

Faculdade Minas Gerais – Famig
Curso de Graduação em Administração

FERNANDO VINICIUS TELES COIMBRA
THAYNA ALVES VIEIRA DE OLIVEIRA MACHADO

TRIP UAI

BELO HORIZONTE
2021

FERNANDO VINICIUS TELES COIMBRA
THAYNA ALVES VIEIRA DE OLIVEIRA MACHADO

Trip Uai

Trabalho de conclusão de curso (TCC) apresentado à disciplina Elaboração de Projetos do Curso de Administração da Faculdade Minas Gerais - FAMIG - como requisito parcial para conclusão do curso de Administração.

Orientador: Prof. Maximiliano F. de Oliveira

Belo Horizonte MG

2021

A conclusão deste trabalho resume-se em dedicação, dedicação essa, que vimos ao longo dos anos em cada um dos professores deste curso, a quem dedicamos este trabalho.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradecemos a Deus, por ter nos dado saúde e força para superar as dificuldades.

A faculdade, seu corpo docente, direção e administração que sempre estiveram dispostos a ajudar em todas as necessidades e por cada oportunidade que nos foram apresentadas.

Ao nosso orientador Maximiliano, pelo suporte excelente, pelas suas correções e incentivos.

Agradecemos também aos nossos pais, pelo amor, dedicação, incentivo e apoio. E a todos que direta ou indiretamente, fizeram parte da nossa formação, o nosso muito obrigado.

“Há três tipos de empresas: Empresas que tentam levar os seus clientes onde eles não querem ir; empresas que ouvem os seus clientes e depois respondem às suas necessidades; e empresas que levam os seus clientes aonde eles ainda não sabem que querem ir. ”

Gary Hamel

RESUMO

Atualmente o mundo está passando pela revolução 4.0, a era digital, onde a adesão e o desenvolvimento dos meios tecnológicos, estão revolucionando as pessoas e as indústrias. A tecnologia está abrindo espaço para recursos cada vez mais inteligentes e revolucionando o modo de viver tanto pessoal como profissional, trazendo mais conforto, praticidade e agilidade no dia a dia. Visto essa revolução, o segmento do turismo apresentou elevada evolução neste período, apresentando transformações no modelo tradicional do negócio devido as diferentes mudanças nos hábitos de consumo. Este projeto tem o intuito de promover essa revolução no modo de vida das pessoas, visto uma oportunidade de inovação pelo meio de ferramentas digitais e formatos de acesso ao consumidor garantindo os benefícios da tecnologia relacionados ao setor turístico. Desta forma a iniciativa do projeto se dá a ligação da era digital com as novas demandas na área turística, desenvolvendo assim, um meio inovador e prático, de consulta e compra de passeios turísticos, garantindo a segurança, qualidade e conforto, e contribuindo com o desenvolvimento social e econômico da região.

Revolução 4.0; Era digital; Turismo; Tecnologia; Desenvolvimento.

ABSTRACT

Currently, the world is going through the 4.0 revolution, the digital age, where the adhesion and development of technological means are revolutionizing people and industries. Technology is making room for increasingly intelligent resources and revolutionizing the way of life, both personal and professional, bringing more comfort, practicality and agility to everyday life. In view of this revolution, the tourism segment presented a high evolution in this period, presenting transformations in the traditional business model due to different changes in consumption habits. This project aims to promote this revolution in people's way of life, as an opportunity for innovation through digital tools and consumer access formats ensuring the benefits of technology related to the tourism sector. In this way, the project's initiative connects the digital age with the new demands in the tourist area, thus developing an innovative and practical means of consulting and purchasing tourist tours, ensuring safety, quality and comfort, and contributing to the social and economic development of the region.

Revolution 4.0; Digital age; Tourism; Technology; Development.

SUMÁRIO

1 - SUMÁRIO EXECUTIVO	
1.1 – PRINCIPAIS PONTOS DO NEGÓCIO	10,11,12
1.2 – EMPREENDEDORES E EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL	12,13
1.3 – DADOS DO EMPREENDIMENTO.....	13
1.4 – MISSÃO	13
1.5 – VISÃO	13
1.6 – FORMA JURÍDICA	13
1.7 – ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO	14
1.8 – CAPITAL SOCIAL	14
1.9 – FONTE DE RECURSOS.....	14
2 – ANÁLISE DE MERCADO	
2.1 – CLIENTES.....	15,16,17
2.2 – CONCORRENTES.....	17
2.3 – FORNECEDORES.....	17,18
3 – PLANO DE MARKETING	
3.1 – PRODUTOS E SERVIÇOS.....	19
3.2 – PREÇO.....	19,20
3.3 – DIVULGAÇÃO E PROMOÇÃO	21
3.4 – DISTRIBUIÇÃO E VENDAS	21
3.5 – LOCALIZAÇÃO	21
4 – PLANO ESTRATÉGICO	
4.1 – ANÁLISE DE SWOT	22,23
5 – PLANO OPERACIONAL	
5.1 – LAYOUT	2424

5.2 – CAPACIDADE PRODUTIVA	25
5.3 – PROCESSOS OPERACIONAIS	25
5.4 – PLANO DE PESSOAL	26,27
6 – PLANO FINANCEIRO
6.1 – INVESTIMENTO INICIAL	28,29
6.2 – GASTOS COM PESSOAL	30
6.3 – REMUNERAÇÃO DOS SÓCIOS	31
6.4 – PROJEÇÃO DE CUSTOS E DESPESAS	32
6.5 – CUSTOS DO PRODUTO OU SERVIÇO	33
6.6 – PREVISÃO DE VENDAS	34
6.7 – IMPOSTOS SOBRE FATURAMENTO	35
6.8 – PROJEÇÕES FINANCEIRAS	36
6.9 – ANÁLISE DE INVESTIMENTO	37
7 – ELEVATOR PITCH	38
8 – BUSINESS MODEL CANVAS	39
9 – CONCLUSÃO	40
REFERÊNCIAS	41
APÊNDICE	42,43
ANEXO	44

1- SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1 – PRINCIPAIS PONTOS DO NEGOCIO

O mundo está vivenciando a era 4.0, a era da revolução digital, onde muitos pesquisadores e historiadores estão chamando de a nova revolução industrial, pois as mudanças estão revolucionando e alterando as formas de consumo e produção. O avanço tecnológico altera e continuará alterando a vida da sociedade, gerando uma transição, do mercado e consumo tradicional, para o, mercado e consumo tecnológico. A indústria 4.0 traz inovações na automação e na tecnologia da informação, havendo assim uma rápida evolução no modo de pensar e agir das pessoas. Todas as empresas, principalmente empresas já antigas no mercado, estão tendo que se adaptarem a esse meio tecnológico para conseguirem se manter firmes.

Atualmente as transformações digitais, são observadas em diversos setores como a saúde, bancos, entretenimento e também na área turística.

