

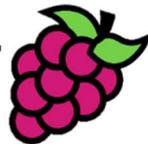
**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA**

**Faculdade de Tecnologia de Jundiaí “Deputado Ary Fossen”**

**Curso Superior - LOGÍSTICA**

**VINHOCLETA JUNDIAÍ – ROTA DO VINHO**

**VINHOCLETA**  
**JUNDIAÍ**



**PROJETO VINHOCLETA JUNDIAÍ,  
APRESENTADO A DISCIPLINA DE  
PROJETO INTERDISCIPLINAR V  
DESENVOLVIDO SOB ORIENTAÇÃO  
DA PROF. Ma. MÁRCIA PINHEIRO  
SILVA**

**Obs:**

**O Projeto obedece às diretrizes da IN 41-03 do Sebrae Nacional – “Requisitos para elaboração do Projeto” – Anexo I**

**Jundiaí/ SP**

**Março, 2022.**

## 1. EMPREENDEDORES

---



Jessica Alves

jessicaalves.santos100@gmail.com

Técnica em logística e cursando o 5º semestre tecnólogo em logística, sou estagiária no setor de transportes na empresa Continental Tires, empresa multinacional alemã. Exerço o acompanhamento de entregas, medição de KPI e gestão de ocorrências das transportadoras contratadas para o frete fracionado de todo Brasil. Tenho experiência em centro de distribuição, pois fui auxiliar administrativo no setor de expedição e responsável por processo de logística reversa no recebimento. Ao todo são 4 anos na logística com experiência em transportes e armazém. Também possuo conhecimento no sistema SAP, Pacote Office, principalmente Excel nível intermediário, Inglês intermediário, noções básicas de Power BI e algumas experiências com WMS. Nesse projeto ocupo o cargo de Diretora de Projeto.



Juliane Prado

jucestari.prado@gmail.com

Tecnóloga em Meio Ambiente pela ETECVAV Vasco Antônio Venchiarutti, geóloga formada pela Universidade Estadual Paulista (Unesp) e cursando o 5º semestre do curso de Tecnologia em Logística na Fatec Jundiaí. Atuei profissionalmente na área técnica de projetos em meio ambiente com foco em educação ambiental no Jardim Botânico de Jundiaí SP. Realizei em 2011 um intercâmbio para a Alemanha como bolsista do programa CAPES/UNIBRAL para a Universidade Ruprecht Karls - Universität Heidelberg. Tenho conhecimento em alemão, espanhol, inglês e italiano; pacote Office. Tenho facilidade no aprendizado, sou uma pessoa sempre disponível a ajudar e em ouvir. Neste projeto sou a CEO e a Diretora Administrativa.



Lincon Fonseca

lincon.a.fonseca@outlook.com

Engenheiro Mecânico e Curso o 5º semestre do curso de Tecnologia em Logística na Fatec Jundiaí. Fui estagiário comercial/ Exportação na empresa Correias Mercúrio por um ano e por oito meses trabalhei como auxiliar técnico na empresa Araújo engenharia. Atualmente trabalho como assistente comercial na empresa NIFAST do Brasil. Tenho mais de 80h certificadas em cursos do pacote office e tenho inglês intermediário. Adoro andar de bicicleta e confraternizar com os amigos. Neste projeto eu sou o Diretor Logístico.

## 2. EMPRESA

---

A nossa empresa é a VinhoCleta Jundiaí localiza-se no bairro do Caxambu, Jundiaí - SP. A escolha da localização do nosso ponto de apoio foi devido ao bairro ter destaque à produção de uvas com várias vinícolas e atualmente busca explorar o seu passado ligado à imigração italiana por meio do turismo. Este bairro está na rota do Circuito das Frutas e têm sido muito procurados nos últimos anos pelos turistas que vem das mais variadas cidades como uma maneira de relaxar, devido aos “ares do interior”.

Apesar deste cenário favorável ainda se tem uma falta de divulgação dos locais turísticos para se visitar e desta forma nossa empresa busca impulsionar a divulgação da rota da uva, incentivando o lazer, cultura e turismo da região, isso conseqüentemente impulsionará o comércio local, uma vez que montamos uma rota com paradas estratégicas em alguns destes estabelecimentos. Na Figura 1 é possível vermos uma imagem conceitual de nosso veículo.

Figura 1 – Foto Ilustrativa do nosso veículo



Fonte: Internet modificada pelo autor.

A estrutura da bicicleta é composta por elementos padrões como, marchas, pedais, corrente, bicicleta, além disso, terá um motor elétrico, para fim de outras movimentações e precaução caso os clientes não consigam finalizar a rota. O serviço possui um diferencial, pois durante o percurso, enquanto os nossos clientes pedalam, teremos um condutor e um assistente que serão responsáveis por manterem a motivação do grupo, além de contar um pouco da história da cidade.

A nossa empresa é inovadora por ser a primeira bicicleta coletiva que agrega esta carga histórica da região e usa a uva como temática proporcionando uma experiência agradável por Jundiaí. Usaremos uma gestão democrática por ser uma pequena empresa com três colaboradores a princípio. Desta forma todos iremos trabalhar com envolvimento, respeitando novas ideias e sugestões para fazer nosso negócio prosperar. Nossos princípios são:

**Missão:** Garantir uma integração de lazer e cultura aos nossos clientes por meio de nossos passeios turísticos.

**Visão:** Ser uma referência no cicloturismo vinícola no país.

**Valores:** Confiança, Respeito às pessoas e ao Meio Ambiente; Ética e Transparência.

**Política:** Visar o foco no cliente e preservação do meio ambiente, adotando princípios éticos, íntegros e transparente nos negócios.

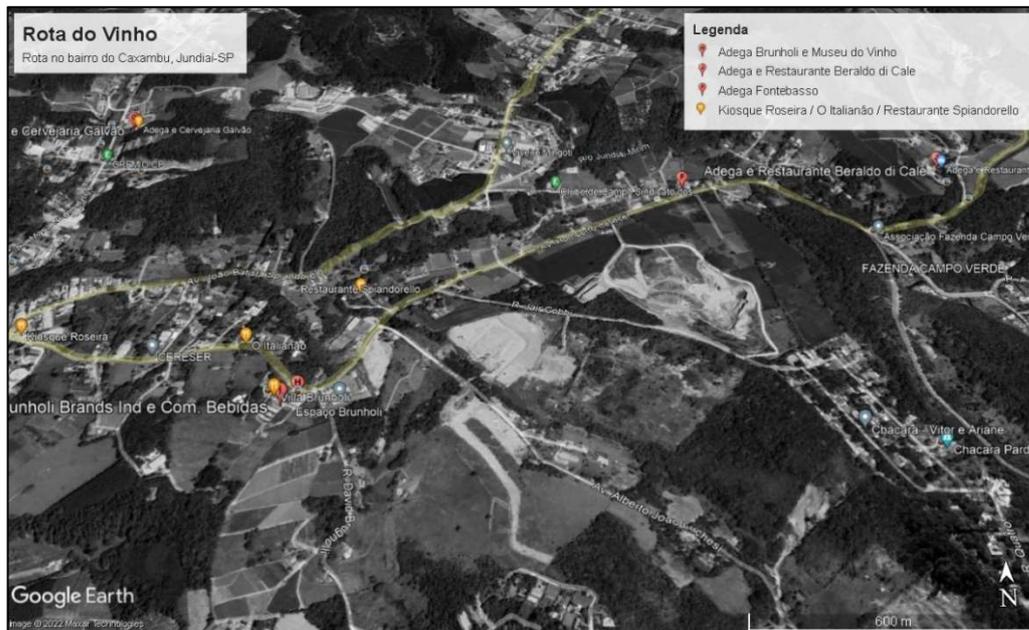
### 3. PRODUTO/PRESTAÇÃO DE SERVIÇO

---

Além de incentivar o ciclismo, proporcionaremos um momento de cultura, na qual apresentaremos alguns fatos a respeito da história local e momentos de lazer. Com isso teremos a união de cultura, lazer, turismo, ciclismo e comércio.

Iremos atuar nos fins de semana e feriados por meio de uma rota que irá passar por estabelecimentos locais, comércios e adegas onde iremos fazer paradas para apreciação do local, fotografias, refeições e uso de banheiros. Nosso serviço consiste na realização de uma rota turística através de uma bicicleta coletiva que passará por um caminho pré-elaborado para contemplar alguns comércios da região, conforme mostra a Figura 2.

Figura 2 – Foto via satélite da região escolhida



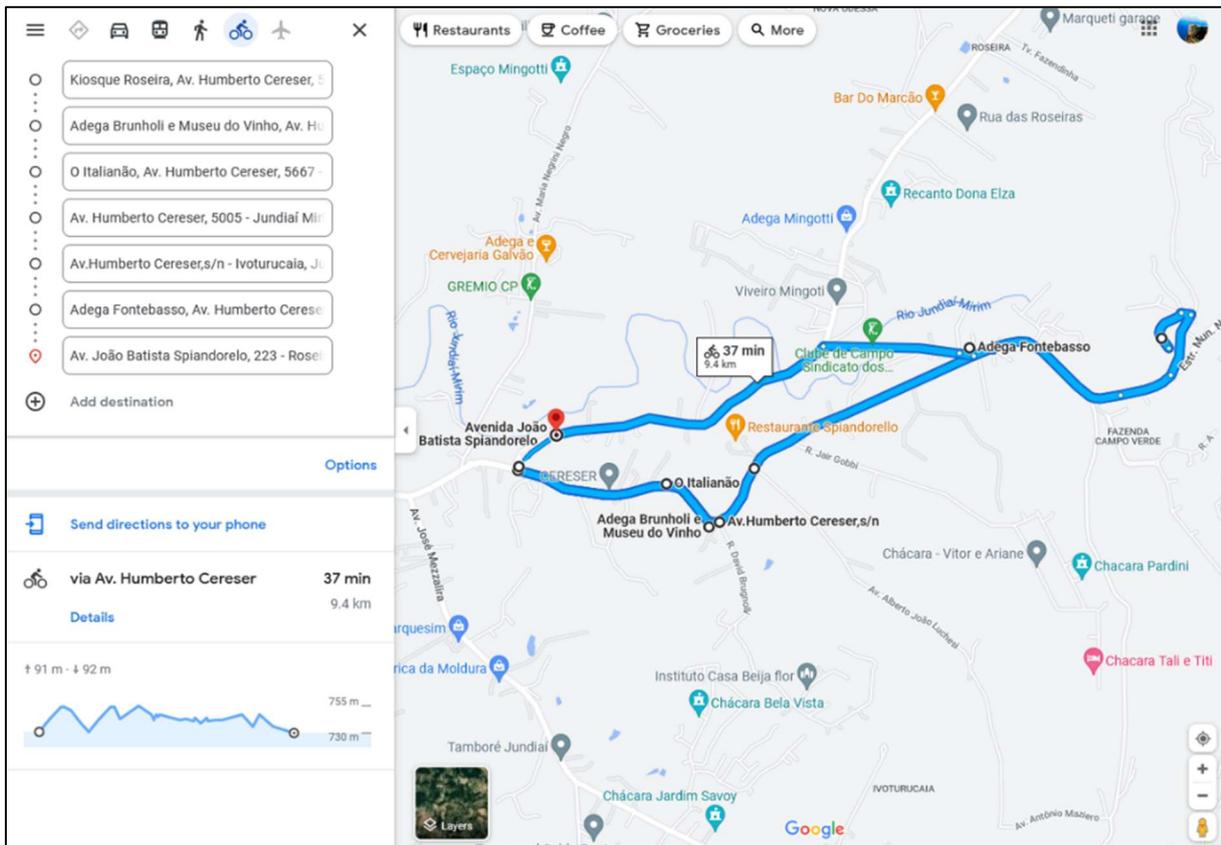
Fonte: Google Earth (2022)

O ponto de partida da rota corresponde ao nosso ponto de apoio que fica ao lado do Kiosque Roseira, localizada na Avenida Humberto Cereser, no bairro do Caxambu. Corresponde a um ponto importante para o nosso negócio, pois nele se concentrará o centro de mídia social para prospectar novos clientes, divulgação nas redes sociais, distribuição de capacetes, realização da compra de bilhetes do serviço e a programação do passeio, bem como no caso de algum imprevisto ou solicitação da ajuda das autoridades responsáveis, será a partir deste ponto que nos contactaremos.

