOGIA E SISTEMAS:

- **Sistema de Reservas e Gestão de Clientes:** sistema de reservas e gestão de clientes eficientes para acompanhar reservas, informações dos clientes e histórico de viagens.
- **Comunicação Interna:** canais de comunicação eficazes para garantir uma comunicação fluida entre a equipe de operações, motoristas e outros funcionários.

6. MELHORIA CONTÍNUA:

- **Feedback do Cliente:** feedback dos clientes regularmente para identificar áreas de melhoria e oportunidades de inovação nos serviços oferecidos.
- **Avaliação de Desempenho:** avaliações periódicas do desempenho operacional para identificar pontos fortes e áreas de oportunidade para otimização.
- **Atualização de Processos:** ajustar e melhorar continuamente os processos operacionais com base nas lições aprendidas e nas mudanças no ambiente de negócios.

4.1 INFRAESTRUTURA NECESSÁRIA:

A área mínima necessária para uma Empresa/Agência é de aproximadamente de 30m² a 80m².

É necessário, inicialmente, para o atendimento, duas pessoas. A agência pode funcionar numa sala comercial com banheiro. Basicamente precisará de um único ambiente onde receberá seus clientes e efetuará as vendas ali mesmo. Ter uma pequena copa para servir café e água aos clientes pode ser um diferencial.

Uma infraestrutura sólida é fundamental para oferecer serviços de alta qualidade e construir uma reputação positiva no mercado. Os aspectos essenciais da infraestrutura para garantir o sucesso a longo prazo para o negócio de Receptivo e Transportes são:

1. ESCRITÓRIO/ADMINISTRAÇÃO:

- **Escritório Central:** espaço físico para a equipe administrativa gerenciar reservas, atendimento ao cliente, contabilidade e outras atividades administrativas.
- **Tecnologia de Escritório:** computadores, telefones, impressoras e software de gestão de reservas e contabilidade.

2. TECNOLOGIA E COMUNICAÇÃO:

- **Sistema de Reservas Online:** plataforma online para reservas de clientes e gestão de itinerários.
- **Sistema de Comunicação:** rádios bidirecionais ou sistemas de comunicação via celular para coordenação entre motoristas e equipe de operações.
- **Rastreamento de Veículos:** sistemas GPS para rastrear a localização e o desempenho dos veículos em tempo real.

3. INSTALAÇÕES DE APOIO:

- **Depósito de Veículos:** espaço seguro para armazenar os veículos quando não estiverem em uso.
- **Área de Espera para Clientes:** se aplicável, uma área de espera confortável para os clientes aguardarem o transporte.

4.2 PROCESSOS OPERACIONAIS:

Os processos operacionais são as atividades e procedimentos que uma empresa segue para realizar suas operações diárias de maneira eficiente e eficaz. Para uma empresa de Receptivo e Transportes, os processos operacionais desempenham um papel crucial em garantir que os serviços sejam entregues de forma consistente e satisfatória para os clientes. Aqui estão alguns dos principais processos operacionais que uma empresa desse tipo deve adotar:

1. ATENDIMENTO AO CLIENTE:

- Receber e responder consultas, perguntas e solicitações dos clientes de forma rápida e profissional.
- Fornecer informações detalhadas sobre serviços, itinerários, tarifas e políticas da empresa.
- Resolver quaisquer problemas ou preocupações dos clientes de forma rápida e eficaz para garantir a satisfação do cliente.

2. RESERVAS E AGENDAMENTO:

- Recebimento de solicitações de reserva por telefone, e-mail, site ou outros canais de comunicação.
- Registro de detalhes do cliente, incluindo nome, número de passageiros, datas e horários desejados.

- Confirmação da disponibilidade dos serviços solicitados e geração de confirmações de reserva para os clientes.

3. COORDENAÇÃO E DESPACHO:

- Alocar veículos e motoristas com base nas reservas confirmadas e nos itinerários planejados.
- Comunicar informações detalhadas sobre rotas, horários e clientes aos motoristas.
- Monitorar a localização dos veículos e o progresso das viagens em tempo real para garantir que os serviços sejam entregues pontualmente.

4. MANUTENÇÃO DE VEÍCULOS:

- Programar e realizar manutenção preventiva regular em todos os veículos da frota.
- Monitorar e registrar as necessidades de manutenção e reparos conforme identificados durante as inspeções regulares.
- Coordenar reparos e serviços de manutenção com fornecedores externos quando necessário.

5. SEGURANÇA E CONFORMIDADE:

- Garantir que todos os veículos estejam em conformidade com os regulamentos de segurança e transporte locais.
- Implementar políticas e procedimentos de segurança para garantir a segurança dos passageiros e motoristas durante as viagens.
- Manter registros precisos de inspeções de segurança, manutenção e incidentes para fins de conformidade e relatórios.

6. GESTÃO DE PESSOAL:

- Contratar, treinar e supervisionar motoristas e equipe de operações para garantir que estejam bem preparados para desempenhar suas funções.
- Estabelecer escalas de trabalho claras e sistemas de comunicação para facilitar uma operação suave e eficiente.
- Realizar avaliações de desempenho regulares e fornecer feedback construtivo para melhorar o desempenho da equipe.

7. CONTABILIDADE E FATURAMENTO:

- Manter registros precisos de todas as transações financeiras, incluindo reservas, pagamentos e despesas.
- Emitir faturas precisas e oportunas para clientes corporativos e outros parceiros de negócios.
- Monitorar e reconciliar pagamentos recebidos e garantir que todas as contas sejam pagas dentro dos prazos estabelecidos.