O turismo é uma importante atividade econômica para o Brasil, gerando renda, empregos, movimentação na economia, e um diferente olhar sobre as diversas regiões presentes. Devido as novas tecnologias, hoje vistas, o turismo tem crescido significativamente, tanto nos outros países mais principalmente no Brasil, gerando um grande impacto econômico, reduzindo desigualdades sociais regionais, e trazendo mais serviços a trabalhadores locais, aumentando assim o crescimento e enriquecimento e mudando o modo de pensar, tanto de moradores de outras regiões brasileira como de estrangeiros.

A tecnologia e as inovações que consigo vem presentes, trouxe ao turismo uma alta significativa, trazendo transformações que impactaram positivamente o setor, interferindo nos modelos tradicionais do negócio.

Atualmente os turistas são muito influenciados pela tecnologia, devido a diversos fatores como o compartilhamento das experiências, a economicidade, praticidade, velocidade, e estão sempre à procura de uma viagem que os agregue experiências, valores e cultura.

Visto o aumento do consumo de compras online por meio de plataformas digitais o projeto Trip Uai foi desenvolvido, pensado em um serviço que irá trazer mais conforto, facilidade e segurança nas viagens dos clientes.

O projeto é o planejamento de uma plataforma digital que pode ser acessada por aplicativos e em desktop. A plataforma consistirá no cadastro de guias de diferentes localidades em Minas Gerais, para divulgação do seu trabalho e captação de clientes. Posteriormente será voltada para turistas que buscam um guia para auxiliá-los nos passeios.

Na plataforma o cliente poderá fazer uma busca sobre determinados pontos de Minas Gerais, e conhecer um pouco sobre o mesmo, onde será disponibilizado a descrição de cada local, com os pontos turísticos mais próximos, locais principais da região, modalidades de passeios e uma galeria de fotos para assim o cliente ter a certeza do seu lugar preferido para conhecer. Após a escolha do local há um diferencial o cliente receberá os guias disponíveis e os serviços que são ofertados por cada um, podendo fazer a contratação pelo meio digital.

A plataforma traz consigo a revolução digital acompanhando toda a demanda atual das pessoas, que é mais facilidade, comodidade, redução no tempo, segurança, solução e resolução de problemas. Buscando otimizar o tempo do cliente, se tratando de uma transação totalmente online ágil e benéfica com o melhor custo e benefício, segurança e comodidade.

O projeto está em desenvolvimento a 2 anos e 6 meses, porém no início de 2020 ocorreu o inesperado, para todas as pessoas e setores, a pandemia do Covid-19 chegou ao Brasil, fazendo com que as empresas se reinventassem para se manter no mercado.

O mercado turístico sofreu severos impactos negativamente, pois para conter o avanço da pandemia foi decretado o distanciamento social para evitar aglomerações, sendo assim, foram suspensas temporariamente quaisquer tipos de viagens, passeios e hospedagem.

Atualmente aos poucos o setor turístico está voltando a operar, mas com restrições e capacidades máximas, o que ainda não é favorável para empresas turísticas.

O projeto também sofreu impactos como todo os setores, devido ao corona vírus, porém alguns pontos devem ser destacados como por exemplo: o projeto é

exclusivamente feito em Minas Gerais preservando e alavancando a regionalidade, onde muitos potenciais clientes já fazem parte do estado, também deve se destacar que, o serviço ofertado é o guia turístico de cada local, sem a inclusão de transportes e hospedagens, áreas estas que sofreram um maior impacto.

Devido a pandemia várias empresas se reinventaram e com isso o projeto sofreu modificações para atender esse novo percurso que a área turística irá percorrer, algumas modificações necessárias foram o controle de pessoas participantes de um passeio, em uma única região para a mesma data específica, o controle de pessoas e guias já vacinados.

Um projeto para a implementação de viagens através da realidade aumentada também está em análise, este tipo de tecnologia atualmente está sendo bastante utilizada, pois é uma ótima maneira para conhecer locais, sem a necessidade de sair de casa, o turista irá presenciar como é de fato estar no local e se caso desejar, poderá ter um guia acompanhando online, apresentando, respondendo e tirando todas as suas dúvidas.

A pandemia mudou o modo e opções de viagens, a inovação é essencial para a garantia de posição no mercado, com a realidade virtual o turista pode conhecer os locais desejados e posteriormente marcar um passeio para conhecer de fato o local, gerando assim mais receita, visibilidade e posicionamento no mercado.

O projeto conta com um investimento inicial em diversos setores, totalizando o valor de R\$20.000, prevendo assim, um retorno do valor esperado após seis meses de operação da empresa e uma lucratividade estimada a partir do sétimo mês variando em torno de R\$ 7.000, visto isso, o ponto de equilíbrio encontrado está em torno do valor de R\$4.000, para assim conseguir manter o sucesso, estabilidade no mercado e a saúde financeira.

1.2– EMPREENDEDORES E EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Para o início do projeto a empresa contará com dois empreendedores.

A primeira empreendedora se chama: Thayna Alves Vieira, possui 21 anos cursa administração de empresas, possui pacote office e inglês intermediário, já atuou em uma empresa turística na área de divulgações e parcerias e atualmente trabalha na área comercial de uma empresa de tecnologia. Possui experiência com

atendimento ao público e marketing. Pretende cursar uma pós em empreendedorismo e se especializar em marketing digital.

O segundo empreendedor se chama: Fernando Vinicius, formando em administração de empresas e com vasta experiência na área comercial, podemos citar que suas principais habilidades e competências são encantar o cliente, solucionar problemas, espírito competitivo entre outros.

1.3-DADOS DO EMPREENDIMENTO

A empresa contará com o nome de Trip Uai Viagens e serviços. Possuirá o nome fantasia de Turismo e conectividade Ltda. Sua localização será no endereço de Rua Dom Joaquim 869, bairro Milionários, cep:30620-130 Barreiro Belo Horizonte, Minas Gerais, lembrando que não haverá atendimento presencialmente, somente por meio de canais digitais.

1.4– MISSÃO

Proporcionar aos nossos clientes diferentes maneiras de conhecer o melhor de Minas Gerais, com um aplicativo turístico 100% digital superando todas as suas expectativas, sendo assim, uma empresa prestigiada em Minas Gerais

1.5 – VISÃO

Ser reconhecida como uma empresa virtual que traga segurança, qualidade, conforto e lazer para nossos clientes e nos tornarmos uma empresa fixa em Belo Horizonte.

1.6 – FORMA JURIDICA

O negócio será uma Sociedade Limitada (LTDA), foi optado por essa forma devido ser constituída inicialmente, somente por dois sócios contribuintes, cada um com 50 % do valor de R\$20.000, totalizando R\$ 10.000, cada sócio, para a formação da empresa. Onde os sócios responderão somente pelo capital social que foi

integralizado na empresa. Contando também com vários benefícios para os empreendedores.

1.7 – ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

A empresa contará com o enquadramento tributário, simples nacional, pois possui custos operacionais mais baixos, possui os consumidores como clientes finais, e é classificada como empresa de pequeno e médio porte.

Usufruindo assim de benefícios como, menor tributação, maior facilidade no atendimento da legislação tributária, previdenciária e trabalhista, simplificação no pagamento de diversos tributos, possibilidade de tributar as receitas a medida dos recebimentos das vendas, entre vários outros.