Além do ponto de apoio, alugaremos um espaço, próximo a base para guardar a bicicleta quando não estiver em uso. Desta forma faremos um seguro para a nossa bicicleta caso algo aconteça bem como um seguro coletivo para os nossos clientes para eventuais acidentes na bicicleta coletiva.

A rota total se estende por quase 10km e terá uma duração total aproximada de 01h30min. O percurso de ida se inicia no nosso ponto de apoio e segue por esta mesma via até a adega Beraldi di Cale. Na volta, a rota muda para a Avenida João Batista Spiandorello, conforme aponta a Figura 3.

Figura 3 – Rota planejada



Fonte: Google Maps (2022)

Pelo fato da trajetória de ida e volta não ser a mesma, a estratégia utilizada foi que passemos por lugares diferentes e que a rota fique em formato circular.

Nos primeiros meses do funcionamento da nossa empresa os três sócios fundadores serão os únicos funcionários, não havendo outras contratações. Trabalharemos três dias por semana (às sextas, sábados e domingos), 8 horas por dia. Um planejamento da rotina diária foi realizado e a partir dele concluímos que começaremos nosso dia às 8h, sendo que a primeira viagem será realizada às 8h30min e com término previsto para as 10h. Uma segunda viagem começará às 10h30min e terminará às 12h. Finalizando a segunda rota do dia, estimularemos que as pessoas que realizaram esta viagem fiquem e almochem em nosso parceiro (Kiosque Roseira) e as que espera que participem da próxima viagem, assim viabilizaremos um maior contato social entre todos os envolvidos neste projeto. O almoço terá a duração de 1 hora, iniciando às 12h e será finalizado às 13h. Uma terceira viagem iniciará às 13h30min, com retorno às 15h e uma quarta viagem terá

início às 15h30min, com retorno previsto às 17h. Após a última viagem retornaremos ao nosso ponto de apoio, finalizando o dia às 18h. Os horários referentes às viagens são mostrados Tabela 1<sup>[OBJ]</sup> abaixo.

Tabela 1 - Rotina de trabalho

Dia de trabalho	
Início Viagem 1	08:30
Fim Viagem 1	10:00
Início Viagem 2	10:30
Fim Viagem 2	12:00
Início Horário de almoço	12:00
Fim Horário de almoço	13:00
Início Viagem 3	13:30
Fim Viagem 3	15:00
Início Viagem 4	15:30
Fim Viagem 4	17:00

Fonte: Autoral

Como mostrado na tabela acima teremos 4 viagens por dia e elas terão duração aproximada de 01h30min com intervalos de 30 minutos entre elas, sendo que entre a viagem 2 e a 3 pararemos para o almoço, assim fazendo um intervalo maior, de 01h:00. A bicicleta que projetamos possuirá 10 bancos além do banco do condutor e comunicador.

Na **Erro! Fonte de referência não encontrada.** abaixo nota-se que prevemos realizar por mês aproximadamente 48 viagens; este valor foi obtido a partir de 96 horas trabalhadas por mês, com 10 clientes por viagem e 4 viagens por dia.

Tabela 2 Cálculo das Horas Mensais

Cálculo das Horas Mensais	
Viagens por dia	4
dias trabalhado por mês	12
Horas trabalhadas por mês	96
Número de Clientes por Viagem	10
<b>Viagens por mês</b>	<b>48</b>

Fonte: Autoral

A partir das Tabelas 3 e 4 foi possível calcular o valor do bilhete por passageiro. As despesas que foram usadas para realizar o cálculo foram o investimento da bicicleta coletiva (R\$ 20.000,00) e a despesa com salários dos três diretores (R\$ 2500,00 cada). A partir destas despesas e utilizando também as 96 horas de trabalho

por mês e 10 clientes por viagem, foi possível chegar ao valor de R\$ 28,65 por bilhete; por corresponder a um valor com números não inteiros, arredondou-se este valor para R\$ 30,00 o bilhete.

Tabela 3 - Cálculo das Despesas

Cálculo das Despesas	
Bicicleta	R\$ 20.000
salários	R\$ 7.500
<b>Total Despesas</b>	<b>R\$ 27.500</b>

Fonte: Autoral

Tabela 4 - Cálculo do Valor do Bilhete

Cálculo do Valor do Bilhete	
Total Despesas	R\$ 27.500,00
Horas trabalhadas por mês	96
Número de Clientes por Viagem	10
Valor Calculado do Bilhete	R\$ 28,65
<b>Valor Final do Bilhete</b>	<b>R\$ 30,00</b>
Ganho por viagem	R\$ 300,00
Receita mensal	R\$ 14.400,00

Fonte: Autoral

Conforme mostrado na Tabela 4, com o preço do bilhete já estabelecido, foi possível chegar a um ganho por viagem de R\$300,00, que gerará uma receita mensal de R\$ 14.400,00 (48 viagens previstas multiplicada pelo valor do ganho de R\$ 300,00 por viagem).

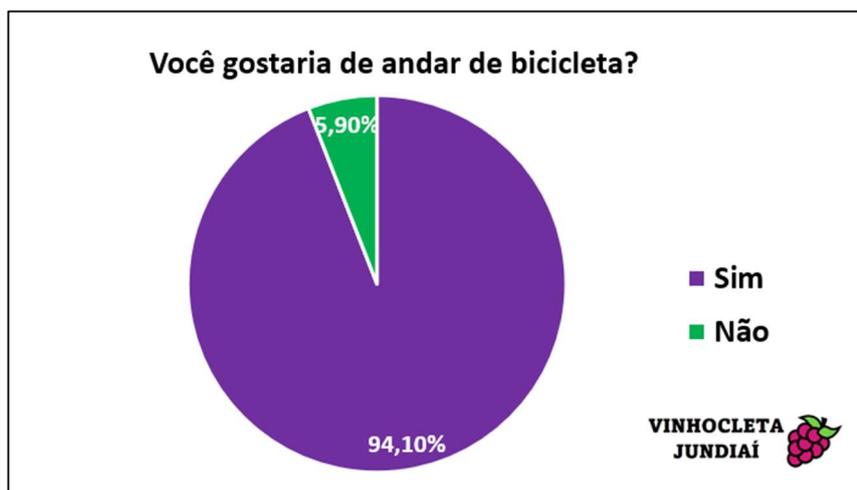
#### 4. PÚBLICO-ALVO

---

Em 2021 Jundiaí recebeu 693.633 visitantes no turismo e lazer, número que supera a população da cidade, que segundo o IBGE em 2021 equivale a 426.395 pessoas. Apesar do período que vem se instalando, o pós-pandemia, no comparativo de 2021 com 2020, foi registrado o crescimento de 174% no número de turistas e de 219% no valor injetado na economia da cidade. O ciclismo teve um crescimento significativo durante a pandemia e vem se mantendo nesse período pós pandemia, na Capital Paulista foi registrado 66% de aumento nas vendas de bicicleta em 2020. Em janeiro de 2022 foi inaugurado nova ciclorrota de 75 km na rota das frutas na região de Jundiaí, essa iniciativa e investimento no ciclismo estimula cada vez mais o

gosto pela prática do esporte na cidade e na região. Além disso, foi realizada uma pesquisa com perguntas estratégicas por meio do Google Forms que ficou disponibilizada por um período de 10 dias (de 30 de março a 8 do mês de abril de 2022), nas redes sociais (Facebook, Instagram, WhatsApp) dos três fundadores do projeto para saber o quão viável é o nosso negócio. Como resposta das 34 pessoas que responderam a este questionário, obtivemos o seguinte conjunto de gráficos que segue abaixo. O primeiro destes gráficos corresponde à Figura 4 – Pergunta 1.

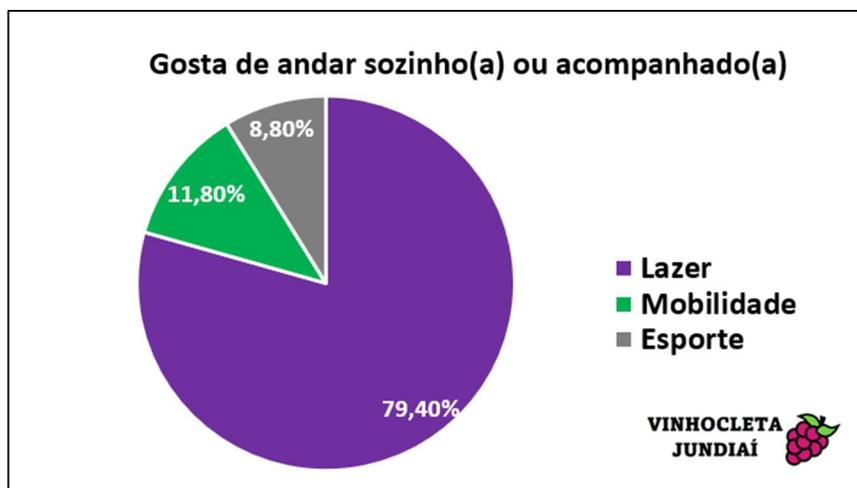
Figura 4 – Pergunta 1



Fonte: Autoral

Como mostrado na figura acima temos a pergunta "Você gostaria de andar de bicicleta?" com 94,10% responderam "Sim". Abaixo temos a Figura 5.

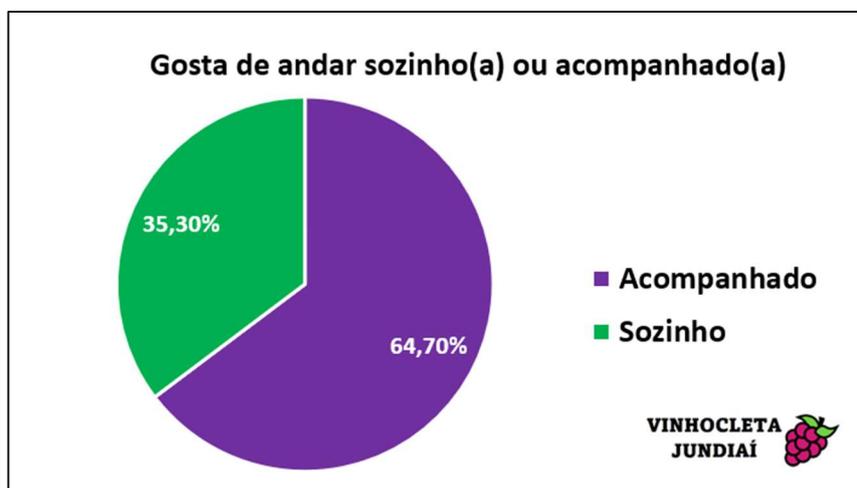
Figura 5 – Pergunta 2



Fonte: Autoral

Como mostrado na figura acima temos a pergunta “Para qual finalidade?” complementando a primeira pergunta, na qual 79,40% responderam que utilizam a bicicleta para lazer. Abaixo temos a Figura 6.