8. MELHORIA CONTÍNUA:

- Coletar feedback dos clientes e da equipe para identificar áreas de melhoria e oportunidades de inovação.
- Realizar análises regulares de desempenho para avaliar a eficácia dos processos operacionais e implementar melhorias, conforme necessário.
- Ficar atualizado com as melhores práticas do turismo e as tendências do mercado para permanecer competitivo e oferecer serviços de alta qualidade.

4.3 NECESSIDADE DE PESSOAL:

A necessidade de pessoal para uma empresa de Receptivo e Transportes varia conforme o tamanho da operação, a diversidade dos serviços oferecidos e a demanda dos clientes. Neste estudo foi considerado 1 funcionário (agente de viagem). As demais obrigações serão executadas pelo empreendedor, conforme custo fixo e custo de mão de obra, item 5.5 – Estimativa de Custos.

A organização de cargos e funções deve se orientar de acordo com as dimensões de suas instalações, de seus recursos humanos e de seus recursos materiais. O empreendedor que está iniciando o negócio deve estar atento para não exceder os custos. A folha de pagamento é uma das grandes responsáveis por elevar os custos das empresas. Para amenizar os custos iniciais, convém optar pela contratação de uma equipe eficiente.

Dessa forma, podem-se definir, de acordo com a estrutura da empresa, os cargos e funções necessárias para cumprir os processos de trabalho. Cada posto de trabalho deve ser analisado e ter uma razão para existir.

No início das atividades é necessário um funcionário com a função de agente de viagens e um responsável pela gestão do negócio, que pode ser o proprietário.

O perfil do profissional de turismo – agente de receptivo/viagens e transporte são:

- Profissional com formação e cultura suficientes para apresentar aos seus clientes opções de destinos e atrações do mundo com precisão e segurança.
- Importante nesta profissão o conhecimento detalhado de mapas, localização de cidades e capitais e climas. Ser bem informado sobre

conhecimentos gerais e política em todo o mundo pode ser um bom diferencial.

- Ter sensibilidade para identificar o perfil de seu cliente: padrão financeiro, preferências e costumes que vão influenciar no sucesso de sua viagem.
- Ter conhecimento de aspectos culturais de cada região e país.
- Ter experiência em planejamento e organização de viagens no seu detalhamento, diferenciando o seu atendimento, fazendo mais que simplesmente reservar hotéis, passagens e passeios.

Para atuar na profissão, não há exigências formais requeridas como uma escolaridade mínima. Porém, é desejável que o candidato tenha, ao menos, o ensino médio completo, noções de informática e curso técnico profissionalizante de agente de viagens. É importante que o profissional tenha interesse por diferentes culturas e gosto por conhecer novos lugares. Existem ainda algumas características importantes que o profissional deve apresentar:

- Atitude positiva e confiante no relacionamento com os clientes;
- Habilidade de comunicar-se de forma eficaz;
- Capacidade de solucionar problemas e imprevistos;
- Capacidade de tomar decisões sem necessidade de supervisão;
- Conhecimento dos produtos comercializados;
- Habilidades de venda e comercialização;
- Capacidade de identificar novas tendências turísticas;
- Utilização de ferramentas de tecnologia e sistemas;
- Capacidade administrativa e de controle;
- Experiência em técnica de agenciamento;
- Domínio de línguas estrangeiras.

Para as funções administrativas da agência o profissional deve ter as seguintes habilidades e características:

- Acompanhar o desempenho profissional de seus empregados;
- Desenvolver um processo de relacionamento contínuo com os clientes, fornecedores e comunidade local;
- Ter iniciativa para buscar informações e atualizar-se sobre o negócio;
- Liderar pessoas e formar equipes;
- Ter capacidade para resolver problemas;
- Planejar, coordenar e avaliar a obtenção de resultados;
- Manter-se informado em relação às tendências do mercado;
- Ter uma rede de contatos relacionamento / parcerias / interação;
- Fortalecer o relacionamento público e privado;
- Ter domínio em finanças, controle e supervisionar a gestão desses assuntos;
- Atingir metas desafiadoras de vendas;
- Acompanhar as atualizações na legislação geral e específica;
- Utilizar ferramentas de tecnologia e sistemas;
- Dominar línguas estrangeiras.

A capacitação de profissionais deste ramo de negócio deve estar direcionada para o desenvolvimento das competências citadas acima.

O piso salarial dos empregados de uma Agência de Receptivo e Transporte Turístico é regulado pelos Sindicatos dos Empregados em Agências de Viagens e Turismo. A partir do piso salarial estabelecido pelo sindicato, o empresário deverá manter políticas que remunerem adequadamente os empregados, considerando-se os níveis de competências pessoais. Quando o agente de viagens trabalha dentro de agência, muitas vezes ele vem com

salário fixo e tem remuneração variada de acordo com o atingimento de metas, tal qual como se fosse um vendedor de lojas.

De acordo com pesquisa do Portal Salário (<https://www.salario.com.br/profissao/agente-de-viagem-cbo-354815/21/05/24>), que reúne dados de 12.622 profissionais admitidos e desligados em regime CLT nos últimos 12 meses, o valor médio para uma jornada de trabalho de 43 horas semanais de um agente de viagem é de R\$ 2.204,77.

Em 2024, a remuneração para agente de viagem pode variar entre o piso salarial mínimo de R\$ 2.144,55 e o teto salarial de R\$ 4.252,03, dependendo do segmento da empresa, localidade, formação, experiência na função e política de cargos e salários da empresa.

Ao adotar uma política de retenção de pessoal, oferecendo incentivos e benefícios financeiros ou não, a empresa pode diminuir os níveis de rotatividade e obter vantagens como a criação de vínculo entre funcionários e clientes, além da diminuição de custos com:

- Recrutamento e seleção;
- Treinamento de novos funcionários;
- Custos com demissões.

O empreendedor deve ter um funcionário responsável pela limpeza da agência, bem como serviços de copa.