1.8 – CAPITAL SOCIAL

Tabela 1 - Capital Social

	Nome do Sócio	Valor (R\$)	% de participação
Sócio 1	Fernando Coimbra	R\$10.000	50 %
Sócio 2	Thayna Alves	R\$10.000	50%
Total		20.000,00	100,00

Fonte: Famig (2021)

1.9 – FONTE DE RECURSO

Nossa fonte de recurso será totalmente de capital próprio investido pelos dois sócios, que será dividido igualmente, no valor de R\$10.000, cada um, totalizando R\$20.000 tendo cada um a participação de 50%.

2- ANÁLISE DE MERCADO

2.1-CLIENTES

Para dar início ao projeto foi efetuado uma análise, para descobrir possíveis clientes.

Foi utilizado a técnica ICP (Ideal Customer Profile), essa técnica consiste em saber o perfil dos clientes que tem características e situações ideais para serem atendidos com excelência pela empresa.

Foi realizada uma pesquisa quantitativa, através do Google Forms e aplicada através de mídias digitais como WhatsApp, no mês de março, para moradores do estado de Minas Gerais, foi concluído que o público mais atingido são mulheres na faixa etária entre 18 a 35 anos, casadas com filhos e renda familiar entre R\$1.100 à R\$2.500.

Tabela 2 – Perfil dos possíveis clientes

Participante 1	22	Feminino	Solteiro	Superior	0	R\$ 2.500,00
Participante 2	25	Feminino	Casado	Superior	1	R\$ 2.650,00
Participante 3	29	Feminino	Casado	Médio	3	R\$ 1.290,00
Participante 4	41	Masculino	Solteiro	Médio	2	R\$ 1.200,00
Participante 5	55	Masculino	Casado	Superior	6	R\$ 2.300,00
Participante 6	62	Masculino	Casado	Superior	5	R\$ 5.500,00
Participante 7	19	Feminino	Solteiro	Médio	0	R\$ 1.100,00
Participante 8	28	Feminino	Solteiro	Superior	1	R\$ 3.400,00
Participante 9	44	Feminino	Solteiro	Superior	2	R\$ 3.500,00
Participante 10	23	Masculino	Solteiro	Superior	1	R\$ 4.200,00
Participante 11	60	Feminino	Casado	Fundamental	4	R\$ 1.100,00
Participante 12	51	Masculino	Casado	Fundamental	3	R\$ 2.100,00
Participante 13	27	Feminino	Casado	Superior	0	R\$ 2.590,00
Participante 14	21	Feminino	Solteiro	Médio	0	R\$ 1.300,00
Participante 15	24	Feminino	Casado	Médio	0	R\$ 2.400,00
Participante 16	30	Masculino	Casado	Superior	1	R\$ 3.200,00
Participante 17	34	Feminino	Casado	Superior	2	R\$ 2.900,00
Participante 18	35	Masculino	Casado	Superior	1	R\$ 2.380,00

Fonte: Autoria própria (2021)

Após a análise da pesquisa de mercado, pode-se planejar o perfil e preferência dos consumidores. Devido isso há um planejamento contendo o preço, prazo de pagamento, entrega, entre outros que será descrito logo abaixo:

O projeto Trip Uai é basicamente um aplicativo de viagem que liga os guias juntamente com os turistas, visto isso, o preço é determinado juntamente com cada guia participante podendo sofrer alterações, dependendo do local e serviços prestados, a média de valor é acessível ao perfil dos clientes. O planejamento tem em vista vários pacotes e opções de lazer com média de valor diário R\$ 80,00 por pessoa sem adicionais, podendo ter variantes como dito acima.

O prazo de pagamento é adaptável ao cliente, podendo ele fazer a opção de parcelamento com cartão de crédito ou boleto bancário, caso optar pelo pagamento no débito ou a vista há um desconto especial para atender todas as suas necessidades.

É garantido o lazer e diversão dos clientes dito isso não há um prazo de entrega e sim um prazo para que os clientes efetuem a compra e escolham o melhor local, horário e passeio desejado.

É prezado pela qualidade de todos os passeios e aventuras, com guias credenciados e prontos para atender todas as necessidades, sem contar com um site e aplicativo de fácil acesso, rápido, prático e seguro.

O atendimento é feito exclusivamente por meios online, como dito anteriormente, o mundo vive hoje a nova era tecnológica, visto isso e pensando no conforto dos consumidores, foi optado por meios digitais para o acesso, há um completo aplicativo com atendente virtual 24 horas para que os clientes possam ter total comodidade para acessar nossos serviços.

A localização é em Belo Horizonte, porém o turista tem uma ampla região atendida por toda Minas Gerais, com o planejamento de futuramente expandir para algumas regiões do Sudeste, porém o aplicativo pode ser acessado em todas as regiões nacionais e internacionais apenas com um clique.

Minas Gerais é uma região bastante turística, repleta de cachoeiras e serras, marcada pela sua hospitalidade, cidades históricas e sua rica identidade cultural.

A demanda do serviço, é afetado pela sazonalidade onde meses de maiores compras são períodos de férias, porém cada região possui suas características, atraindo diferentes tipos de demanda a cada período.

Atualmente há concorrência é acirrada pois o mercado é altamente competitivo, porém é feito um diferencial que é a possibilidade de ligar os guias aos turistas pelo meio online, que atualmente está se destacando no mercado, e também

devido as adaptações necessárias causadas pela reinvenção no mercado causados pelo corona-vírus um diferencial é a opção de viagens pela realidade virtual.

2.2-CONCORRENTES

Alguns dos concorrentes como CVC, Embratur, Flytur dentre outros, possuem lojas físicas e online, porém os mesmos possuem diferentes tipos de serviços, como pacotes completos, transportes, estadias entre outros, havendo assim uma diferença com os serviços da Trip Uai, tendo como base não há como determina-los concorrentes pois os serviços prestados possuem grandes diferenças.

A Trip Uai uma plataforma digital que somente liga o guia ao turista.

Após uma pesquisa feita para descobrir possíveis concorrentes com serviços semelhantes pode-se concluir que atualmente há uma empresa chamada Guia Certo, onde estudantes criaram um aplicativo turístico que também liga os guias aos clientes, porém não há detalhes de como é a empresa e como ela funciona, é um aplicativo gratuito, que surgiu em 2019 por estudantes da Universidade de São Paulo.

ALVARENGA, Thayana (Guia Certo, 2018).

Os concorrentes também poderão ser guias turísticos que não queiram se cadastrar no aplicativo e plataforma, os guias estão localizados em diferentes regiões principalmente as mais turísticas como Ouro Preto, Mariana

2.3 – FORNECEDORES

Para que o aplicativo funcione adequadamente, são necessários fornecedores de internet, pois ela será usada diretamente no serviço. Atualmente são encontrados esses fornecedores facilmente e com preços acessíveis, por exemplo as bandas largas e o uso 3g que diversas operadoras proporcionam. São necessário também de equipamentos como mesas, computadores, smartphones e equipamentos ligados a tecnologia onde é possível achar em vários locais como por exemplo :lojas físicas e também online, e principalmente ,para que o negócio consiga ser idealizado é preciso de guias turísticos, que fornecerão o seu trabalho se cadastrando na plataforma para que os clientes possam acessa-los e assim concluir o seu passeio, os guias serão atraídos através do marketing e da divulgação da plataforma, atualmente há vários guias turísticos credenciados que possam atuar como fornecedores, eles estão

localizados em todo o estado de Minas Gerais principalmente em locais turísticos estratégicos.