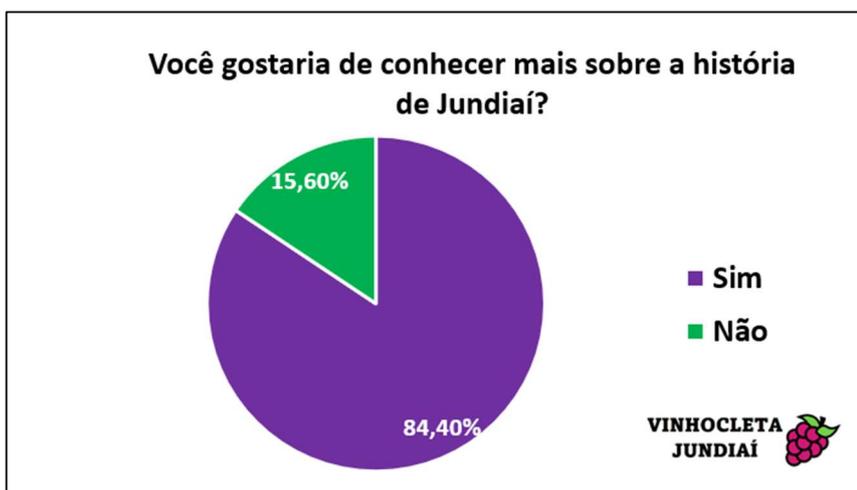
Figura 6 – Pergunta 3



Fonte: Autoral

Como mostrado na figura acima temos a pergunta “Gosta de andar sozinho(a) ou acompanhado(a)?” com 64,70% responderam que gostam de andar acompanhado. Abaixo temos a Figura 7

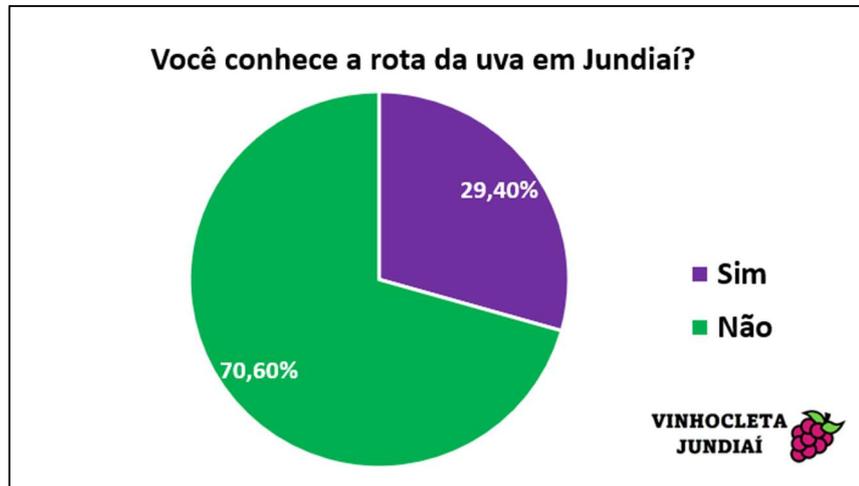
Figura 7 – Pergunta 4



Fonte: Autoral

Como mostrado na figura acima temos a pergunta “Você gostaria de conhecer mais sobre a história de Jundiaí?” com 84,40% responderam “Sim”. Abaixo temos a Figura 8

Figura 8 – Pergunta 5



Fonte: Autoral

Como mostrado na figura acima temos a pergunta "Você conhece a rota da uva em Jundiaí?" com 70,60% responderam "Não". Abaixo temos a figura 9.

Figura 9 – Pergunta 6



Fonte: Autoral

Visto os dados da pesquisa, obtivemos resposta de 34 pessoas, sendo que ficou perceptível que nosso serviço é de interesse para a maioria dos entrevistados, nos quais 91,20% relatam que utilizariam uma bicicleta coletiva em uma rota histórica.

Baseado nos dados citados, nosso público-alvo são as famílias da região e turistas que não conhecem a história e as belezas de Jundiaí. Para utilização do nosso serviço visamos especificamente pessoas maiores de 12 anos até pessoas da melhor

idade, desde que tenham resistência física para a realização do trajeto, tendo em vista que pedalar requer um esforço.

A classificação interna do público-alvo será realizada com relação à maior ou a menor margem de lucro gerada, já a classificação externa será realizada por meio daqueles que podem vir a comprar, os chamados suspeitos. A diferenciação dos clientes quanto à lealdade para com a nossa marca será realizada por meio do Cliente Eventual. Para a fidelização dos nossos clientes ofereceremos uma experiência única e cheia de lembranças boas, com uma rota histórica, além de um atendimento impecável.

## **5. OBJETIVO GERAL**

---

Incentivar o lazer, cultura e ciclismo em Jundiaí-SP, por meio do nosso serviço, uma bicicleta coletiva que faz uma rota turística. Como nosso objetivo específico temos, a intenção de gerar uma ótima experiência para os clientes e consequentemente obter uma boa lucratividade do negócio.

## **6. JUSTIFICATIVA**

---

Este projeto é inovador visto que traz uma herança cultural de Jundiaí-SP que não é explorada comercialmente, muito do que se aconteceu e as construções presentes na rota da uva estão esquecidas e pouco se sabe delas.

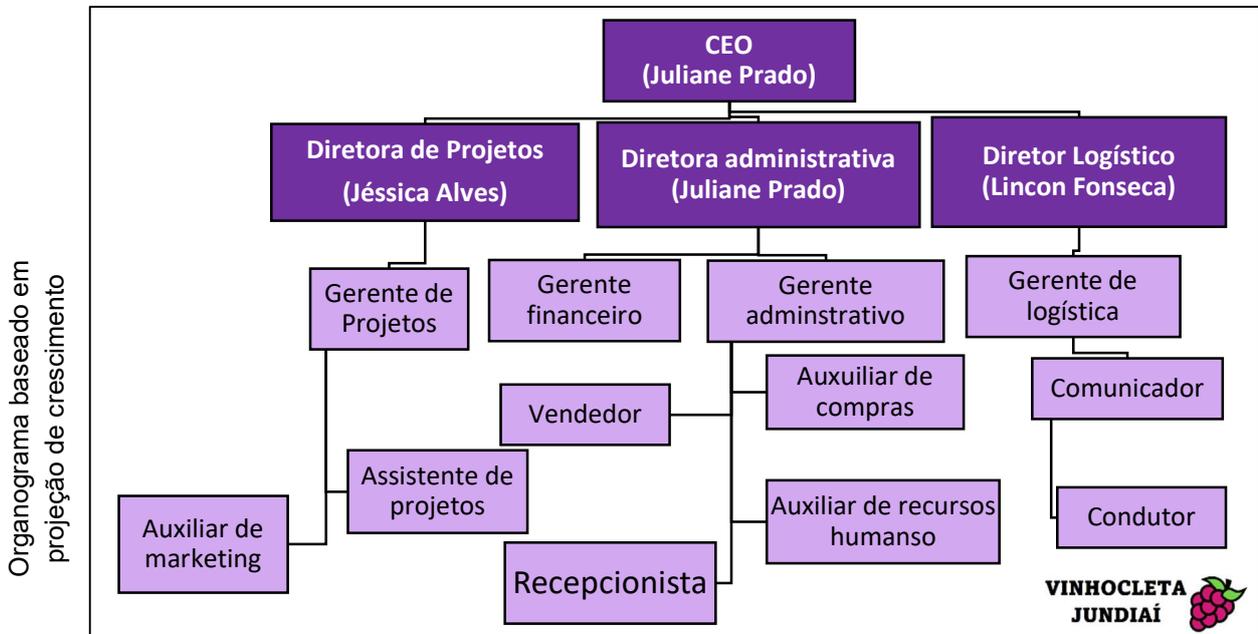
Em nossas pesquisas encontramos sites e páginas das adegas de Jundiaí, porém nada muito integrado entre si, encontramos alguns mapas ilustrativos da região, porém não encontramos uma opção de passeio que conversasse com os estabelecimentos e tivesse um gerenciamento da logística dos clientes e horários em que fizesse que a experiência deles fosse mais proveitosa.

Este trabalho traz inovação logística visto que fomenta a mobilidade alternativa em nossa região. Para a execução nossa empresa tem que analisar a rota da uva e verificar a melhor forma de se executar o percurso.

## 7. MATRIZ DE RESPONSABILIDADES - RACI

Para nossa empresa desenvolvemos o organograma exposto abaixo na Figura 10.

Figura 10 – Organograma da empresa



Fonte: Autoral

Como mostrado em nosso organograma, dividimos em três áreas de atuação principais nossa estrutura, estipulando ações específicas para o funcionamento da empresa. O setor de projetos ficará responsável por toda a parte de planejamento, questões técnicas de nossas operações, vendas e marketing da empresa; O setor Administrativo será responsável pelas questões internas de nossa empresa, sendo elas fiscais administrativas e compras de produtos. O setor Logístico ficará responsável pela execução das operações da empresa.

Para nossa Matriz de Responsabilidades fizemos conforme mostrado na imagem abaixo na Tabela 5 – Matriz de Responsabilidades.

Tabela 5 – Matriz de Responsabilidades

NOME	FUNÇÃO NO PROJETO	PLANEJAMENTO	GESTÃO	ESCOPO	EXECUÇÃO	VALIDAÇÃO
Jessica Alves	Diretora de Projeto	R	R	I	I	A
Juliane Prado	Diretora Administrativa	I	I	R	P	A
Lincon Fonseca	Diretor Logístico	C	C	C	R	R
Kiosque Roseira	Parceiro	-	-	-	P	-
Adega Brunholi e Museu do Vinho	Parceiro	-	-	-	P	-
Adega Fontebasso	Parceiro	-	-	-	P	-
O Italianão	Parceiro	-	-	-	P	-
Restaurante Spiandorello	Parceiro	-	-	-	P	-
Beraldo di Cale Restaurante	Parceiro	-	-	-	P	-

Fonte: Autoral

Onde temos P: Participa da atividade; C: Deve ser Consultado; I: Deve ser Informado; A: Aprova; R: Responsável pela atividade (apenas um por atividade).

## Cultura Organizacional

A nossa empresa trabalhará a partir de uma cultura de pessoas, na qual todos os nossos colaboradores serão valorizados, independente do cargo que ocupam; todos terão espaço para crescer e se desenvolver dentro e fora da empresa. Esperamos assim reverter aos nossos colaboradores um valor único, além de garantir qualidade de vida no trabalho.