A quantidade de profissionais irá depender da escalabilidade do negócio, ou seja, a necessidade de pessoal pode variar conforme a empresa cresce e a demanda aumenta, considerando a contratação de pessoal temporário ou freelancers para cobrir a carga de trabalho adicional.

5. PLANO FINANCEIRO

Elaborar um plano financeiro detalhado e realista é crucial para a gestão eficaz da empresa de Receptivo e Transportes, e ajuda a prever e controlar receitas, custos e despesas, mas também fornece uma base sólida para tomada de decisões estratégicas e garantia de sustentabilidade a longo prazo.

5.1 ESTIMATIVAS DOS INVESTIMENTOS FIXOS:

Nesse estudo será detalhada separadamente a estimativa dos investimentos fixos e variáveis, conforme apresentado a seguir:

DESCRIÇÃO	VALOR R\$
Máquinas e equipamentos	R\$ 25.000,00
Computadores (2 unidades)	R\$ 6.000,00
Impressora (2 unidades)	R\$ 2.000,00
Servidor (1 unidade)	R\$ 10.000,00
Equipamentos tecnológicos	R\$ 7.000,00
Móveis e Utensílios	9.700,00
Mesas	3.000,00
Cadeiras	1.200,00
Armários	2.000,00
Outros (máquina de café, purificador de água e outros)	3.500,00
Veículos	R\$ 300.000,00
Sprinter Van Passageiro (2 unidades)	R\$ 500.000,00
TOTAL:	R\$ 534.700,00

5.2 CAPITAL DE GIRO:

O capital de giro é um conceito financeiro fundamental para qualquer empreendimento. Ele se refere aos recursos financeiros necessários para cobrir as despesas operacionais diárias e manter as operações funcionando de forma eficiente.

Para calcular o capital de giro necessário são estimados custos e despesas operacionais médios mensais. O valor se refere ao ativo circulante (aplicações financeiras, caixa, bancos, contas a receber, dentre outros recursos) menos o passivo circulante (contas a pagar, fornecedores, empréstimos e outros).

É importante revisar regularmente essas projeções financeiras e ajustar sua reserva de capital de giro conforme necessário, especialmente à medida que o negócio cresce ou enfrenta mudanças nas condições do mercado.

A seguir é apresentado o capital de giro.

DESCRIÇÃO	VALOR:
1. NECESSIDADES	R\$ 15.000,00
Caixa mínimo	R\$ 10.000,00
Financiamento de vendas a receber	R\$ 5.000,00
Estoques	R\$ 25,88
2. FONTES	R\$ 11.025,88
Crédito de fornecedores	R\$ 0,00
Folha de pagamento	R\$ 3.025,88
Impostos e contribuições	R\$ 8.000,00
3. NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO (1 - 2)	R\$ 4.000,00

5.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS:

Os investimentos pré-operacionais são os gastos necessários para preparar um empreendimento antes que ele comece a operar oficialmente.

INVESTIMENTO PRÉ – OPERACIONAL

DESCRIÇÃO	VALOR R\$
Reformas	R\$ 20.000,00
Reforma da sala alocada	R\$ 20.000,00
Outros	R\$ 15.000,00
Identidade visual	R\$ 10.000,00
Licenças e permissões	R\$ 1.000,00
NCG	R\$ 4.000,00
TOTAL	R\$ 35.000,00

É fundamental acompanhar de perto os gastos e manter um controle rigoroso sobre o orçamento durante o estágio pré-operacional.

5.4 INVESTIMENTO TOTAL:

Para determinar o investimento total necessário é realizada uma análise abrangente de todos os custos envolvidos, incluindo os investimentos pré-operacionais, bem como outros custos relacionados ao início das operações e o capital de giro.

É importante ser o mais preciso possível ao calcular o investimento total, considerando todas as despesas relevantes e fazendo estimativas realistas, conforme apresentado a seguir.

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	%*
Construções	20.000,00	3,5%
Reforma da sala alocada	20.000,00	
Máquinas e equipamentos	25.000,00	4,4%
Computadores (2 unidades)	6.000,00	
Impressora (2 unidades)	2.000,00	
Servidor (1 unidade)	10.000,00	
Equipamentos tecnológicos	7.000,00	
Móveis e Utensílios	9.700,00	1,7%
Mesas	3.000,00	
Cadeiras	1.200,00	
Armários	2.000,00	
Outros (máquina de café, purificador de água e outros)	3.500,00	
Reformas	-	0,0%
Taxa de Franquia / Fundo Comercial	-	0,0%
Fundo Comercial	-	
Veículos	500.000,00	87,8%
Sprinter Van Passageiro (2 unidades)	500.000,00	
Outros	15.000,00	2,6%
Identidade visual	10.000,00	
Licenças e Permissões	1.000,00	
NCG	4.000,00	
Total	569.700,00	

5.5 ESTIMATIVA DE CUSTOS:

Para uma estimativa de custos é importante considerar todos os custos associados à atividade e serviços prestados para a operação do negócio.

Os custos foram separados em Custo Fixo e Custo Variável, conforme apresentado a seguir.