3- PLANO DE MARKETING

3.1 – PRODUTOS E SERVIÇOS

O plano de Marketing tem como produto um aplicativo e uma plataforma online. Que poderá ser acessada em qualquer meio eletrônico, onde é prestado serviços para os clientes de ligação entre turista e guias turísticos. Nas plataformas digitais os clientes (turistas) terão uma ampla variedade de locais a ser visitado, bem como pacotes turísticos de passeios e benefícios de cada pacote.

Terão também uma ampla área de guias cadastrados onde poderão ver nome, foto, local de atuação, anos de experiência e comentários de turistas anteriores, para assim ter uma melhor visão do seu guia ideal, tendo também uma área onde poderão simular o seu melhor passeio de acordo com idade, tipo de turismo entre outros.

Garantimos aos turistas total segurança, conforto e comodidade, podendo adquirir seu pacote e usufruí-lo no período de 30 dias podendo escolher o seu dia ideal.

Há também um outro tipo de cliente (guias) que serão nossos prestadores de serviços, para esses clientes, há várias opções de cadastramento no site e uma ampla divulgação do serviço, podendo o mesmo se adaptar a versão desejada, como por exemplo a divulgação do seu serviço no site e toda a transação feita pelo mesmo, ou podem optar por divulgações em cliques, tudo isso com uma garantia que os dados serão mantidos cadastrados no site e acessados por todos os turistas que se cadastrarem, trazendo assim diversos tipos de benefícios para os guias, que muitas das vezes não possuem uma ampla divulgação ficando assim sem receber a demanda correta de turistas que procuram pelo serviço.

3.2 – PREÇO

Para usufruir dos serviços primeiramente deve-se fazer o cadastramento de guias que será a primeira etapa para assim poder se dá início a abertura para clientes.

Para os clientes guias turísticos que também serão fornecedores, irão ser utilizado seu serviço através do aplicativo e site. Para os guias terão dois tipos de

planos de cadastramento, onde será cobrado um valor acessível para que os guias possam continuar cadastrados, mantendo assim o bom funcionamento da plataforma.

O primeiro plano contém um valor de R\$ 250,00 mensais que poderá ser pago através de cartão de débito, boleto bancário, transferência e Pix, tudo isso para que os guias se sintam à vontade para fazer a transação desejada, terá um prazo de pagamento mensal com a data estipulada pelo guia turístico, podendo assim o mesmo saber o seu dia ideal de pagamento.

Haverá também uma segunda opção, para aqueles guias que não desejam pagar um pacote mensal, esse terá direito ao cadastramento na plataforma pagando valores por cliques, cada clique será determinado um valor por região, por exemplo: a região de Ouro Preto, que há uma ampla procura por guias o valor será de R\$ 0,30 por acesso, assim o guia pagará o valor que for acessado; Exemplificando: se em um dia a quantidade de cliques for igual a 50 e o mesmo se repetir durante o mês (30 dias) o guia irá pagar o valor referido de R\$ 180,00, se em um dia a margem de cliques for igual ou superior a 100 o valor é mantido até o limite da cota, trazendo assim um benefício para os guias que optarem por pagamento por clique, as formas de pagamentos serão iguais para as duas opções, porém o prazo de pagamento em cliques é de 15 em 15 dias para assim mantermos o controle de acesso.

Já para os clientes turistas, que acessarão a plataforma em busca de guias, haverá diferentes tipos de valores pois cada passeio, local e região sofrerá alterações. Continuando com o exemplo citado acima da cidade de Ouro Preto, um turista que busca um passeio simples, visitando somente os pontos turísticos mais importantes da região e com parada somente para o almoço, indo e voltando em seu veículo próprio esse pagará um valor inferior ao turista que queira visitar cachoeiras, fazer o turismo de aventura, paradas para café da manhã, almoço, etc. usando o veículo do guia, e usufruindo de vários serviços inclusos.

Teremos várias opções de pagamento para os turistas como débito, transferência, Pix com um desconto de 10% para esses pagamentos e também temos a opção de parcelamento por cartão de crédito e boleto bancário, podendo ser sem juros dependendo do prazo que o cliente tenha para efetuar o pagamento, pensando sempre no bem dos clientes, oferecendo a ele a melhor opção.

3.3 – DIVULGAÇÃO E PROMOÇÃO

Haverá uma ampla divulgação através de mídias digitais. Atualmente, estamos em uma era onde todas as pessoas estão conectadas, será utilizado o trafego pago para gerar conteúdo atraindo, assim, visitantes para o site e aplicativo, divulgando também em revistas turísticas e outdoors em pontos estratégicos.

Para atrair os clientes/fornecedores os guias locais, será feito uma visita até o local onde ficam localizados e será feito a oferta para muitos pessoalmente, através de panfletos, revistas e o famoso “boca a boca”, onde será captado o máximo de guias de respectivos locais turísticos, utilizando um marketing direcionado as mídias tradicionais com um baixo custo em comparação ao marketing digital.

Também haverá, um patrocínio com o Ministério da cultura, e com o sindicato de guias de turismo de Minas Gerais, pensando sempre na divulgação do serviço prestador também na divulgação de um estado rico em cultura e diversidade.

3.4 – DISTRIBUIÇÃO E VENDAS

O projeto foi pensado em uma empresa focada na era digital, devido isso os serviços chegarão aos clientes primordialmente pelas mídias digitais, como aplicativo, site, Instagram, facebook, e-mail dentre outros, contará também com representantes que prestarão serviços 24 horas, porém os mesmos se encontram somente via internet.