A cultura organizacional será adaptativa, trabalharemos com flexibilidade, voltados para a mudança e realizaremos, sempre que necessário, revisões e atualizações da nossa cultura organizacional. Todos os funcionários da nossa empresa estarão sempre atentos à transformação de comportamento dos clientes e assim sempre que notarem algo, estaremos prontos a iniciar a mudança a fim de que diminuamos o risco de perder clientes, tomando a decisão baseando-se nos riscos que a empresa terá ou não como consequência.

## 8. PARCEIROS E FORNECEDORES - IQF

---

### **Fornecedores:**

Para a avaliação e homologação de nossos fornecedores iremos fazer primeiramente uma pesquisa de suas referências na internet, cotações para comparação dos valores dos serviços/insumos seguidos de uma visita as instalações do mesmo para um completo entendimento de suas capacidades.

Visto que iremos fornecer um serviço, não iremos solicitar certificações de nossos fornecedores ou um processo de auditoria mais detalhado. Teremos fornecedores indiretos que nos fornecerão serviços e insumos para agregar as nossas operações por esta razão o processo de homologação será bem menos rígido e flexível para que possa se ter a troca de algum deles rapidamente.

Para verificarmos se os fornecedores estão atendendo as nossas necessidades iremos verificar três pontos: A qualidade do serviço/Insumo, o prazo de entrega e o valor. Iremos monitorar a qualidade do serviço/Insumo mediante *feedback* de nossa equipe e clientes e através de nossas tabelas de avaliação de índice de qualificação (IQF), o prazo de entrega segundo Taxas de entregas no prazo (“OTD” do inglês *On-Time Delivery*) e sempre manter o registro dos valores das compras realizada de produtos para monitorar o valor dos serviços/Insumos. Caso seja identificado algum desvio iremos procurar desenvolver alguma outra opção de fornecedor.

## Serralheiro (fabricação da bicicleta):

Para a montagem da nossa bicicleta coletiva, será necessário a contratação do serviço de um serralheiro. Para a escolha do serralheiro foi feita a avaliação de índice de qualificação conforme Figura 11.

Figura 11 – Avaliação de índice de qualificação dos serralheiros

CRITÉRIOS	Grau de importância para meu negócio	AVALIAÇÕES	Cl	Serralheria	Léo	Serralheria	Serralheria	Serralheria
			Serralheria	Cambui	Serralheria	Ferro Forte	Ars	Ms
Qualidade do Produto	Muito importante		Ótimo	Regular	Bom	Horrível	Ótimo	Regular
Reputação	Importante		Ótimo	Excelente	Regular	Regular	Bom	Ruim
Prazo de Entrega	Importante		Regular	Ruim	Bom	Bom	Ruim	Regular
Eficiência do serviço	Importante		Ótimo	Bom	Bom	Ruim	Ruim	Regular
Flexibilidade	Importante		Regular	Regular	Bom	Regular	Regular	Ruim
Preço	Importante		Bom	Bom	Regular	Ruim	Regular	Ótimo
Facilidade de Pagamento	Regular		Ótimo	Regular	Bom	Bom	Regular	Bom
Certificação em Normas	Regular		Regular	Ruim	Regular	Ótimo	Horrível	Regular
Comunicação	Muito importante		Bom	Bom	Bom	Bom	Regular	Ruim
Suporte Pós-venda	Regular		Bom	Bom	Bom	Regular	Regular	Regular
Localização	Muito importante		Excelente	Regular	Excelente	Ruim	Ótimo	Regular
Horário de funcionamento	Regular		Bom	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom
Variedade dos produtos	Importante		Bom	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom
Índice			35	10	27	-13	-5	-2

Fonte: Autoral

Como mostrado na imagem acima a empresa CL Serralheria teve um melhor desempenho em nossa avaliação fazendo 35 pontos, desta forma optamos por trabalhar com a **CL Serralheria**, localizada na Av. Antônio Frederico Ozanan, 2800 Fundos - Pte. Sao Joao, Jundiaí - SP, 13218-000. Abaixo temos o cartão de visita deles na Figura 12.

Figura 12 – Logo da CL Serralheria



Fonte: LC Serralheria (2022)

Nosso critério de avaliação foi a qualidade do serviço, visto que a loja tem 4,8 estrelas no google. Para esse fornecedor em específico será feito um contrato para assegurar a garantia do produto e o tempo de entrega.

## Fornecedor de internet:

Para uma comunicação eficaz e controle das informações iremos precisar dos serviços de uma provedora de internet e telefonia móvel. Desta forma para a escolha do provedor deste serviço foi feita a avaliação de índice de qualificação conforme mostrado na Figura 13.

Figura 13 – Avaliação de índice de qualificação dos Fornecedor de internet

CRITÉRIOS	Grau de importância para meu negócio		Claro	Vivo	Net	Oi
Qualidade do Produto	Muito importante	AVALIAÇÕES	Ótimo	Ótimo	Bom	Bom
Reputação	Importante		Bom	Regular	Ruim	Bom
Prazo de Entrega	Importante		Regular	Bom	Regular	Ótimo
Eficiência do serviço	Importante		Ótimo	Ótimo	Regular	Bom
Flexibilidade	Importante		Regular	Regular	Ruim	Ruim
Preço	Importante		Bom	Ótimo	Regular	Bom
Facilidade de Pagamento	Regular		Bom	Bom	Bom	Bom
Certificação em Normas	Regular		Bom	Bom	Bom	Bom
Comunicação	Muito importante		Bom	Ótimo	Bom	Ruim
Suporte Pós-venda	Regular		Ruim	Bom	Bom	Bom
Localização	Muito importante		Regular	Regular	Regular	Regular
Horário de funcionamento	Regular		Ótimo	Ótimo	Bom	Bom
Variedade dos produtos	Importante		Bom	Bom	Ruim	Regular
Índice				21	33	-2

Fonte: Autoral

Como mostrado na imagem acima a empresa **VIVO** teve um melhor desempenho em nossa avaliação fazendo 33 pontos, desta forma optamos por trabalhar com esta empresa, faremos uso dos serviços dela para ligações, internet móvel e fixa visto que esta operadora tem uma excelente cobertura na região que iremos atuar. Abaixo temos o logo da empresa mostrado na Figura 14.

Figura 14 – Logo vivo



Fonte: Internet

O critério de escolha utilizado para esse fornecedor foi a qualidade do serviço seguido do valor do serviço. Em nossa pesquisa para a contratação deste serviço a vivo demonstrou ter na região de nossa atuação um sinal bom e oferece um pacote de serviços que inclui suporte técnico inclusive nos finais de semana.

## Fornecedor de peças para manutenção e lubrificantes:

Precisaremos também de um fornecedor de peças, lubrificação e manutenção para a nossa bicicleta. Desta forma, a escolha do deste fornecedor foi feita a avaliação do índice de qualificação conforme Figura 15.

Figura 15 – Avaliação de índice de qualificação dos fornecedores de peças para manutenção e lubrificantes

CRITÉRIOS	Grau de importância para meu negócio		Blast Bike	Tico Bicicletaria	Mega Bikes	Speed Bike Consertos e Peças	World Bikers	Sport Bike
Qualidade do Produto	Muito importante	AVALIAÇÕES	Regular	Ótimo	Ótimo	Bom	Bom	Regular
Reputação	Importante		Regular	Excelente	Bom	Bom	Regular	Bom
Prazo de Entrega	Importante		Bom	Bom	Bom	Regular	Bom	Bom
Eficiência do serviço	Importante		Bom	Ótimo	Ótimo	Bom	Regular	Bom
Flexibilidade	Importante		Regular	Bom	Bom	Regular	Bom	Bom
Preço	Importante		Regular	Regular	Ótimo	Regular	Bom	Ótimo
Facilidade de Pagamento	Regular		Bom	Regular	Bom	Regular	Regular	Regular
Certificação em Normas	Regular		Regular	Bom	Ótimo	Regular	Regular	Regular
Comunicação	Muito importante		Bom	Bom	Excelente	Bom	Regular	Bom
Suporte Pós-venda	Regular		Regular	Bom	Excelente	Bom	Bom	Regular
Localização	Muito importante		Bom	Bom	Ótimo	Bom	Bom	Bom
Horário de funcionamento	Regular		Regular	Regular	Bom	Regular	Regular	Regular
Variedade dos produtos	Importante		Regular	Regular	Excelente	Regular	Regular	Bom
Índice			18	30	48	19	19	23

Fonte: Autoral

Como mostrado na imagem acima a empresa **Mega Bikes** teve um melhor desempenho em nossa avaliação fazendo 48 pontos, desta forma optamos por trabalhar ela para a manutenção da bicicleta, localizada na rua Petronilha Antunes, 244 - Centro, Jundiaí - SP, 13201-080. Abaixo temos o logo da empresa mostrado na Figura 16.

Figura 16 – Logo Mega Bikes



Fonte: Internet

Em detalhe o critério de escolha utilizado para esse fornecedor foi o preço na média comparado aos outros fornecedores, a variedade de utensílios para bicicleta e a localização próxima, pois caso a bicicleta necessite de uma manutenção com urgência, poderemos ir até a loja e já comprar o necessário, com isso, o impacto desse fornecedor é alto para nosso empreendimento.

## Fornecedor de produtos de marketing e publicidade – gráfica:

Para nossas estratégias de marketing serão necessários alguns materiais gráficos, como panfletos, banner e adesivos, para realizar a produção desse material foi feita a avaliação de índice de qualificação conforme Figura 17.

Figura 17 – Avaliação de índice de qualificação das gráficas

CRITÉRIOS	Grau de importância para meu negócio		Gráfica Art Cartões	Gráfica Boca Boa	Gráfica Milênio	Gráfica Setembro	Gráfica Jundiaí	Imprima100 O Gráfica & Brindes
Qualidade do Produto	Muito importante	AVALIAÇÕES	Regular	Bom	Regular	Ótimo	Excelente	Bom
Reputação	Importante		Bom	Ótimo	Regular	Bom	Ótimo	Bom
Prazo de Entrega	Importante		Bom	Regular	Ótimo	Regular	Ótimo	Regular
Eficiência do serviço	Importante		Regular	Bom	Bom	Bom	Ótimo	Regular
Flexibilidade	Importante		Bom	Bom	Regular	Regular	Bom	Regular
Preço	Importante		Ruim	Regular	Bom	Ruim	Regular	Ruim
Facilidade de Pagamento	Regular		Bom	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom
Certificação em Normas	Regular		Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular
Comunicação	Muito importante		Regular	Bom	Bom	Bom	Regular	Regular
Suporte Pós-venda	Regular		Regular	Regular	Bom	Bom	Regular	Bom
Localização	Muito importante		Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Horário de funcionamento	Regular		Bom	Bom	Bom	Bom	Regular	Bom
Variedade dos produtos	Importante		Bom	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom
Índice			15	26	26	18	33	15

Fonte: Autoral

Como mostrado na imagem acima a empresa **Gráfica Jundiaí** teve um melhor desempenho em nossa avaliação fazendo 33 pontos, desta forma optamos por trabalhar com esta empresa, localizado na rua Zaquias Muzaiel, 157 - 13214179 - Jundiaí - SP. Abaixo temos o logo da empresa mostrado na Figura 18.

Figura 18 – Logo Gráfica Jundiaí



Fonte: Internet

O critério de escolha desse fornecedor foi a localização e o preço. Não será feito nenhum tipo de contrato para compra e venda e o impacto desse fornecedor para o a empresa é baixo, tendo em vista que não afeta diretamente nosso serviço.