CUSTO FIXO:

Discriminação	Valor R\$
Mão de obra + encargos	7.564,70
Retirada dos sócios (Pró-labore)	3.000,00
Água	70,00
Luz	600,00
Telefone	100,00
Contador	1.000,00
Despesas com veículos	3.000,00
Material de expediente e consumo	200,00
Aluguel	3.000,00
Seguros	200,00
Propaganda e publicidade	200,00
Depreciação mensal	2.000,00
Manutenção	3.000,00
Condomínio	1.000,00
Despesas de viagem	-
Serviços de terceiros	-
Alimentação	1.500,00
Monitoramento	450,00
Editor de mídia	-
Limpeza	100,00
Tarifas Bancárias	100,00
Internet	150,00
TOTAL	27.234,70

CUSTO VARIÁVEL:

Descrição do produto /serviço	Faturamento Mensal - Custos		
	Vendas unitárias	Custo unitário	Custo da Mercadoria
Serviço de receptivo	100	75,00	7.500,00
Roteiros personalizados	20	150,00	3.000,00
Pacotes de viagem temáticos	20	150,00	3.000,00
Passeios e excursões	40	100,00	4.000,00
Transporte local	60	50,00	3.000,00
Transporte privativo	20	75,00	1.500,00
Transporte para eventos especiais	20	100,00	2.000,00
Assistência com reservas	60	50,00	3.000,00
Serviços de guia turístico	20	100,00	2.000,00
Atendimento multilíngue	2	150,00	300,00
Passeios exclusivos	20	200,00	4.000,00
Atividades de aventura	40	150,00	6.000,00
Experiências gastronômicas	60	120,00	7.200,00

2. Custos variáveis totais			85.374,00	68,1%
Previsão de custos (Custo do Serviço)			46.500,00	37,1%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IRPJ, CSLL ou SIMPLES)	8,0	%	10.032,00	8,0%
Comissão do cartão de crédito (3%)			3.762,00	3,0%
Comissão referente a parcerias (20%) - agenciamento			25.080,00	20,0%

5.6 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL:

Para estimar o faturamento mensal é necessário considerar todas as fontes de receita possíveis. Aqui está um esboço detalhado da estimativa do faturamento mensal:

FATURAMENTO MENSAL					
Descrição do produto / serviço	Faturamento mensal - Custos			Faturamento mensal - Vendas	
	Vendas unitárias	Custo Unit.	Custo da mercadoria	Preço de venda unitária	Faturamento
Serviço de Receptivo	100	75,00	7.500,00	300,00	30.000,00
Roteiros Personalizados	20	150,00	3.000,00	500,00	10.000,00
Pacotes de Viagem Temáticos	20	150,00	3.000,00	400,00	8.000,00
Passeios e Excursões	40	100,00	4.000,00	300,00	12.000,00
Transporte Local	60	50,00	3.000,00	100,00	6.000,00
Transporte Privativo	20	75,00	1.500,00	200,00	4.000,00
Transporte para Eventos Especiais	20	100,00	2.000,00	400,00	8.000,00
Assistência com Reservas	60	50,00	3.000,00	100,00	6.000,00
Serviços de Guia Turístico	20	100,00	2.000,00	200,00	4.000,00
Atendimento Multilíngue	2	150,00	300,00	300,00	600,00
Passeios Exclusivos	20	200,00	4.000,00	400,00	8.000,00
Atividades de Aventura	40	150,00	6.000,00	300,00	12.000,00
Experiências Gastronômicas	60	120,00	7.200,00	280,00	16.800,00
VENDA TOTAL MENSAL				125.400,00	

Essas estimativas proporcionam uma visão geral do potencial de faturamento da empresa. Ajustes podem ser necessários com base em dados reais e análise contínua do mercado.

5.7 PROJEÇÃO DE RESULTADOS:

A projeção de resultados envolve a estimativa de receitas, custos e lucros ao longo do mês, em um período específico. Essa projeção ajuda a avaliar a viabilidade financeira do negócio e a planejar para o futuro. A seguir é apresentado o Demonstrativo do Resultado do Exercício (DRE).

DEMONSTRATIVO DE RESULTADO				
DISCRIMINAÇÃO			VALOR R\$	%
1. Receita Total			125.400,00	100,0%
Vendas (à vista)			62.700,00	50,0%
Vendas (a prazo)			62.700,00	50,0%
2. Custos Variáveis Totais			85.374,00	68,1%
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria)			46.500,00	37,1%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IRPJ, CSLL ou SIMPLES)		8,0		
		%	10.032,00	8,0%
Comissão do Cartão de Crédito (3%)			3.762,00	3,0%
Comissão referente a parcerias (20%) - Agenciamento			25.080,00	20,0%
3. Margem de Contribuição			40.026,00	31,9%

4. Custos Fixos Totais	27.234,70	21,7%
Mão de obra + Encargos	7.564,70	6,0%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	3.000,00	2,4%
Água	70,00	0,1%
Luz	600,00	0,5%
Telefone	100,00	0,1%
Contador	1.000,00	0,8%
Despesas com Veículos	3.000,00	2,4%
Material de Expediente e Consumo	200,00	0,2%
Aluguel	3.000,00	2,4%
Seguros	200,00	0,2%
Propaganda e Publicidade	200,00	0,2%
Depreciação Mensal	2.000,00	29,3%
Manutenção	3.000,00	2,4%
Condomínio	1.000,00	0,8%
Despesas de Viagem	0,00	0,0%
Serviços de Terceiros	0,00	0,0%
Ônibus, Táxis e Selos	0,00	0,0%
Alimentação	1.500,00	1,2%
Monitoramento	450,00	0,4%
Editor de mídia	0,00	0,0%
Limpeza	100,00	0,1%
Tarifas Bancárias	100,00	0,1%
Internet	150,00	0,1%

5. Resultado Operacional	12.791,30	10,2%
---------------------------------	------------------	--------------



Para manter as projeções de resultados aqui apresentadas, alguns fatores devem ser levados em consideração, como:

- **Pesquisa de Mercado local e regional:** entender o perfil dos potenciais clientes, suas preferências gastronômicas, lazer, hospitalidade e culturais, bem como identificar concorrentes diretos e indiretos.
- **Análise de Custos:** custos envolvidos na operação do negócio, aluguel de espaço, marketing, pessoal, entre outros.
- **Preço de Venda:** com base nos custos e na pesquisa de mercado, os preços dos produtos ou serviços devem ser constantemente ajustados,

certificando que os preços sejam competitivos e atrativos para o seu público-alvo, ao mesmo tempo em que garantem uma margem de lucro razoável.