3.5 – LOCALIZAÇÃO

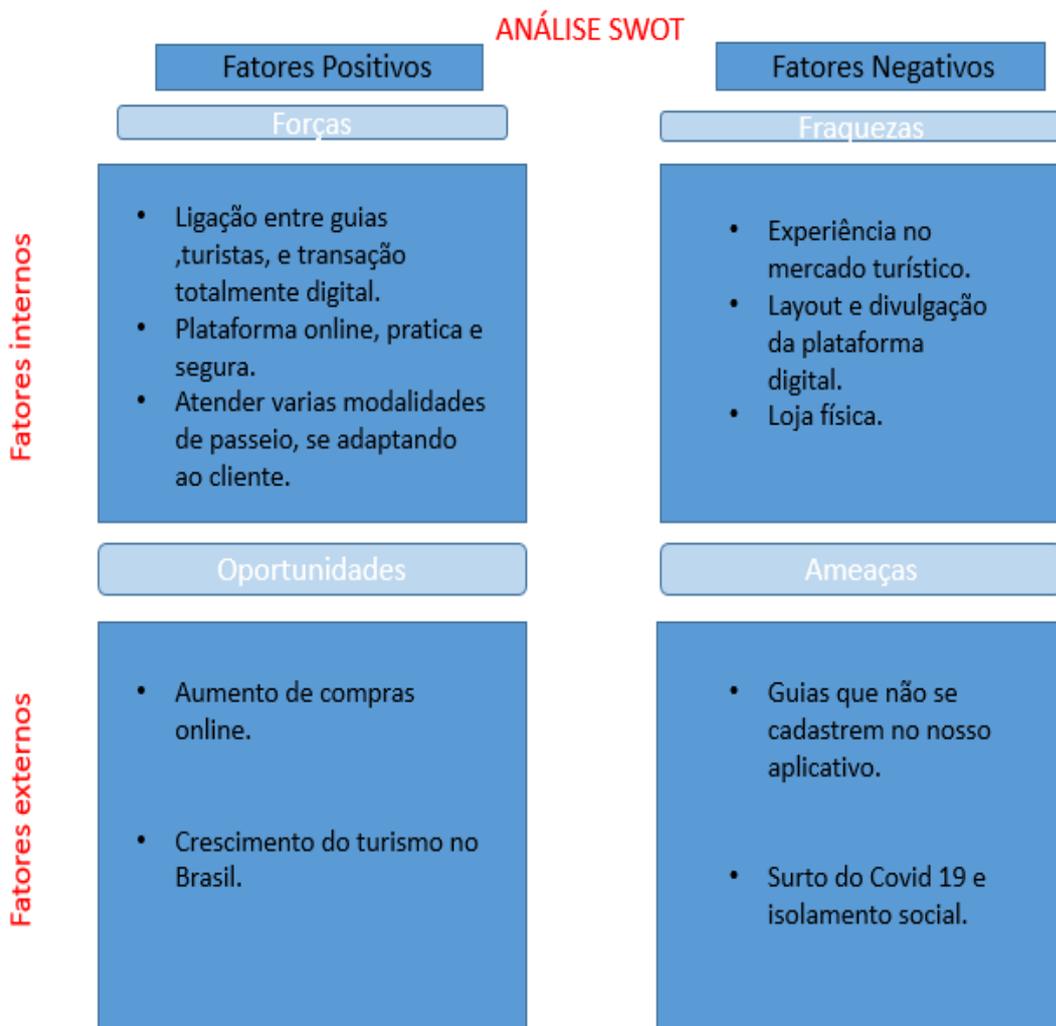
A empresa é 100% digital por isso para os clientes ainda não possui uma loja física, porém será expandido o trabalho e será aberto uma loja que será situada em Belo Horizonte.

O escritório onde será prestado o serviço não é aberto aos clientes somente aos funcionários, a localização é na região do Barreiro, em escritório seguro e próprio com facilidade de acesso para todos que trabalham no mesmo, com pouca proximidade de possíveis concorrentes já que o ramo não é uma empresa turística e sim um serviço digital que liga o guia ao turista.

4.0 – PLANO ESTRATÉGICO

4.1 – ANÁLISE DE SWOT

Figura 1 – Análise Swot



Fonte: Aatoria própria (2021)

A empresa conta com uma plataforma prática e confiável fazendo com que os clientes se sintam seguro para usá-la, é oferecido uma ligação direta entre os guias e os turistas e uma transação totalmente online economizando tempo que hoje em dia é umas das maiores reclamações do dia a dia, é atendido também várias modalidades de passeios onde é possível nos adaptar ao cliente tornando isso um diferencial, fazendo assim com que o cliente se sinta atraído para usufruir dos produtos.

Com as mudanças que andam acontecendo na era tecnológica as compras online estão cada vez maiores, as pessoas estão se adaptando cada vez mais a usarem somente plataformas online e a não ir em locais fixos economizando, assim, tempo e recursos houve também um grande aumento do turismo no Brasil, visto isto identificamos os pontos positivos

Porém estamos começando agora no mercado turístico devido isso temos que adquirir uma maior experiência no mercado e como se trata de uma nova plataforma com um novo layout várias adaptações serão necessárias ao longo do trajeto da empresa, haverá uma loja física de suporte ao cliente pois mesmo com toda facilidade, praticidade e segurança da plataforma, pode ocorrer alguns riscos e alguns clientes se sentem mais seguros tendo contato direto com o fornecedor.

Foram traçados alguns objetivos estratégicos para amenizar as ameaças e fraquezas.

Haverá um investimento em capacitação profissional, como cursos e treinamentos voltados para o turismo. Há também o investimento no marketing contando com uma pessoa experiente em plataformas digitais. Para colocar a plataforma em ótimo funcionamento e de um modo que dê para todos os clientes entenderem e acessarem sem nenhuma dificuldade, contará também com uma ótima divulgação em meios online, mas também em locais de muita movimentação fazendo uma boa visibilidade do serviço e tendo promoções para assim ser captado o máximo de clientes, no decorrer do negócio será criada uma empresa fixa, como um suporte aos clientes que queiram ter uma conversa direta com o fornecedor.

Para potencializar as forças será focado melhorias contínuas na plataforma digital para cada vez mais conectar o turista com os guias e ter uma transação totalmente segura e confiável, irá haver também a expansão cada vez mais dos passeios para mais áreas de Minas Gerais e o aumento das modalidades e serviços como por exemplo uma lista de restaurante credenciados, hospedagem para os clientes oferecendo assim cada vez mais praticidade e conforto para o seu lazer. Será oferecido o serviço em todos os meios como sites aplicativos via androides e iOS, irá também ter uma conexão via vídeo para o cliente poderem conversar e conhecer o seu guia.