## Fornecedor de materiais de escritório:

No desenvolvimento de nossas atividades comerciais precisaremos de alguns insumos de escritório. Para a escolha do fornecedor de materiais de escritório foi feita a avaliação de índice de qualificação conforme mostrado na *Figura 19*.

Figura 19 – Avaliação de índice de qualificação dos fornecedores de materiais de escritório

CRITÉRIOS	Grau de importância para meu negócio		Apogeu	Gimba	Kalunga	Lepok	Papelaria Passarin
Qualidade do Produto	Muito importante	AVALIAÇÕES	Excelente	Excelente	Excelente	Excelente	Excelente
Reputação	Importante		Ótimo	Ruim	Excelente	Ótimo	Excelente
Prazo de Entrega	Importante		Bom	Bom	Bom	Bom	Bom
Eficiência do serviço	Importante		Regular	Regular	Regular	Bom	Regular
Flexibilidade	Importante		Bom	Bom	Bom	Bom	Bom
Preço	Importante		Ótimo	Bom	Horrível	Ótimo	Horrível
Facilidade de Pagamento	Regular		Excelente	Excelente	Excelente	Excelente	Excelente
Certificação em Normas	Regular		Regular	Regular	Regular	Bom	Regular
Comunicação	Muito importante		Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Suporte Pós-venda	Regular		Ruim	Ruim	Ruim	Ótimo	Regular
Localização	Muito importante		Bom	Bom	Bom	Bom	Bom
Horário de funcionamento	Regular		Bom	Regular	Regular	Bom	Regular
Variedade dos produtos	Importante		Excelente	Excelente	Excelente	Excelente	Excelente
Índice				34	21	19	46

Fonte: Autoral

Como mostrado na imagem acima a empresa **Lepok** teve um melhor desempenho em nossa avaliação fazendo 46 pontos, desta forma optamos por comprar os materiais de escritório desta empresa que se localiza na Avenida Doutor Cavalcanti, 676, Centro, Jundiaí - SP, CEP: 13201-003. Abaixo temos o logo Lepok mostrado na Figura 20.

Figura 20 – Logo Lepok



Fonte: Internet

Em detalhe o critério de escolha deste fornecedor foi com base no menor custo, na grande variedade de itens disponíveis e na localização da loja. O grau de impacto deste fornecedor para o negócio é baixo visto que não dependemos deste tipo de material para a execução do trabalho.

## Fornecedor de Insumos:

Sendo necessário a compra de produtos diversos foi feita a avaliação de índice de qualificação para supermercados da região conforme *Figura 21*.

Figura 21 – Avaliação de índice de qualificação dos fornecedores de insumos

CRITÉRIOS	Grau de importância para meu negócio	AVALIAÇÕES	Carrefour	Dia Supermercados	Fort Atacadista	Assaí	Roldão	Atacadão
			Qualidade do Produto	Muito importante	Bom	Regular	Bom	Ótimo
Reputação	Importante	Bom	Bom	Regular	Bom	Regular	Excelente	
Prazo de Entrega	Importante	Regular	Regular	Bom	Regular	Regular	Regular	
Eficiência do serviço	Importante	Regular	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom	
Flexibilidade	Importante	Regular	Bom	Regular	Bom	Regular	Regular	
Preço	Importante	Regular	Ótimo	Regular	Ótimo	Ótimo	Excelente	
Facilidade de Pagamento	Regular	Bom	Bom	Regular	Bom	Bom	Ótimo	
Certificação em Normas	Regular	Bom	Bom	Regular	Regular	Regular	Excelente	
Comunicação	Muito importante	Regular	Regular	Bom	Bom	Regular	Regular	
Suporte Pós-venda	Regular	Regular	Regular	Bom	Bom	Regular	Regular	
Localização	Muito importante	Regular	Bom	Bom	Bom	Bom	Ótimo	
Horário de funcionamento	Regular	Regular	Regular	Bom	Bom	Bom	Bom	
Variedade dos produtos	Importante	Bom	Regular	Bom	Ótimo	Ótimo	Excelente	
Índice			18	22	21	30	24	44

Fonte: Autoral

Como mostrado na imagem acima o supermercado **Atacadão** teve um melhor desempenho em nossa avaliação fazendo 35 pontos, desta forma optamos por trabalhar com eles. A empresa Atacadão, localizada na Avenida Antônio Frederico Ozanan S/N, 13215-485, Jundiaí, com funcionamento de segunda a sábado das 7h às 22h e domingo das 8h às 18h. Abaixo temos o logo na Figura 22.

Figura 22 – Logo Atacadão



Fonte: Internet

O critério de escolha deste fornecedor foi com base no menor custo, na localização da loja, horário de funcionamento do estabelecimento e a grande variedade de itens disponíveis. O grau de impacto deste fornecedor para o negócio é médio, pois os itens comprados desta loja serão fornecidos aos funcionários e alguns itens como água e bala será oferecido aos clientes durante a rota, sendo assim, devem ter boa procedência e ser de qualidade.

## Nossos Parceiros:

Para nossas parcerias fizemos uma análise de nossa rota e listamos os estabelecimentos que vamos passar, desta forma apresentamos uma proposta personalizada para cada um deles mostrando os pontos positivos de apoiar nossa empresa, mostrando que está parceria irá trazer mais clientes e visibilidade para seus negócios fomentando ainda mais o turismo na região. Com isso conseguimos cativar estes parceiros os quais seguem descritos:

**KIOSQUE ROSEIRA** - <http://kiosqueroseira.com.br/>

Figura 23 – Logo Kiosque Roseira



Fonte: Kiosque Roseira (2022)

Este estabelecimento localiza-se na Avenida Humberto Cereser, 5221, no bairro da Roseira. Está há mais de 30 anos do mercado e hoje é considerado uma referência em salgados depois de ganhar por meio de uma votação popular o 1º Festival da Coxinha de Queijo de Jundiá, em 2018. A cada ano a popularidade da coxinha de queijo do Kiosque Roseira aumenta e no ano de 2021, ano que ocorreu outro Festival para escolher a melhor coxinha de queijo da cidade, o Kiosque seguiu invicto, recebendo o título de melhor coxinha tanto pela votação popular quanto pelo júri técnico.

O cardápio é diversificado: coxinhas (queijo, bacalhau, frango com catupiry e de uva), pastéis, porções, salada verde, açaí, cupuaçu, salada de frutas, sucos, vitaminas, cervejas e vinhos.

Figura 24 – Logo Villa Brunholi



Localiza-se na Avenida Humberto Cereser, 5900, no bairro do Caxambu. O complexo Villa Brunholi, possui uma Fábrica de Vinhos, Adega, Restaurante, Museu do Vinho e uma mini fazenda. Recebe por volta de 2000 pessoas em um final de semana passando pelas diversas atividades.

No restaurante o cardápio é bem variado, mas a especialidade é a massa, com mais de vinte tipos de espaguete, lasanhas e risotos. Há também boa variedade de carnes vermelhas; quanto à entrada, destaque para a salada à moda da casa e porções de batata ou polenta frita. Na sobremesa há os cannolis, tiramisú e petit gâteau.

A Adega foi fundada há mais de 20 anos e comercializa vinho tinto, branco, clássico e frizado que são produzidos artesanalmente pela família. Há também fabricação e venda de vinagres, licores e doces, além da degustação de vinhos. A adega fica em um terreno anexo ao restaurante.

O Museu do Vinho foi criado em 2002 na tentativa de se resgatar a história, cultura e tradição da vitivinicultura em Jundiaí e a história dos imigrantes italianos no Brasil. O que chama a atenção dos turistas neste museu é que a estrutura se localiza dentro de um tonel de 6 metros de altura, com capacidade para armazenar até 110 mil litros de vinho.

## ADEGA FONTEBASSO

Figura 25 – Logo Adegas Fontebasso



Fonte: Internet

Localiza-se na Avenida Humberto Cereser, 7405, no bairro da Roseira. O Restaurante foi inaugurado em 2019 com a ideia de criar um local para receber turistas. O cardápio possui opções de porções e massas, com destaque para a Lasanha que é finalizada na mesa do cliente.

A Adegas produz e comercializa vinho tinto seco e suave, branco seco, branco licoroso doce e rosado licoroso doce. Há também fabricação e venda de salame, queijos, licores, cachaças doces, vinagre de vinho, pimentas e suco de uva. A propriedade oferece degustação de vinhos.

**O ITALIANÃO** - <https://www.facebook.com/oitaliano>

Figura 26 – Logo O Italianão



Fonte: Rede Social de O Italianão (2022)

Localiza-se na Avenida Humberto Cereser, 5667, no bairro do Caxambu. Corresponde a um restaurante e bar especialista em frutos do mar. O cardápio possui opções com peixes, carnes e aves, além de massas e porções. Possui diversos pratos a lá carte como paella, abadejo a belle meunière, filé mignon à parmegiana, bruscheta, bacalhau, truta, moqueca, caldeirada, lula dorê e camarão crocante.

**RESTAURANTE SPIANDORELLO** - [www.restaurantespiandorello.com.br](http://www.restaurantespiandorello.com.br)

Figura 27 – Logo Spiandorello Restaurante



Fonte: Restaurante Spiandorello (2022)

Localiza-se na Avenida Humberto Cereser, 6245, no bairro do Caxambu. Este restaurante é um dos mais tradicionais da cidade, inaugurado em 1958, serve saladas, frangos, carnes, guarnições e sobremesas. No local há um bosque em volta do lago, mesas internas e ao ar livre, sendo um ótimo lugar para a família.

**BERALDO DI CALE RESTAURANTE** - <http://beraldodicale.com.br/>

Figura 28 – Logo Beraldo di Cale



Fonte: Beraldo di Cale (2022)

Localiza-se na Estrada de Jarinu, no Km 12, no bairro do Caxambu. A adega foi fundada em 2001 e produz vinhos de mesa secos e suaves, vinhos finos, vinho licoroso doce e espumante. Também comercializam doces, sucos, queijos e embutidos, biscoitos, azeites e vinagres. Mais recentemente foi inaugurado o restaurante que possui um cardápio variado.

Pretendemos que os parceiros atuem no nosso projeto como investidores anjo, ou seja, a fim de que o projeto funcione no menor tempo possível após a fase de planejamento, já que o valor necessário para o investimento inicial da empresa seria garantido de maneira mais rápida. Os parceiros conseguiriam maior divulgação para a marca deles com esta ação e faríamos um marketing positivo da marca deles frente aos nossos clientes, os incentivaríamos a consumir no estabelecimento deles.

## 9. PLANO DE MARKETING – FCS (Fatores críticos do Sucesso)

---

Este tópico visa explicar de maneira detalhada as ações de marketing que foram planejadas a fim de que a nossa empresa possa realizar da maneira mais assertiva possível nossas tomadas de decisões em um período projetado de 2 a 3 anos.

De acordo com a pesquisa de mercado descrita no item 4, a fim de descobrir o público-alvo e sua preferência, concluímos que a maioria das pessoas que gosta de andar de bicicleta faz isso por lazer e acompanhado. A fim de garantir que a preferência do nosso público-alvo seja realizada, planejamos uma rota por meio da bicicleta coletiva que ao mesmo tempo proporcionasse lazer e socialização.