- **Previsão de Vendas:** considerar a sazonalidade, eventos locais e outras variáveis que possam afetar as vendas ao longo do ano.
- **Análise de Sensibilidade:** avaliar diferentes cenários.
- **Monitoramento e Ajustes:** uma vez que o negócio esteja em funcionamento, os resultados devem ser monitorados regularmente em comparação com as projeções aqui realizadas. Ajustes, conforme necessário para otimizar o desempenho e alcançar os objetivos estabelecidos, devem ser realizados, objetivando o sucesso de cada oportunidade de negócio.

6. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

A avaliação estratégica deve ser um processo contínuo, com revisões periódicas para ajustar às mudanças do mercado e do ambiente competitivo. Implementar essas análises e estratégias permitirá que a empresa de Receptivo e Transporte se mantenha competitiva e continue a crescer de forma sustentável.

6.1 ANÁLISE MATRIZ SWOT

A Matriz SWOT é uma ferramenta de gestão para fazer o planejamento estratégico, por meio da qual, a partir dos quatro fatores, é elaborada uma avaliação de cenários, interno e externo, os fatores considerados são:

1. Strengths (Forças);
2. Weaknesses (Fraquezas);

3. Opportunities (Oportunidades);
4. Threats (Ameaças).

A Matriz SWOT é utilizada para posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa ou, nesse caso, do segmento de negócio, no ambiente em questão. Assim, essa metodologia torna-se uma ferramenta ideal no processo de gestão do turismo e do turismo de experiência de uma determinada localidade, tanto no momento de implantação de um roteiro turístico, como no monitoramento de algum segmento ou produto turístico.

O objetivo de realizar a Matriz SWOT é detectar as ações a serem tomadas para fortalecer e identificar as ações de melhorias, conforme apresentado a seguir.

1. FORÇAS (STRENGTHS):

- **Localização:** Venda Nova do Imigrante é uma região conhecida pelo turismo rural, agroturismo e turismo cultural.
- **Diversidade de produtos e serviços:** variedade de hospedagem, alimentação típica, atividades culturais, artesanato e eventos.
- **Autenticidade:** Foco na tradição italiana proporciona uma experiência única e autêntica aos turistas.
- **Infraestrutura:** boas instalações e equipamentos adequados para oferecer conforto e segurança aos hóspedes / turistas.
- Frota moderna.
- Equipe experiente.
- Bom relacionamento com parceiros.

2. FRAQUEZAS (WEAKNESSES):

- **Dependência de turismo local:** a dependência do turismo regional pode ser uma limitação durante a baixa temporada.

- **Custos operacionais elevados:** manter a infraestrutura e a equipe pode ser custoso, especialmente em períodos de menor movimento.
- **Necessidade de marketing intensivo:** para atrair um público mais amplo, será necessário um investimento significativo em marketing e publicidade.
- **Concorrência:** presença de outras agências e empresas voltadas ao turista, oferecendo experiências semelhantes.
- Problemas de atendimento ao cliente.
- Frota desatualizada;
- Baixa presença online.

3. OPORTUNIDADES (OPPORTUNITIES)

- **Crescimento do turismo experiencial:** aumento na demanda por experiências autênticas, vivências e culturais pode atrair mais turistas.
- **Parcerias Locais:** colaborações com produtores locais, propriedade com atrativos e eventos culturais podem aumentar a visibilidade e o fluxo de turistas.
- **Expansão de Serviços:** introdução de novos serviços e atividades, como passeios educativos e recreativos, recebimento de expedição tropeira, programas de bem-estar e outros.
- **Tecnologia:** uso de plataformas digitais para marketing, reservas e gestão podem melhorar a eficiência e atrair um público mais amplo.

4. AMEAÇAS (THREATS)

- **Variações Climáticas:** condições climáticas adversas podem afetar o número de turistas, especialmente para atividades ao ar livre.
- **Crises Econômicas:** crises econômicas podem reduzir a capacidade de gasto dos turistas, impactando diretamente o faturamento.
- **Pandemias e Restrição de Viagens:** situações como a pandemia de covid-19 podem resultar em cancelamentos de viagens e queda no turismo.
- **Concorrência Crescente:** novas empresas voltadas a recepção e transporte de turistas na região, podem intensificar a concorrência e reduzir a fatia de mercado.