5 – PLANO OPERACIONAL

5.1 – LAYOUT

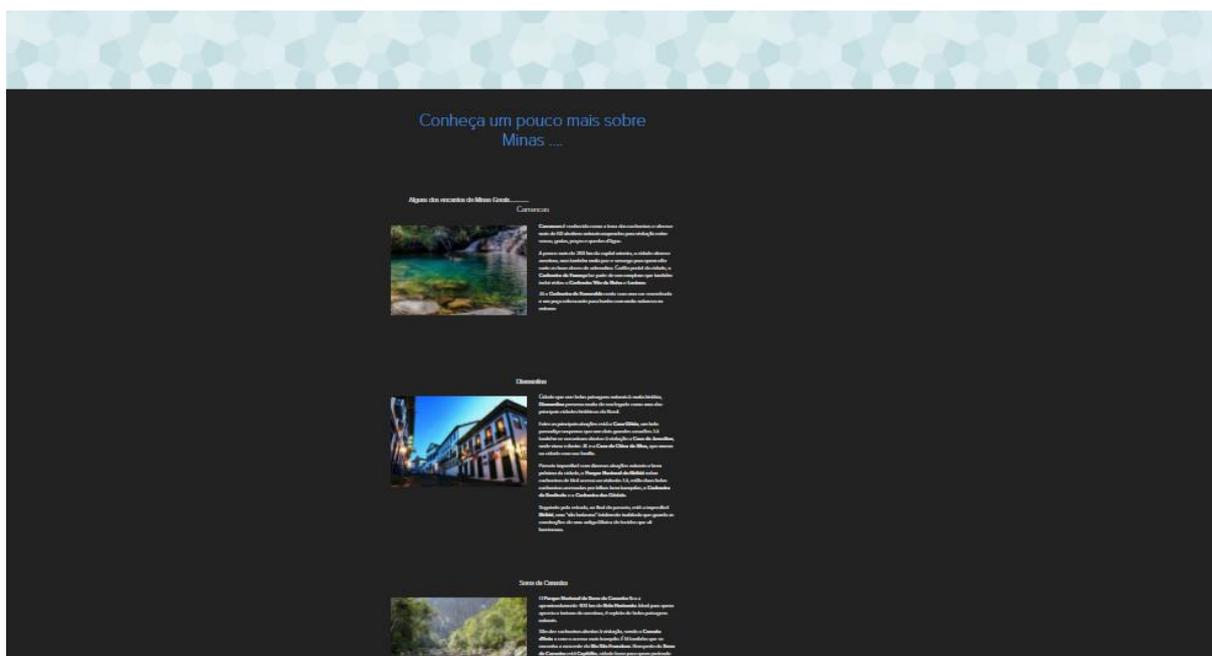
O site e aplicativo possui uma página, colorida para chamar a atenção de fácil acesso que atrai os clientes, com fotos dos pontos turísticos e explicações sobre os mesmos.

Figura 2 – Apresentação do site



Fonte: Autoria própria (2021)

Figura 3 – Apresentação do site, segunda página.



Fonte: Autoria própria (2021)

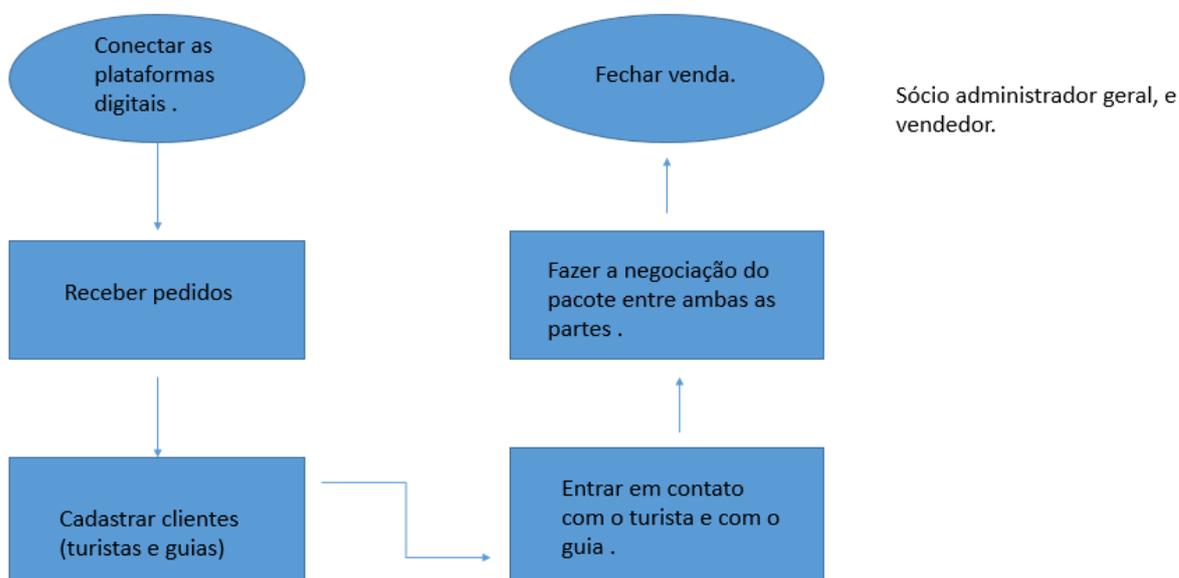
5.2 – CAPACIDADE PRODUTIVA

Há uma estimativa de capacidade para atender a média de 120 clientes mensais, por ter uma disponibilidade no começo da empresa do cadastramento de 30 guias turísticos. Levando em consideração que cada guia faça 1 viagem semanal totalizando 4 viagens por mês, levando também em consideração que o plano é expandir a empresa cada vez mais e aumentar a quantidade de guias e assim aumentar respectivamente a quantidade dos clientes.

5.3 – PROCESSOS OPERACIONAIS

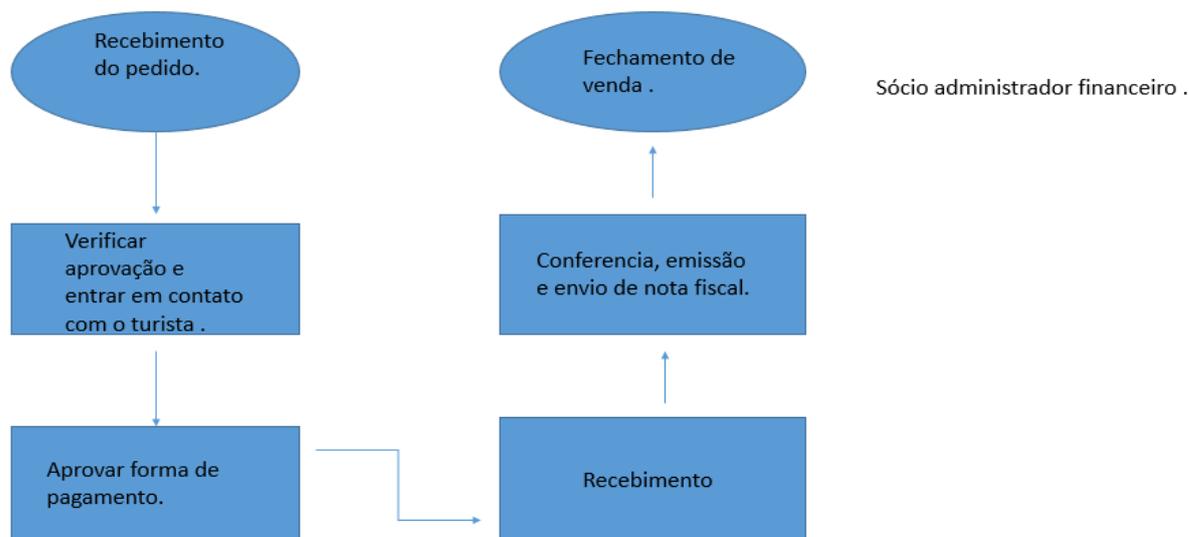
A empresa contará com os dois sócios, um assumira a parte administrativa o marketing e as vendas e o outro a parte financeira, vendas e suporte. Todos eles contarão com mesas e computadores, telefone para uso na empresa, e materiais de apoio.

Imagem 4 – Fluxograma sócio 1



Fonte: Autoria própria (2021)

Imagem 5- Fluxograma sócio 2.