Para garantir maior grau de confiança do público com o serviço prestado e visibilidade da marca faremos campanhas de marketing que seguirão por três vias principais: panfletos que serão distribuídos nos pontos mais visitados da cidade, como praças e terminais e nos estabelecimentos parceiros; publicações em redes sociais e o marketing boca a boca, que será a divulgação feita por meio dos clientes que já adquiriram o nosso serviço, eles avaliarão os serviços prestados e nos indicarão para outras pessoas.

A fim de garantir que a empresa tenha grande divulgação, trabalharemos com panfletos, iremos adquirir uma caixa com 1000 panfletos a um custo de R\$200,00 no segundo mês e uma outra caixa no décimo mês, além de chaveiros personalizados com nosso logotipo que serão distribuídos a todos os nossos clientes ao fim de cada viagem; serão adquiridos 200 itens a um custo de R\$476,00 no segundo mês, mais 200 itens no mês 5 e outros 200 no mês 9.

Para os clientes que tiverem interesse em conhecer melhor a rota turística e os pontos de parada, teremos à disposição de mapas na bicicleta e no ponto de apoio; serão adquiridos 30 mapas de 90x130cm da rota ao custo de R\$ 243,00, com essa visualização, os clientes podem se sentir mais estimulados pelo nosso serviço e consequentemente é um detalhe que agrega na qualidade do serviço.

Quanto à competitividade, não possuímos concorrentes diretos. O diferencial da nossa empresa é que ofereceremos uma oportunidade diferenciada; enquanto no turismo tradicional as pessoas se deslocarão por meio de ônibus ou van, com a nossa empresa as pessoas irão com uma bicicleta coletiva e ainda terão a oportunidade de conhecer mais a fundo a história da cidade. Quanto à rota, os pontos foram escolhidos

com base na qualidade do serviço prestado dos parceiros que seriam escolhidos e por já serem locais bem tradicionais na cidade e com localização já conhecida.

A fim de conseguirmos a fidelização dos nossos clientes, usaremos como estratégia promoções em algumas datas pré-selecionadas e descontos caso haja a venda de pacotes para família ou amigos.

O engajamento da equipe será garantido por meio de um ambiente de trabalho agradável, onde haverá comunicação transparente e clara, constante capacitação da equipe, o espírito de equipe será promovido constantemente por meio da integração entre nossos colaboradores, assim aumentaremos a eficiência dos profissionais e ao mesmo tempo teremos colaboradores mais felizes e aptos ao trabalho.

A equipe de vendas estará disponível tanto em nosso ponto de apoio localizado na Avenida Humberto Cereser, no bairro do Caxambu quanto nas redes sociais, iremos ficar interagindo com nossos clientes para orientá-los e reforçar o marketing. Não iremos vender bilhetes de passeio de forma antecipada ou pela internet iremos concentrar todas as nossas vendas em nosso ponto de apoio onde será feito a solicitação, pagamento e distribuição das pessoas em cada horário de passeio determinado, vamos executar nossas atividades desta forma para não termos cancelamentos e operações de estorno dos valores aos nossos clientes e com isso evitarmos a geração de algum atrito no atendimento. Desta forma uma vez pago o passeio o cliente não terá estorno do valor caso haja desistência por parte do cliente, porém, tendo algum problema técnico que impeça a execução de nossos serviços sendo por exemplo o mal tempo, quebra da bicicleta etc. o cliente terá o valor devolvido integralmente na conta dentro de 2 dias úteis.

Não iremos trabalhar com o sistema de comissão, mas sim com passeios periódicos que serão executados durante o dia. Sendo a princípio os executantes destes passeios os sócios fundadores da empresa que terão atividades operacionais no negócio até o desenvolvimento da empresa e contratação de novos funcionários que passarão a executar as atividades operacionais e esses terão um salário fixo.

No item 3 deste projeto foi mostrada de maneira detalhada como a precificação do bilhete foi realizada, assim neste tópico será realizado um breve resumo. Nos primeiros meses do funcionamento a empresa será guiada pelos três sócio fundadores como funcionários, não havendo outras contratações. A empresa funcionará três dias por semana (às sextas, sábados e domingos), 8 horas por dia (96 horas trabalhadas por mês).

Realizou-se uma previsão de que haja 4 viagens diariamente com duração de 1h30min cada, assim tendo aproximadamente 48 viagens por mês. A bicicleta que projetamos possuirá 10 bancos além do banco do condutor. A partir de todos os dados anteriormente citados, chegamos ao valor de que o cliente deveria investir por bilhete o valor de R\$ 30,00, que gerará para nossa empresa uma receita mensal de R\$ 14.400,00.

Os Fatores Críticos do sucesso (FCS) são contrabalanceados pelos Pontos Fortes (PFO) e Pontos Fracos (PFR) da nossa empresa e correspondem aos tópicos que devemos ter mais atenção para garantir que não tenhamos clientes infelizes ou percamos venda para a concorrência.

A avaliação dos PFO e PFR da nossa empresa foram tipificados na Tabela 6 a seguir:

Tabela 6 - Marketing e vendas (Fatores Críticos do sucesso (FCS))

MARKETING E VENDAS	PFO	PFR
Preço		
Marketing		
Qualidade do Serviço		
Equipe de Vendas		
Visibilidade no mercado		
Localização		
Comunicação		
Concorrência		
Fornecedores		
Parceiros		
Ponto de Vendas		

Fonte: Autoral

Os Pontos fracos que conseguimos identificar da nossa empresa (PFR): visibilidade no mercado, concorrência e pontos de vendas, vide Tabela 6 acima, são explicados com mais detalhes no tópico 12, Foco Estratégico, subitem 12.1, desenvolver uma análise SWOT e subitem 12.2, desenvolver a ferramenta 5W2H.

## 10. CONCORRENTES

Em nossa pesquisa de mercado procuramos identificar nossos concorrentes diretos e indiretos, desta forma fizemos várias análises para determinar como nossa empresa poderia se posicionar no mercado mediante os concorrentes como mostrado na Tabela 7.

Tabela 7 - Concorrência

Nome fantasia do concorrente	Linha de produtos vendidos	Core business	Localização	Site da loja	Rede social	Tipo de concorrência
VinhoCleta Jundiaí	Turismo	Passeio turístico na rota da uva	Bairro do Caxambu, Jundiaí - SP	@VinhoCleta_Jundiaí	@VinhoCleta_Jundiaí	N/A
Passeio da Adega Marquesim	Turismo	Venda de vinho, a adega também disponibiliza um trator com um engate para passeio com os turistas	Av. José Mezzalira, 588 – Caxambu	<a href="https://www.facebook.com/adegamarquesim/">https://www.facebook.com/adegamarquesim/</a>	@adegamarquesim	Indireta
Mania de Jundiaí e trilhas	Trilhas e Ecoturismo	Guia turístico na região de Jundiaí	N/A	<a href="https://linkr.bio/maniadejundiai">https://linkr.bio/maniadejundiai</a>	@maniadejundiai	Indireta
Rizzatour Turismo	Turismo Rural	Guia turístico na região de Jundiaí	Atendimento por telefone 4527-2000 / 3963-8723 e WhatsApp 11 9 7172-1821	<a href="http://www.rizzatour.com.br">www.rizzatour.com.br</a>	@rizzatour	Indireta
Tour Jundiahy	Turismo	Guia turístico na região de Jundiaí	Atendimento por WhatsApp 11 9 1019-282	<a href="http://www.tourjundiahy.com.br">www.tourjundiahy.com.br</a>	@tourjundiahy	Indireta
Expresso turístico	Turismo	Passeio turístico na cidade de Jundiaí	Praça Mauá, S/n Centro - Vila Mun., Jundiaí - SP, 13201-729	<a href="https://www.cptm.sp.gov.br/sua-viagem/ExpressoTuristico/Pages/Vagas-e-Calendario.aspx">https://www.cptm.sp.gov.br/sua-viagem/ExpressoTuristico/Pages/Vagas-e-Calendario.aspx</a>	#expressoturisticojundiaí	Indireta
Parque da cidade de Jundiaí	Lazer	Lazer para seus visitantes	Rod. João Cereser, Km 66 - Pinheirinhos, Jundiaí - SP, 13214-470	<a href="https://parquedacidadejundiai.com.br/">https://parquedacidadejundiai.com.br/</a>	@parquedacidadejundiaioficial	Indireta

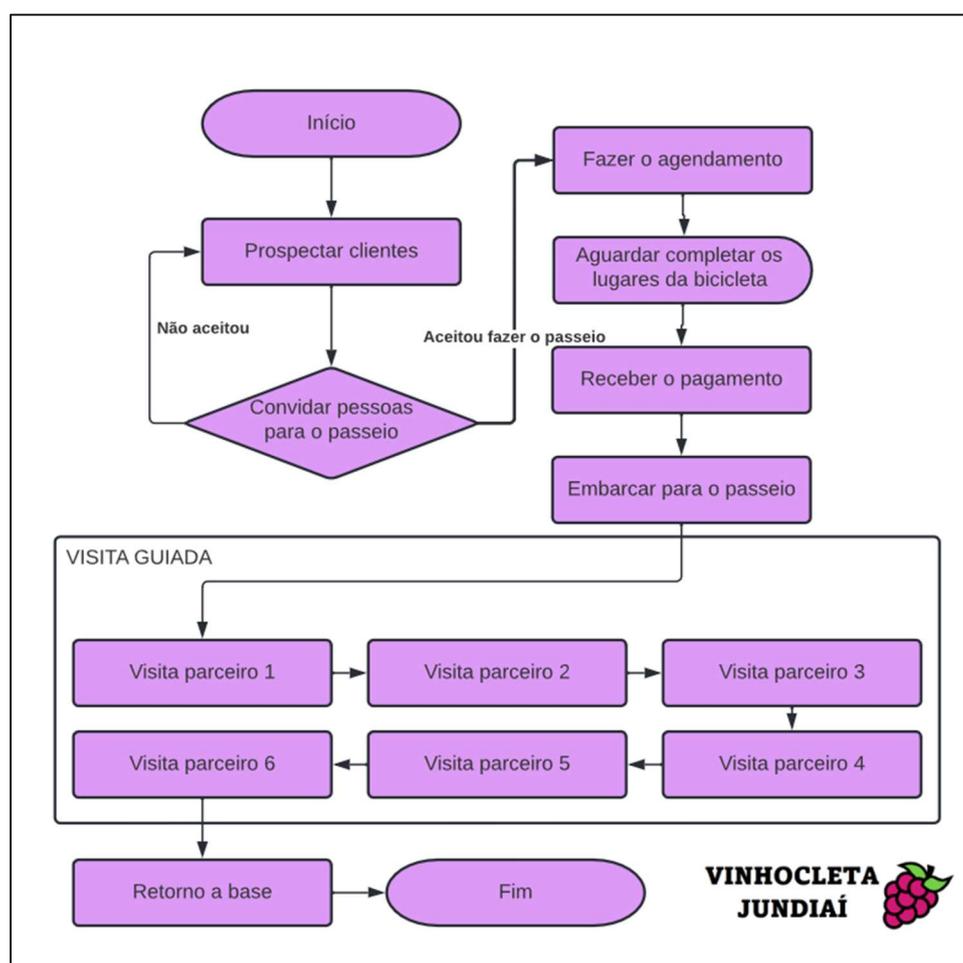
Fonte: Autoral

Conforme foi mostrado na tabela 7, o resultado de nossa pesquisa de análise do mercado nos mostrou que não possuímos concorrentes diretos, pois as agências de turismo oferecem experiências turísticas diferentes das que propomos disponibilizar. As agências podem ser classificadas como novos entrantes, pois no momento que entraremos no mercado eles não são vistos como concorrentes, contudo, podem vir a ser. Quanto aos Passeios de trator que a Adega Marquesim oferece, não faz com que os encaremos como concorrentes, pois os serviços oferecidos também serão diferenciados. Outros concorrentes identificados, mesmo que indiretamente, são as pessoas que visitarão os locais que pertencem à rota, porém de maneira individual, visitarão os locais com o próprio carro.