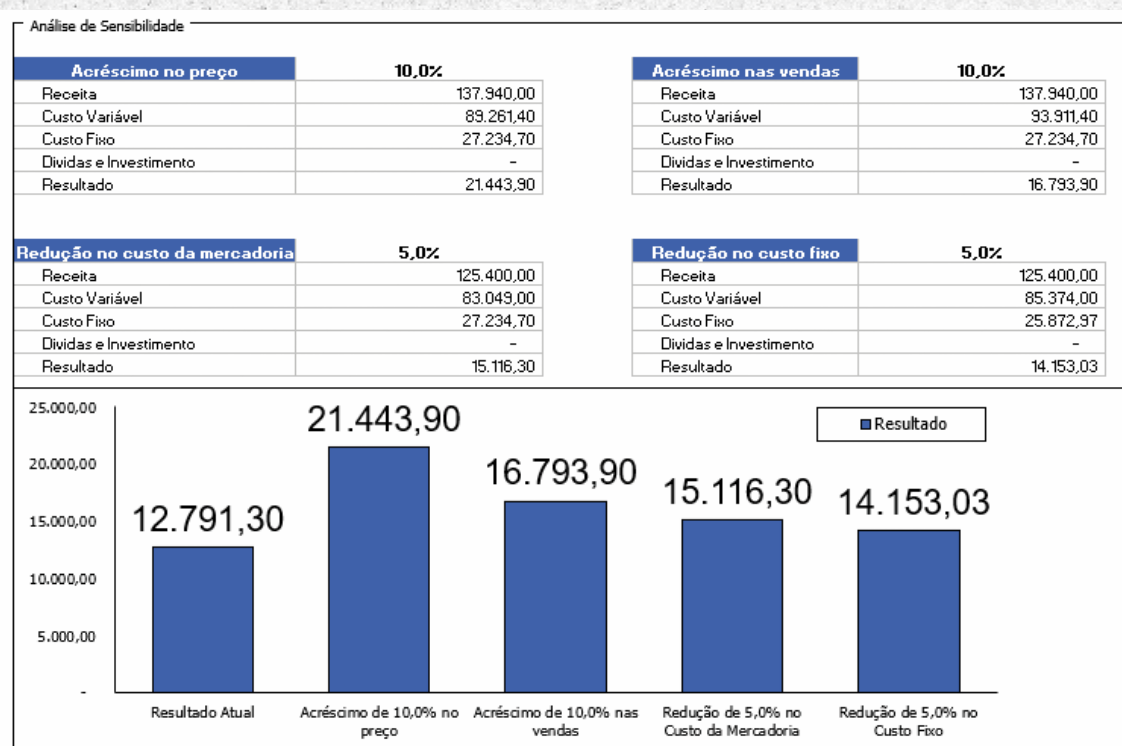
7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

A construção de cenários é uma ferramenta valiosa para entender e se preparar para diferentes possibilidades futuras que podem impactar as atividades.

Nesse estudo foram consideradas as seguintes variações:

- Acréscimo no preço em 10%;
- Acréscimo nas vendas em 10%;
- Redução nos custos da mercadoria em 5%;
- Redução no custo fixo em 5%.

Diante dessas variações pode-se realizar a construção de cenários para cada oportunidade de negócio, conforme Análise de Sensibilidade.



O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre a construção de cenários.

7.1 DEFINIÇÃO DE ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS:

Definir alternativas estratégicas envolve explorar diferentes caminhos que a empresa deve seguir para alcançar seus objetivos. Essas alternativas devem considerar a análise SWOT e alinhar-se com os objetivos de curto, médio e longo prazo. A seguir, são apresentadas alternativas estratégicas.

- **Diferenciação e Inovação:** desenvolver estratégias para diferenciar seus serviços dos concorrentes, investindo em inovações tecnológicas que melhorem a experiência do turista e a eficiência operacional.
- **Expansão e Parcerias:** expandir para novos mercados ou segmentos, e estabelecer parcerias estratégicas com hotéis, companhias aéreas, e outras agências de turismo.

- **Marketing e Branding:** fortalecer a presença da marca por meio de campanhas de marketing eficazes. Utilizar redes sociais, marketing de conteúdo, e programas de fidelidade para atrair e reter clientes.
- **Sustentabilidade:** Implementar práticas sustentáveis que possam atrair o público consciente e, ao mesmo tempo, reduzir custos operacionais a longo prazo.
- **Recursos e Capacidades:** avaliar os recursos disponíveis, como frota de veículos, tecnologia utilizada (sistemas de reserva, apps), e a qualificação da equipe.
- **Operações:** analisar a eficiência operacional, desde a logística do transporte até a gestão dos tours. Identificar possíveis gargalos e ineficiências.
- **Marketing e Vendas:** revisar as estratégias de marketing e canais de vendas, avaliando a presença digital, campanhas publicitárias, parcerias com hotéis e agências de turismo, e feedback dos turistas.
- **Planos de Ação:** elaborar planos de ação detalhados para cada estratégia definida, com metas específicas, prazos e responsáveis.
- **Indicadores de Desempenho:** definir indicadores de desempenho (KPIs) para monitorar o progresso das ações implementadas, ajustando as estratégias conforme necessário, baseado no desempenho e feedback dos clientes.
- **Finanças:** analisar e interpretar dados financeiros, incluindo fluxo de caixa, lucratividade e investimentos necessários. Comparar os custos operacionais com a receita gerada.

7.2 DEFINIÇÃO DE METAS E OBJETIVOS:

Definir metas e objetivos claros é essencial para o sucesso da empresa de Receptivo e Transporte. Metas e objetivos bem definidos ajudam a guiar as ações, medir o progresso e garantir que todos os membros da equipe estejam alinhados em direção aos mesmos resultados. Abaixo está um guia para a definição de metas e objetivos, adaptado às necessidades de uma empresa/ agência de receptivo e transporte:

1. ESTABELECEER A VISÃO E MISSÃO DA EMPRESA / AGÊNCIA:

- **Visão:** descreve onde a empresa deseja estar no futuro. É uma declaração de aspiração de longo prazo.
 - "Ser a principal agência de receptivo e transporte do país, reconhecida pela excelência no atendimento e pela inovação em serviços turísticos."
- **Missão:** define o propósito da empresa e como ela se propõe a alcançar a visão.
 - "Proporcionar experiências de viagem memoráveis, oferecendo opções de serviços de alta qualidade, com foco na satisfação do cliente."

2. DEFINIR METAS ESTRATÉGICAS: Metas estratégicas são objetivos de longo prazo que ajudam a alcançar a visão e missão. Elas devem ser desafiadoras, mas alcançáveis.

- **Crescimento do Mercado:** expandir a presença em novos mercados geográficos ou segmentos de clientes.
 - "Expandir operações para três novas cidades nos próximos dois anos."

- **Inovação e Tecnologia:** implementar novas tecnologias para melhorar a eficiência e a experiência do cliente.