Fonte: Autoria própria (2021)

5.4 – PLANO DE PESSOAL

5.4.1 – ATRIBUIÇÕES DOS SÓCIOS

A empresa contará com dois sócios Thayna e Fernando.

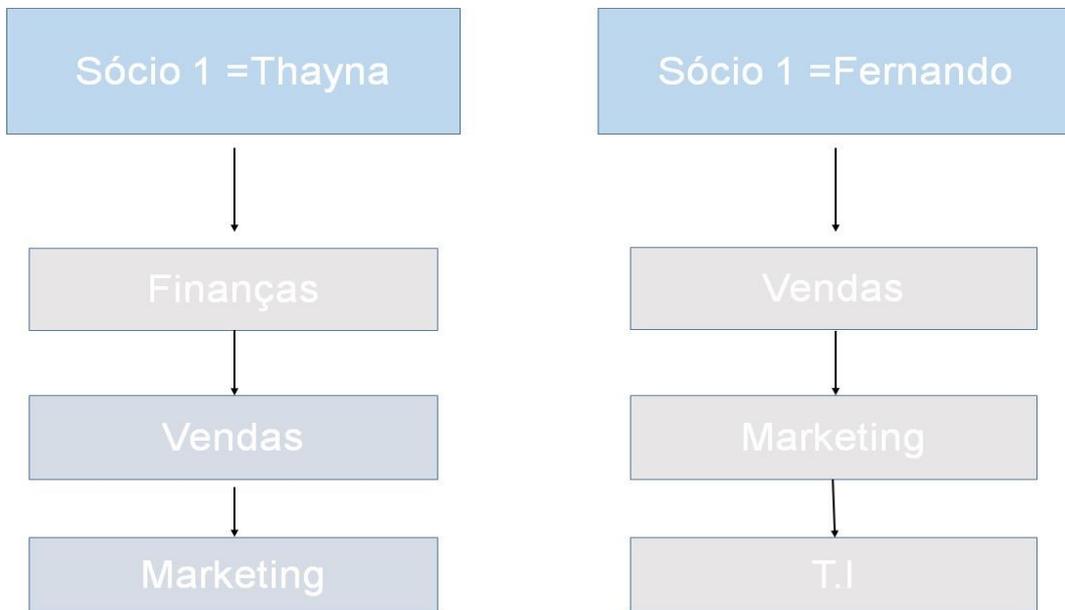
A primeira sócia ficará responsável pela administração geral da empresa, desde o atendimento a clientes, colaboradores e funcionários até mesmo a gerencia geral.

O outro sócio ficará responsável pela parte financeira da empresa, como contas a pagar e receber e também nas vendas e suporte de TI.

5.4.2 – PESSOAL

No quadro de pessoal há os sócios gestores na administração geral atendendo a área financeira, vendas, marketing responsável por todo layout e divulgação dos canais digitais, e responsável pelo TI para suprir todas as necessidades caso ocorra algum problema com equipamento ou internet.

Imagem 6-Organograma



Fonte: Autoria própria (2021)

6 – PLANO FINANCEIRO

6.1 – INVESTIMENTO INICIAL

6.1.1 – Investimentos fixos

Tabela 3 – Investimentos fixos

Item	Descrição	Qto.	VI. Uni.	Total
1	Rede de Internet	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
2	Software	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
3	Computadores	3	R\$ 1.200,00	R\$ 3.600,00
4	Mesas	2	R\$ 400,00	R\$ 800,00
	Total	8	R\$2.150,00	R\$4.950,00

Fonte: Autoria própria (2021)

6.1.2 – Investimentos pré-operacionais

Tabela 4 – Investimentos pré-operacionais

Item	Descrição	Qto.	VI. Uni.	Total
1	Reforma do imóvel	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
2	Marketing tradicional e digital	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
3	Treinamento	2	R\$ 500,00	R\$ 1.000,00
4	Documentação	1	R\$ 900,00	R\$ 900,00
	Total	5	R\$ 4.600,00	R\$ 5.100,00

Fonte: Autoria própria (2021)

6.1.3 – Estoques iniciais

Tabela 5 – Estoques iniciais

Item	Descrição	Qto.	VI. Uni.	Total
1	Matéria prima	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00

Fonte: Autoria própria (2021)

6.1.4 – Capital de Giro

Tabela 6 – Capital de giro

Ativo Circulante	Valor	Passivo circulante	Valor
Dinheiro	R\$ 10.000,00	Empréstimos	R\$ 0,00
Estoque	R\$ 0,00	Passivo acumulado	R\$ 1.000,00
Contas a receber	R\$ 4.000,00	Contas a pagar	R\$ 2.000,00
Total	R\$ 14.000,00	Total	R\$ 3.000,00

Fonte: Autoria própria (2021)

Capital de giro: R\$14.000 – R\$ 3.000 = R\$11.000

6.1.5 – Investimento total e fontes de recursos

Tabela 7 -Resumo dos investimentos

Item	Descrição	Valor
1	Investimentos fixos	R\$ 2.000,00
2	Investimentos operacionais pré-	R\$ 3.500,00
3	Estoques iniciais	R\$ 0,00
4	Capital de giro	R\$ 14.000,00
	Total	R\$ 19.500,00

Fonte: Autoria própria (2021)

Tabela 8 – Fontes de Recursos

Item	Fontes de Recursos	Valor	%
1	Recursos próprios	20.000	100
2	Recursos de terceiros	0	0
	Total		100

Fonte: Autoria própria (2021)

6.2 – GASTOS COM PESSOAL

Não haverá funcionários, somente os sócios.

6.3 – REMUNERAÇÃO DOS SÓCIOS

Tabela 9 – Remuneração dos sócios

Item	Sócio	Valor
1	Thayna	R\$ 3.000,00
2	Fernando	R\$ 3.000,00
	Total	R\$ 6.000,00

Fonte: Autoria própria (2021)

6.4 – PROJEÇÃO DE CUSTOS E DESPESAS

Tabela 10 – Projeção de despesas

Item	Gastos	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
1	Custos fixos	R\$ 3.000,00	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
2	Custos Variáveis	R\$ 2.550,00	R\$ 2.600,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
3	Despesas fixas	R\$ 1.100,00	R\$ 1.500,00	R\$ 2.000,00	R\$ 3.300,00	R\$ 4.000,00
4	Despesas variáveis (impostos e gastos)	R\$ 1.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00

Fonte: Autoria própria (2021)

6.5 – CUSTOS DO PRODUTO OU SERVIÇO

Custos variáveis, o custo do produto será imposto pelo guia turístico.

O valor pago pelo guia será imposto pelo número de cliques.

6.6 – PREVISÃO DE VENDAS

Assinatura mensal de R\$50 reais para cada guia cadastrado, relatórios de pesquisa de mercado com usuários do site no valor de R\$700,00 reais, valor médio de R\$ 500 reais de receita com o serviço Guia Local, R\$ Taxa fixa de 150,00 reais mensais para os vendedores de produtos no site durante o primeiro ano, Taxa variável de 30% sobre as vendas a partir do segundo ano;

Previsão de cadastramento inicial de 30 guias, e a quantidades de acesso equivalentes a 50 cliques por dia, com 4 adesões de contratos diários.