## 11. FLUXOGRAMA ORGANIZACIONAL

Em nossas rotinas diárias executaremos atividades recorrentes como a prospecção de novos clientes para nossos passeios e para a realização das rotas. O comunicador ficará responsável por agitar o passeio juntamente com o condutor que dirigira a bicicleta coletiva, abaixo na figura 29 está representado através do fluxograma esse processo.

Figura 29 – Fluxograma de nossas atividades



Fonte: Autoral

Como mostrado na figura acima visitaremos nossos parceiros sempre com a máxima lotação de nossa bicicleta coletiva (Aguardar completar os lugares da bicicleta), isso devido a nossa estratégia operacional e financeira.

## 12. FOCO ESTRATÉGICO

---

Nossa empresa refere-se à prestação de serviços, uma rota turística que conta a história local e faz paradas estratégicas em alguns pontos do percurso a fim de incentivar o lazer, cultura e ciclismo em Jundiaí-SP, gerando uma ótima experiência para os clientes e conseqüentemente uma boa lucratividade do negócio. Para o alcance de nossos objetivos serão necessárias primeiro o alcance de algumas metas no processo de planejamento e operacional, tais como, transmitir conhecimento para os clientes sobre a história da cidade, atingir um número determinado de viagens prestadas, respeitar a média de tempo da rota e ter um bom feedback no pós-venda. Para o alcance tanto das metas, como dos objetivos, serão tomadas ações como, aplicação de treinamentos para com foco ao atendimento ao cliente, treinamento do colaborador que irá contar a história da cidade para que assim seja passado o aprendizado e curiosidades de forma dinâmica a fim de cativar o cliente, estabelecer um planejamento de tempo da rota juntamente com treinamento ao condutor da bicicleta e investir fortemente na divulgação da empresa.

A viabilização do alcance das metas é proposta pelo Plano de Operações, ou seja, no planejamento operacional que ficarão definidas as tarefas cotidianas e os detalhes das operações da empresa para tornar os objetivos alcançáveis.

Espera-se que o retorno de investimento seja pago em menos de dois anos e em cinco anos a empresa tenha conquistado a confiança e reconhecimento dos clientes, se tornando referência no cicloturismo vinícola no estado de São Paulo e que no máximo em 10 anos sejamos referência também em âmbito nacional.

### 12.1 Desenvolver uma análise SWOT

Há desafios no âmbito interno e externo para a realização do projeto, assim como existem aspectos positivos, ambos impactam diretamente no projeto, para demonstração deles, foi disposto uma tabela abaixo com a análise SWOT.

Tabela 8 – Matriz SWOT

	FATORES POSITIVOS	FATORES NEGATIVOS
I N T E R N O	<p style="text-align: center;"><b><u>Forças</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Localização</li> <li> Serviço inovador</li> <li> Divulgação</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>Fraquezas</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Falta de capital para investimento</li> <li> Aglutinação de cargos (Equipe enxuta)</li> <li> Visibilidade no mercado</li> <li> Ponto de vendas</li> </ul>
E X T E R N O	<p style="text-align: center;"><b><u>Oportunidades</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Parceiros</li> <li> Retomada do setor turístico</li> <li> Ciclismo em alta</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>Ameaças</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Tempo chuvoso</li> <li> Possíveis alterações da rota</li> <li> Inflação</li> </ul>

Fonte: Autoral

Conforme demonstrado na tabela acima, nossos principais desafios internos são a falta de capital para investimento, pois pode acontecer de os sócios não conseguirem esse dinheiro de imediato; a aglutinação de cargos (Equipe enxuta), pois inicialmente trabalhará somente os sócios que exercerão cargos e funções administrativas e operacionais; visibilidade no mercado, pois nossa empresa tem pouco tempo no mercado e nossa marca ainda não é reconhecida pelas pessoas. Por último os pontos de vendas, como nossa venda será concentrada no local de onde iniciará o nosso trajeto, isso de certa forma restringe o número de pessoas que compra o nosso serviço.

Nossos desafios externos são o tempo chuvoso, pois em dias de chuvas fortes, muitos turistas não vão a rota e nosso serviço pode apresentar um risco de segurança nesses períodos; a alteração da rota, pois teremos dificuldade em ter acesso às propriedades privadas caso a rota que escolhemos seja interrompida por algum motivo e a inflação, que poderá trazer problemas financeiros para a empresa.

## 12.2 Desenvolver a ferramenta 5W2H

Para a tomada de ações que minimizem as chances de acontecer as ameaças internas e externas, foi elaborado a ferramenta 5W2H, com alguns dos tópicos demonstrados na análise SWOT.

Tabela 9 - Análise 5W2H

WHAT	WHY	WHERE	WHEN	WHO	HOW	HOW MUCH
(O que?)	(Por quê?)	(Onde?)	(Quando?)	(Quem?)	(Como?)	(Quanto?)
Pedir empréstimo	Falta de capital para investimento	Banco	01/07/22	Juliane	1) Pesquisando melhores bancos 2) Analisando melhores acordos 3) Fechar acordo	R\$ 50.833
Contratar mais pessoas	Aglutinação de cargos (Equipe enxuta)	RH	01/07/23	Jéssica	1) Recrutamento 2) Análises de currículos 3) Entrevistas	R\$ 4.000
Estar sempre atualizado sobre a previsão do tempo.	O clima chuvoso pode impedir a execução de nossos trabalhos	Aplicativos de meteorologia	24h antes de cada dia de trabalho	Lincon	1) Baixar o aplicativo 2) Consultar o clima 3) Decidir se vai ou não ter passeios 4) Divulgar a decisão	R\$ 2,00
Estar sempre atualizado sobre a concorrência	Concorrência	Setor de Marketing	Semanalmente	Jéssica	1) Pesquisar o que a concorrência está inserindo no mercado 2) Verificar as vantagens competitivas	R\$ 2,00
Investimento em marketing	Serviço ainda não conhecido pode gerar receio no cliente	Setor de Marketing	01/10/22	Jéssica	1) Fazer e executar cronograma de tarefas para impulsionar as redes sociais 2) Persuadir o cliente de forma agradável	R\$ 593,00
Aumentar os canais de venda	Para gerar mais possibilidades aos clientes e consequentemente expandir o negócio	E-commerce	01/10/25	Juliane	1) Comprar outra bicicleta 2) Vender pela internet	R\$ 30.000

Fonte: Autoral

### 13. CRONOGRAMA FÍSICO FINANCEIRO

Neste capítulo vamos expor os cálculos de nossa empresa, fizemos o planejamento e previsão de nossos gastos fazendo pesquisas dos valores de forma a ser o mais preciso possível em nossas previsões. Para a visualização da disposição de custos e despesas do primeiro ano, foi elaborado o cronograma financeiro na Tabela 10.

Tabela 10 - Cronograma físico financeiro (Continua)

CRONOGRAMA FÍSICO FINANCEIRO (EXIBIÇÃO ANALÍTICA)													
N°	Recursos Físicos	Mês 1	Mês 2	Mês 3 Operações	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8 PayBack	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
N°	Recursos Físicos												
1	Bicicleta Coletiva	R\$ 20.000											
2	Lubrificante		R\$ 180		R\$ 180		R\$ 180		R\$ 180		R\$ 180		R\$ 180
3	Aluguel	R\$ 4.200			R\$ 1.400	R\$ 1.400	R\$ 1.400	R\$ 1.400	R\$ 1.400				
4	Estacionamento bicicleta	R\$ 500	R\$ 500	R\$ 500	R\$ 500	R\$ 500	R\$ 500	R\$ 500	R\$ 500	R\$ 500	R\$ 500	R\$ 500	R\$ 500
5	Capacete			R\$ 992									
6	Material de escritório	R\$ 250			R\$ 250			R\$ 250			R\$ 250		
N°	Recursos Tecnológicos												
1	Notebook	R\$ 3.500											
2	Kit mouse e teclado	R\$ 150											
3	Smartphone	R\$ 3.237											
4	Máquina de cartão	R\$ 300											
5	Impressora	R\$ 404											
N°	Recursos Humanos												
1	Sócios (Pró-Labore)	R\$ 900	R\$ 900	R\$ 900	R\$ 900	R\$ 900	R\$ 900	R\$ 900	R\$ 900	R\$ 900	R\$ 900	R\$ 900	R\$ 900
2	Salários								R\$ 7.500	R\$ 7.500	R\$ 7.500	R\$ 7.500	R\$ 7.500
3	Vale alimentação								R\$ 1.500	R\$ 1.500	R\$ 1.500	R\$ 1.500	R\$ 1.500
4	Vale refeição								R\$ 360	R\$ 360	R\$ 360	R\$ 360	R\$ 360
5	Vale transporte								R\$ 480	R\$ 480	R\$ 480	R\$ 480	R\$ 480

**CRONOGRAMA FÍSICO FINANCEIRO (EXIBIÇÃO ANALÍTICA)**

N°	Recursos Físicos	Mês 1	Mês 2	Mês 3 Operações	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8 PayBack	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
N°	<b>Recursos marketing &amp; Legislação</b>												
1	Panfletos		R\$ 200								R\$ 200		
2	Pesquisa de mercado	R\$ 400											
3	Registro da Marca no INPI		R\$ 355										
4	Registro da empresa		R\$ 150										
5	Desenvolvimento da Marca		R\$ 50										
6	Propaganda redes sociais		R\$ 100		R\$ 100		R\$ 100		R\$ 100		R\$ 100		R\$ 100
7	Brindes Chaveiro		R\$ 476			R\$ 476				R\$ 476			
N°	<b>Contas a pagar</b>												
1	Conta Água	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100
2	Conta Energia Elétrica	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200
4	Conta de internet (smartphone)	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120
5	Conta internet (Wi-Fi)	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120
6	Seguros	R\$ 1.680	R\$ 1.680	R\$ 1.680	R\$ 1.680	R\$ 1.680	R\$ 1.680	R\$ 1.680	R\$ 1.680	R\$ 1.680	R\$ 1.680	R\$ 1.680	R\$ 1.680
	<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 36.061</b>	<b>R\$ 5.131</b>	<b>R\$ 4.612</b>	<b>R\$ 5.550</b>	<b>R\$ 5.496</b>	<b>R\$ 5.300</b>	<b>R\$ 5.270</b>	<b>R\$ 15.140</b>	<b>R\$ 15.336</b>	<b>R\$ 15.590</b>	<b>R\$ 14.860</b>	<b>R\$ 15.140</b>

Fonte: Autorial

Como exposto na tabela acima iremos adiantar 3 meses de aluguel do nosso ponto de apoio, totalizando R\$ 4.200,00. O início da operação será apenas no 3º mês, pois será preciso adquirir os materiais necessários e entre eles, o recurso principal, a bicicleta. No 7º mês conseguiremos pagar todo investimento inicial, o total dos recursos tecnológicos necessário fica no valor de R\$ 7.591,00. O total dos recursos humanos necessário fica no valor de R\$ 900,00 no primeiro mês, porque a princípio os sócios irão efetuar as tarefas administrativas e operacionais, ocorrendo assim uma aglutinação de cargos e conforme a empresa for crescendo serão contratados novos funcionários. O total dos recursos de Marketing & Legislação necessário fica no valor de R\$ 3.383,00 durante o ano. Na Tabela 11 **Erro! Fonte de referência não encontrada.** temos exposto o total das despesas acima mostradas.