→ "Desenvolver um aplicativo móvel para reservas e acompanhamento de serviços dentro de 12 meses."

- **Sustentabilidade:** integrar práticas sustentáveis em todas as operações.

→ "Reduzir a emissão de carbono da frota em 20% nos próximos três anos."

3. DEFINIR OBJETIVOS SMART: objetivos SMART são específicos, mensuráveis, alcançáveis, relevantes e com prazo definido. Eles ajudam a traduzir as metas estratégicas em ações concretas.

- **Objetivo Específico:** o que exatamente deseja alcançar?

→ "Aumentar a satisfação do cliente."

- **Mensurável:** como você medirá o progresso?

→ "Atingir uma pontuação média de satisfação do cliente de 4,5 em 5 em pesquisas de feedback."

- **Alcançável:** é realista e possível com os recursos disponíveis?

- "Treinar a equipe de atendimento ao cliente e implementar novos processos de feedback."

- **Relevante:** está alinhado com as metas estratégicas da agência?

- "Melhorar a qualidade do atendimento ao cliente para fidelizar clientes e aumentar a retenção."

- **Prazo Definido:** qual é o prazo para alcançar este objetivo?

- "Atingir a meta de satisfação do cliente em 12 meses."

4. **DESENVOLVER PLANOS DE AÇÃO:** cada objetivo deve ser acompanhado de um plano de ação detalhado que descreva os passos necessários para alcançá-lo, incluindo responsabilidades, recursos necessários e cronogramas.

- **Ação:** descrever a tarefa específica.

→ "Realizar treinamentos mensais de atendimento ao cliente."

- **Responsável:** quem é responsável por essa ação?

→ "Gerente de Recursos Humanos."

- **Recursos:** quais recursos são necessários?

→ "Orçamento para treinamento, materiais de treinamento."

- **Cronograma:** quando a ação deve ser concluída?

→ "Início em julho e conclusão em dezembro."

5. **MONITORAR E AVALIAR O PROGRESSO:** Estabelecer um sistema de monitoramento e avaliação contínua para acompanhar o progresso das metas e objetivos. Utilize indicadores de desempenho (KPIs) e relatórios regulares para ajustar as estratégias conforme necessário.

- **Reuniões de Revisão:** realizar reuniões mensais ou trimestrais para revisar o progresso.

- **Indicadores de Desempenho:** definir KPIs específicos para cada objetivo.

→ "Taxa de retenção de clientes, número de novos clientes, feedback de clientes."

6. **AJUSTAR E MELHORAR:** com base nas avaliações, ajustar as estratégias e ações conforme necessário para garantir que as metas e objetivos sejam alcançados. Continuamente buscar maneiras de melhorar processos e serviços.

- **Feedback:** utilizar feedback dos clientes e da equipe para identificar áreas de melhoria.
- **Flexibilidade:** estar preparado para ajustar os planos com base em mudanças no mercado ou novas oportunidades.

Definir metas e objetivos claros é crucial para orientar o crescimento e a eficiência de uma empresa de Receptivo e Transporte. Seguir uma abordagem estruturada para estabelecer e acompanhar esses objetivos garantirá que a empresa/agência esteja no caminho certo para alcançar seu potencial máximo.

7.3 PARCERIAS ESTRATÉGICAS:

Parcerias estratégicas são fundamentais para o crescimento e sucesso de uma empresa de Receptivo e Transporte. Essas alianças podem proporcionar vantagens competitivas, como acesso a novos mercados, compartilhamento de recursos, aumento da capacidade de inovação e melhoria na qualidade dos serviços. A seguir são apresentadas parcerias estratégicas:

1. **Parcerias com Hotéis:** proporcionar pacotes que incluem transporte e hospedagem. Isso pode facilitar a criação de ofertas atrativas e integradas para os clientes.
2. **Parcerias com Companhias Aéreas:** oferecer serviços de transporte terrestre aos passageiros de determinadas companhias aéreas, proporcionando uma experiência de viagem completa.

3. **Parcerias com Agências de Turismo:** colaborar com agências que oferecem pacotes de viagens completos, incluindo transporte local.
4. **Parcerias Tecnológicas:** Colaborar com empresas de tecnologia para desenvolver aplicativos de reservas, sistemas de gerenciamento de frota, ou outras ferramentas que possam melhorar a eficiência operacional.
5. **Parcerias com Eventos e Conferências:** oferecer serviços de transporte para grandes eventos, conferências e convenções, garantindo um fluxo constante de clientes durante esses períodos.

As parcerias estratégicas podem proporcionar uma série de benefícios, incluindo expansão de mercado, inovação e melhoria na qualidade do serviço. Identificar os parceiros certos, estabelecer acordos claros e gerenciar essas parcerias de forma eficaz são passos cruciais para maximizar os benefícios dessas colaborações.

8. CONCLUSÃO DE VIABILIDADE DA PROPOSTA

Após uma análise detalhada dos custos, receitas projetadas, competitividade no mercado e sustentabilidade financeira, a proposta para a criação e operação de uma empresa/agência de Receptivo e Transporte demonstra ser viável. A seguir, um resumo dos principais pontos avaliados e a conclusão final.

Custos Mensais Estimados:

- **Custos Fixos:** R\$ 27.234,70
- **Custos Variáveis:** R\$ 85.374,00
- **Total Mensal:** R\$ 112.608,70

Receitas Mensais Estimadas:

- **Total Mensal das Receitas Estimadas:** R\$ 125.400,00

Ponto de Equilíbrio:

- **Receita Necessária para Cobrir Custos Fixos:** R\$ 85.325,33 (Ponto de Equilíbrio mensal), considerando uma margem de contribuição de 31,9%.
- **Total Mensal das Receitas Estimadas:** R\$ 125.400,00.
- **Margem de Segurança:** R\$ 125.400,00 - R\$ 85.325,33 = R\$ 40.074,67.