6.7 – IMPOSTOS SOBRE FATURAMENTO

Foi escolhido a tributação simples Nacional. Os tributos atingidos são: IRPJ, CSLL, PIS/Pasep, Cofins, IPI, ICMS, ISS e a Contribuição para a Seguridade Social destinada à Previdência Social a cargo da pessoa jurídica (CPP)

6.8 – PROJEÇÕES FINANCEIRAS

O projeto conta com um investimento inicial em diversos setores, totalizando o valor de R\$20.000, prevendo assim, um retorno do valor esperado após seis meses de operação da empresa e uma lucratividade estimada a partir do sétimo mês variando em torno de R\$ 7.000, visto isso, o ponto de equilíbrio encontrado está em torno do valor de R\$4.000, para assim conseguir manter o sucesso, estabilidade no mercado e a saúde financeira.

6.9 – ANÁLISE DE INVESTIMENTO

Após uma análise de investimento concluiu-se que o projeto com um investimento inicial totalizando o valor de R\$20.000, é previsto, um retorno do valor esperado após seis meses de operação da empresa e uma lucratividade estimada a partir do sétimo mês variando em torno de R\$ 7.000, tendo em vista o valor anual de R\$60.000 de entrada e lucratividade da empresa.

7 – ELEVATOR PITCH

Fernando e Thayná escolheu apresentar dados reais sobre o aplicativo que eles criaram para um grupo de investidores. Eles mostraram a eficácia do aplicativo e suas vantagens, que irá servir as pessoas que baixam ele. Nessa conversa com eles mostraram que o aplicativo será bastante útil para os turistas que irão conhecer as regiões de Minas Gerais.

A empreendedora Thayná também estava bem informada sobre o próprio investidor. No final, ela dá uma pincelada sobre seu modelo de negócios e a fase em que a startup está.

Já Fernando, encontrou um pouco de dificuldade no início com a startup. Mas seguiu em frente, apresentando dados sobre o mercado e mostrando o cenário do problema, que no momento é o Corona Vírus. Também demonstrou o potencial de crescimento do projeto

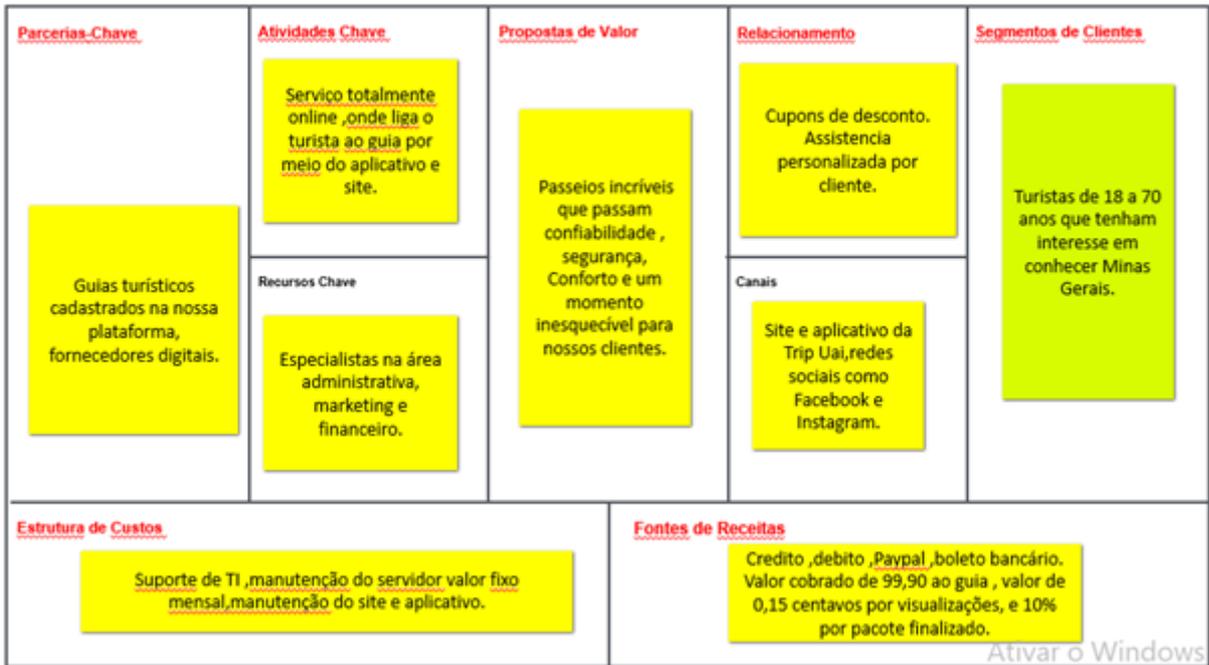
Conversa:

- Olá Yuri, tudo bem? Primeiramente parabéns pela nova conquista da sua empresa. Mas o que eu quero falar mesmo é sobre o aumento dos acessos e compras pelas mídias sociais, atualmente mais de 90% dos brasileiros utilizam aplicativos e a rede de internet, visto isso decidimos investir em um aplicativo e em uma plataforma turística totalmente online que conecta diretamente o guia aos nossos clientes turistas que queiram conhecer as belezas de Minas Gerais, que aliás é um dos estados que mais recebem turistas devido suas belezas e sua história. Atualmente estamos vivendo a pandemia do Covid 19 devido isso muitas pessoas estão agendando o seu passeio para datas posteriores o que está fazendo nossa demanda cair atualmente, porém aumentar bastante para períodos futuros

8 – BUSINESS MODEL CANVAS

Imagem 6 – Canvas

CANVAS: TRIP UAI



Fonte: Autoria própria (2021)

9 – CONCLUSÃO

O serviço foi desenvolvido pensando nessa nova era tecnológica e os impactos gerados no turismo, é composto por um aplicativo turístico voltado aos clientes que queiram conhecer e aproveitar o melhor de Minas Gerais.

Visto a oportunidade de abranger no ramo turístico, onde possa ser criado maior volume de serviços dos guias de turismo, o que venha a resultar em um maior desenvolvimento econômico da região facilitando para todos os turistas que buscam um passeio completo, tendo segurança, conforto e confiabilidade em suas viagens.

Devido ao mercado tecnológico que não para de crescer foi elaborado o projeto com o objetivo de criar novos serviços que traga comodidade ao cliente e que venha resultar lucratividade pelo serviço ofertado, visando cada vez mais o aumento da procura dos serviços e satisfação do cliente

REFERÊNCIAS

Sem autor. A importância da tecnologia para o turismo. Sebrae ,2017. Disponível em:
<https://sebraemg.com.br/blog/a-importancia-da-tecnologia-para-o-turismo/>
Acesso em:22 maio, 2021.

APÊNDICE

Apêndice A

<https://youtu.be/c1BqTLQf25A>

APÊNDICE B

https://trip-uai8.webnode.com/?_ga=2.102481537.1857468316.1623339497-403856381.1584572879

ANEXO