

## Fixing It

**Objetivo:** Desenvolver o projeto de uma nova empresa de turismo voltada para atender o público consumidor que reside na cidade de São Paulo.

**Contexto:**

A Fixing It é uma consultoria contratada por um casal de investidores que pretende abrir uma nova empresa do setor de turismo. O casal exige que a empresa atue na prestação de serviços de turismo para o público que reside na cidade de São Paulo. As alternativas de empresas são

- Agência de viagens emissiva
- Agência de turismo receptivo
- Operadora de turismo
- Organizadora de eventos
- Espaço para eventos
- Estabelecimento de hospedagem
- Empresa de transportes turísticos (exceto companhia aérea)

A Fixing It já conta com um roteiro padronizado de elaboração de projetos de novas empresas, o qual deverá ser seguido integralmente. Esse roteiro é apresentado a seguir.

**Disciplinas envolvidas:** Empreendedorismo (EMPX5), Marketing Turístico (MKTX5), Prospecção Mercadológica (PMEX5), Técnicas Publicitárias (TPUX5), Gestão da Qualidade (GEQX5).

**Grupos:** até 4 membros.

**Forma da entrega:** uma via impressa e encadernada em espiral (ou similar) e arquivos em PDF por email para todos os professores envolvidos – [glauber@ifsp.edu.br](mailto:glauber@ifsp.edu.br); [hotelaria.marco@gmail.com](mailto:hotelaria.marco@gmail.com); [brenno\\_cefet@yahoo.com.br](mailto:brenno_cefet@yahoo.com.br); [cacollpy@hotmail.com](mailto:cacollpy@hotmail.com)

**Data da entrega:** 18/06/2012

**Data da apresentação:** 26/06/2012

**Nota:** parte escrita x 0,7 + parte oral x 0,3

**Forma de apresentação:** Oral com apoio de datashow. Deve ser realizada por todos os membros do grupo.

**Conteúdos exigidos:** Grupos que não tiverem nenhum aluno cursando determinada disciplina envolvida no projeto não precisam desenvolver os capítulos que forem exclusivos dessa disciplina. Alunos cursando apenas uma disciplina envolvida no trabalho podem optar por desenvolver ou não esta atividade.

**Nota:** nota final única para cada grupo, sendo essa incluída no cálculo da média final de cada disciplina conforme critérios definidos por cada professor.

### Roteiro de conteúdo do trabalho

EMP	MKT	PME	TPU	GEQ	Conteúdo
X	X	X	X		<b>Capa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nome da instituição</li> <li>• Nome do curso</li> <li>• Nome da empresa</li> <li>• Nome e prontuário dos integrantes do grupo</li> <li>• Mês e ano</li> </ul>
X	X	X	X		<b>Sumário</b>
X	X	X	X		<b>Resumo executivo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição do mercado a ser trabalhado</li> <li>• Resumo do plano de negócios</li> </ul>
X					<b>1. Análise de concorrência</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise dos principais concorrentes</li> <li>• Quantidade e tamanho das empresas</li> <li>• Localização</li> <li>• Serviços e produtos</li> <li>• Estrutura organizacional</li> <li>• Infraestrutura e equipamentos</li> <li>• Promoção</li> <li>• Distribuição</li> </ul>

EMP	MKT	PME	TPU	GEQ	Conteúdo
					<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preços</li> <li>• Marca</li> <li>• Vendas</li> </ul>
		X			<b>2. Análise da demanda potencial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tabulação do questionário aplicado na disciplina de PMEX5</li> <li>• Grau de interesse da demanda potencial pelo produto oferecido</li> <li>• Perfil dos indivíduos interessados no produto</li> <li>• Características preferidas do produto</li> <li>• Disposição a pagar (quando pertinente)</li> </ul>
X	X				<b>3. Análise SWOT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pontos Fortes</li> <li>• Pontos Fracos</li> <li>• Oportunidades</li> <li>• Ameaças</li> </ul>
X	X				<b>4. Foco estratégico</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Público-alvo</li> <li>• Visão</li> <li>• Objetivos</li> <li>• Metas</li> <li>• Estratégias</li> </ul>
X					<b>5. Estrutura organizacional</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrutura jurídica</li> <li>• Valores e objetivos da empresa</li> <li>• Propriedade</li> <li>• Organização jurídica</li> <li>• Organograma</li> <li>• Descrição dos setores e departamentos</li> <li>• Organização e características dos recursos humanos</li> <li>• Infraestrutura e equipamentos</li> </ul>
X	X				<b>6. Serviços e produtos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Descrição detalhada dos serviços e produtos</li> <li>• Plano de preços</li> </ul>
			X		<b>7. Plano de promoção</b>
	X				<b>8. Plano de distribuição</b>
				X	<b>9. Plano de qualidade</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Descrição das normas mínimas para as empresas do ramo de atividade</li> <li>• Uso da certificação ISO 9000; 14000; 16000; 22000 ou selos da área do turismo (como Aventura Segura, Bem receber, etc.);</li> <li>• Certificações indicadas e/ou utilizadas pelas concorrentes;</li> <li>• Propostas de ações de qualidade referentes aos recursos humanos</li> <li>• Propostas de ações de qualidade referentes a gestão dos espaços físicos e recursos materiais</li> </ul>
	X				<b>10. Estudo de localização</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Princípios norteadores da localização</li> <li>• Estudo de regiões alternativas</li> <li>• Seleção da região prioritária</li> <li>• Análise da oferta de imóveis</li> <li>• Acesso para clientes, fornecedores e empregados</li> <li>• Concorrência</li> </ul>
X					<b>11. Análise de viabilidade financeira</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investimentos</li> <li>• Receitas</li> <li>• Impostos</li> <li>• Custos</li> <li>• Depreciação</li> <li>• Lucro</li> <li>• Rentabilidade</li> </ul>
X	X	X	X		<b>12. Anexos</b>