Tabela 11 - Total do investimento

<b>TOTAL DAS DESPESAS INICIAIS</b>	<b>R\$36.061,00</b>
------------------------------------	---------------------

Fonte: Autoral

Como exposto na figura acima o total das despesas iniciais é de 36.061,00. Conforme os cálculos da precificação que foram mostrados no item 3, a empresa funcionará três dias por semana (às sextas, sábados e domingos), 8 horas por dia. Trabalharemos com 4 viagens diariamente com duração de 1h30min cada, assim nossa meta resulta em 48 viagens por mês. O cálculo da precificação do bilhete levou em consideração as horas trabalhadas, o número de clientes por viagem e despesas, assim chegamos ao valor de R\$ 30,00 o bilhete, que gerará para nossa empresa uma receita mensal de R\$ 14.400,00.

## 14. RESULTADOS ESPERADOS

---

Apesar do projeto estar na sua fase inicial de planejamento e escopo, ele já pode ser utilizado como fonte bibliográfica para quem deseja ter seu negócio, com isso, esperamos poder contribuir com atuais e futuros empreendedores, além disso, apresentar um plano de negócios que demonstre viabilidade do projeto. Com o desenvolvimento desse projeto desejamos que os integrantes

desenvolvam habilidades empreendedoras e adquiram conhecimentos para abrir uma empresa de sucesso, ou até mesmo desenvolver a VinhoCleta futuramente.

Conforme dados expostos no presente trabalho, foi notado uma perspectiva significativa de público-alvo na região de atuação do serviço, portanto, é previsto que pessoas que gostem de lazer, ciclismo e turismo venham a se tornar nossos clientes, contudo, queremos que isso seja consequência da nossa estratégia e marketing e atendimento com foco total ao cliente que será investimento.

Por fim, fazer desse trabalho uma forma de engrandecimento pessoal e profissional para os autores, disponibilizar material para estudo na FATEC e atingir a nota necessária para eliminar o TCC.

#### **14.1 INDICADORES DE DESEMPENHO ORGANIZACIONAL**

Para nossa empresa iremos usar algumas métricas que irão nortear o desenvolvimento da empresa, ou seja irá mostrar se estamos indo no caminho correto e se estamos conseguindo seguir as metas e alcançar os objetivos da empresa. Temos como Resultados Finalísticos (RF):

- 🍷 RF1 – Nos primeiros 6 meses de trabalho ter 320 clientes por mês;
- 🍷 RF2 – Ter Taxa de cliques (Click-through rate (CTR)) nas redes sociais acima de 60% por mês;
- 🍷 RF3 – Aumentar o número de bicicletas coletivas para 2 em um ano;
- 🍷 RF4 – Aumentar o faturamento da empresa para R\$ 20.000 por mês.

Desta forma iremos manter em mente estes pontos de desenvolvimento para conseguirmos propagar para todos os colaboradores os objetivos da empresa e desta forma manter o foco das operações na direção correta. Para tanto, iremos usar como resultados intermediários (RI) as seguintes metas de esforço:

- 🍷 Todo dia de trabalho ir a pelo menos um estabelecimento parceiro para convidar as pessoas a andar de bicicleta coletiva;

- 🍷 Dois sorteios de passagens por mês para nossos clientes que nos segue nas redes sociais;
- 🍷 Até a compra da segunda bicicleta, guardar 10% do lucro líquido para a sua compra.
- 🍷 Fazer os passeios com a lotação máxima de clientes ou com no mínimo de 60% de sua capacidade completada.

Estes indicadores de RF e RI serão expostos sempre que possível em reuniões e conversas organizacionais para todos os setores da empresa. Já para cada setor e processo iremos usar os indicadores como mostrado na Tabela 12.

Tabela 12 indicador para cada processo – área de atuação

Processo	Indicador	Meta %	Tolerância
Marketing	Taxa de cliques (CTR)	60%	40%
Projetos	Novos projetos	2 por mês	1 por mês
Financeiro	Retorno sobre o Ativo	20%	5%
Financeiro	Pedidos exornados	0 pedido	10 pedidos
Vendas	Vendas realizadas	95%	5%
Administrativo	Reclamações de clientes	0 por mês	1 por mês
Compras	Assertividade das compras	98%	2%
Humanos	Taxa de rotatividade de funcionários	0%	0,25% por mês
Logístico	Viagens dentro do cronograma	80%	20%

Fonte: Autoral

## 15. TERMO DE RESPONSABILIDADE

---

Os proponentes pelo projeto, Jéssica Alves dos Santos, Juliane Cestari Prado e Lincon Alberto Fonseca, assumimos inteira responsabilidade pelas informações prestadas. Declaramos a veracidade no desenvolvimento do presente projeto, bem como a busca incessante pela inovação no âmbito da economia colaborativa.

Jundiaí, 3 de junho de 2022

## 16. CONSIDERAÇÕES FINAIS

---

Com o desenvolvimento deste projeto aprendemos a importância que o planejamento tem, desde a escolha da ideia até o desenvolvimento dos detalhes dos planos de mercado, marketing e financeiro, esses três quesitos juntos e bem executados são essenciais para o sucesso de uma elaboração de projeto.

Com a criação deste trabalho pudemos reforçar conceitos vistos em disciplinas anteriores e agora aplicá-los na prática, como a realização das análises SWOT, 5W2H, Fluxograma e Organograma, bem como os cálculos referentes à planilha financeira.

A equipe está convicta de que o nosso projeto apresenta uma ideia inovadora e de acordo com a nossa pesquisa de mercado, não possui até o momento concorrentes diretos. Se colocado em prática, fomentará a cadeia turística vinícola da região. Já pensando na expansão do nosso projeto, contrataremos mão de obra local e assim contribuiremos com o comércio da região.

## REFERÊNCIAS

- BERALDO DI CALE. **Adega Beraldo di Cale**. Disponível em: < <http://beraldodicale.com.br/> >. Acesso em: 14 de maio de 2022.
- G1. **Capital paulista tem aumento de 66% nas vendas de bicicletas em 2020, diz associação**. Disponível em: < <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/03/28/capital-paulista-tem-aumento-de-66percent-nas-vendas-de-bicicletas-em-2020-diz-associao.ghtml> > Acesso em: 30 de março de 2022.
- G1. **Governo de SP anuncia nova ciclorrota de 75 km na rota das frutas na região de Jundiaí**. Disponível em: < <https://g1.globo.com/sp/sorocaba-jundiai/noticia/2022/01/26/governo-de-sp-anuncia-nova-ciclovia-de-75-km-na-rota-das-frutas-na-regiao-de-jundiai.ghtml>>. Acesso em: 30 de março de 2022.
- IBGE - PANORAMA. **Município de Jundiaí**. Disponível em: < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/jundiai/panorama> >. Acesso em: 30 de março de 2022.
- KIOSQUE ROSEIRA. **Kiosque Roseira tem a melhor coxinha de queijo de Jundiaí**. Disponível em: < <https://kiosqueroseira.com.br/a-melhor-coxinha-de-jundiai/> >. Acesso em: 14 de maio de 2022.
- KIOSQUE ROSEIRA. **Kiosque Roseira**. Disponível em: < <https://kiosqueroseira.com.br/> >. Acesso em: 7 de maio de 2022.
- PREFEITURA DE JUNDIAÍ. **Turismo de Jundiaí comemora os números conquistados em 2021**. Disponível em: < <https://jundiai.sp.gov.br/noticias/2022/03/29/turismo-de-jundiai-comemora-os-numeros-conquistados-em-2021/#:~:text=Apesar%20de%202020%20ter%20sido,injetado%20na%20economia%20da%20cidade.> >. Acesso em: 30 de março de 2022.
- PREFEITURA DE LOUVEIRA. **Rota das Frutas – Circuito de cicloturismo com 75 km entre Louveira, Jundiaí, Vinhedo e Itatiba será lançado neste sábado**. Disponível em: < <https://louveira.sp.gov.br/conteudo/rota-das-frutas-circuito-de-cicloturismo-com-75-km-entre-louveira-jundiai-vinhedo-e-itatiba-sera-lancado-neste-sabado> >. Acesso em: 30 de março de 2022.
- REDE SOCIAL (FACEBOOK). **O Italianão**. Disponível em: < <https://www.facebook.com/oitaliano> >. Acesso em: 7 de maio de 2022.
- REFÚGIOS NO INTERIOR. **Adega Fontebasso Jundiaí**. Disponível em: < <https://www.refugiosnointerior.com.br/dt/29/adeqa-fontebasso-jundiai> >. Acesso em: 7 de maio de 2022.
- ROTAS TURÍSTICAS. **Adega Fontebasso**. Disponível em: < <https://rotasturisticas.jundiai.sp.gov.br/vinho/o-que-visitar/adeqa-fontebasso/> >. Acesso em: 7 de maio de 2022.

SPIANDORELLO RESTAURANTE. **Restaurante spiandorello**. Disponível em: < [www.restaurantespiandorello.com.br](http://www.restaurantespiandorello.com.br) >. Acesso em: 14 de maio de 2022.

TURISMO JUNDIAÍ - ADEGAS, VINHOS E VINÍCOLAS. **Adega Fontebasso**. Disponível em: < <https://turismo.jundiai.sp.gov.br/atrativos/adeegas/adeaga-fontebasso/> >. Acesso em: 7 de maio de 2022.

TURISMO JUNDIAÍ. **O Italianão Bar e Restaurante**. Disponível em: < <https://turismo.jundiai.sp.gov.br/deguste-em-casa/o-italiano/> >. Acesso em: 14 de maio de 2022.

TURISMO RURAL JUNDIAÍ. **Adega Fontebasso**. Disponível em: < <https://turismo.jundiai.sp.gov.br/atrativos/turismorural/adeaga-fontebasso/> >. Acesso em: 7 de maio de 2022.

TURISMO RURAL JUNDIAÍ. **Restaurante e Bar O Italianão**. Disponível em: < <https://turismo.jundiai.sp.gov.br/atrativos/turismorural/restaurante-o-italiano/> >. Acesso em: 14 de maio de 2022.

TVTEC JUNDIAÍ. **Kiosque Roseira vence nas duas categorias como a melhor coxinha de queijo de Jundiaí**. Disponível em: < <https://tvtecjundiai.com.br/news/2021/05/18/kiosque-roseira-vence-nas-duas-categorias-como-a-melhor-coxinha-de-queijo-de-jundiai/> >. Acesso em: 14 de maio de 2022.

VILLA BRUNHOLI. **Villa Brunholi**. Disponível em: < [www.villabrunholi.com.br](http://www.villabrunholi.com.br) >. Acesso em: 7 de maio de 2022.