Viabilidade:

- Lucratividade de 10,2% a.m.
- Rentabilidade de 2,24% a.m.
- Prazo de retorno do investimento de 44,5 meses.

A alta demanda para serviços de receptivo e transporte, vem crescendo nos últimos anos, especialmente em áreas turísticas e centros de negócios.

A presença de concorrentes diretos existe, mas a proposta de valor diferenciada (serviço de qualidade, veículos modernos, atendimento excepcional) oferece uma vantagem competitiva, juntamente com os preços bem definidos e competitivos, agregando valor percebido para os turistas.

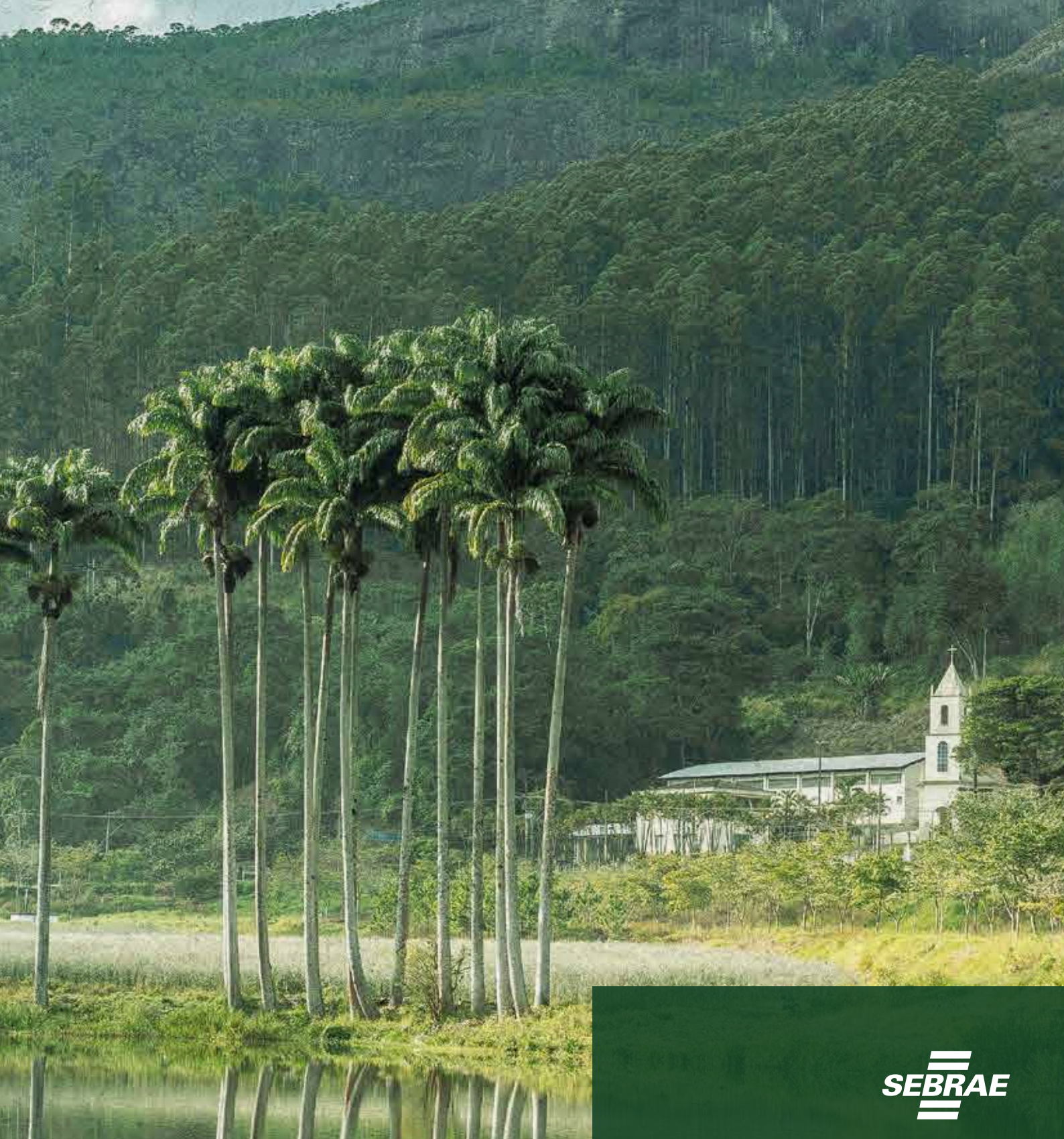
Há potencial para expandir para novas cidades e oferecer serviços adicionais, pois há mercados similares adjacentes ao Distrito Turístico de Pindobas.

A implementação de tecnologias (aplicativos de reserva, gestão de frota) pode melhorar a eficiência operacional e atrair mais clientes, assim com as parcerias estratégicas, com hotéis, companhias aéreas e organizadores de eventos.

As receitas mensais projetadas superam os custos totais, proporcionando uma margem de lucro saudável e a estabilidade do fluxo de caixa com as

receitas projetadas, permitindo investimentos em marketing e melhorias nos serviços.

Portanto, a proposta para a criação e operação da empresa/agência de Receptivo e Transporte é viável e recomendada para execução, garantindo um retorno positivo sobre o investimento e contribuindo para o sucesso e sustentabilidade do negócio a longo prazo.



SEBRAE

MUITO
OBRIGADO.



PINDOBAS

DISTRITO TURÍSTICO

CONTATO

- +55 27 99763-3539
- +55 28 98809-3338
- atendimento.vendanova@es.sebrae.com.br