

Centro de Informações Turísticas

São Luiz do Paraitinga

A lógica...

- Por dia passam 4.450 carros pela Oswaldo Cruz na altura de São Luiz do Paraitinga;
- Sendo assim por mês passam 133.500 carros pela rodovia;
- Considerando 1,5 passageiros por carro: 200.000 pessoas;
- É esse público que o CIT vai atingir!!!

A lógica...

- Se o CIT atingir 1 passante em 1.000...
- Teremos 200 pessoas / mês a mais em SLP;
- Considerando a média de gastos da Semana da Canção de 2008 (pesquisa UNESP) isso significa em números

R\$ 11.000

A mais na cidade, por mês!!!

A lógica...

- Se o CIT é atingir 1% desse público com a continuidades da prestação se seus serviços;
- Isso significa em números

R\$ 100.000

A mais na cidade, por mês!!!

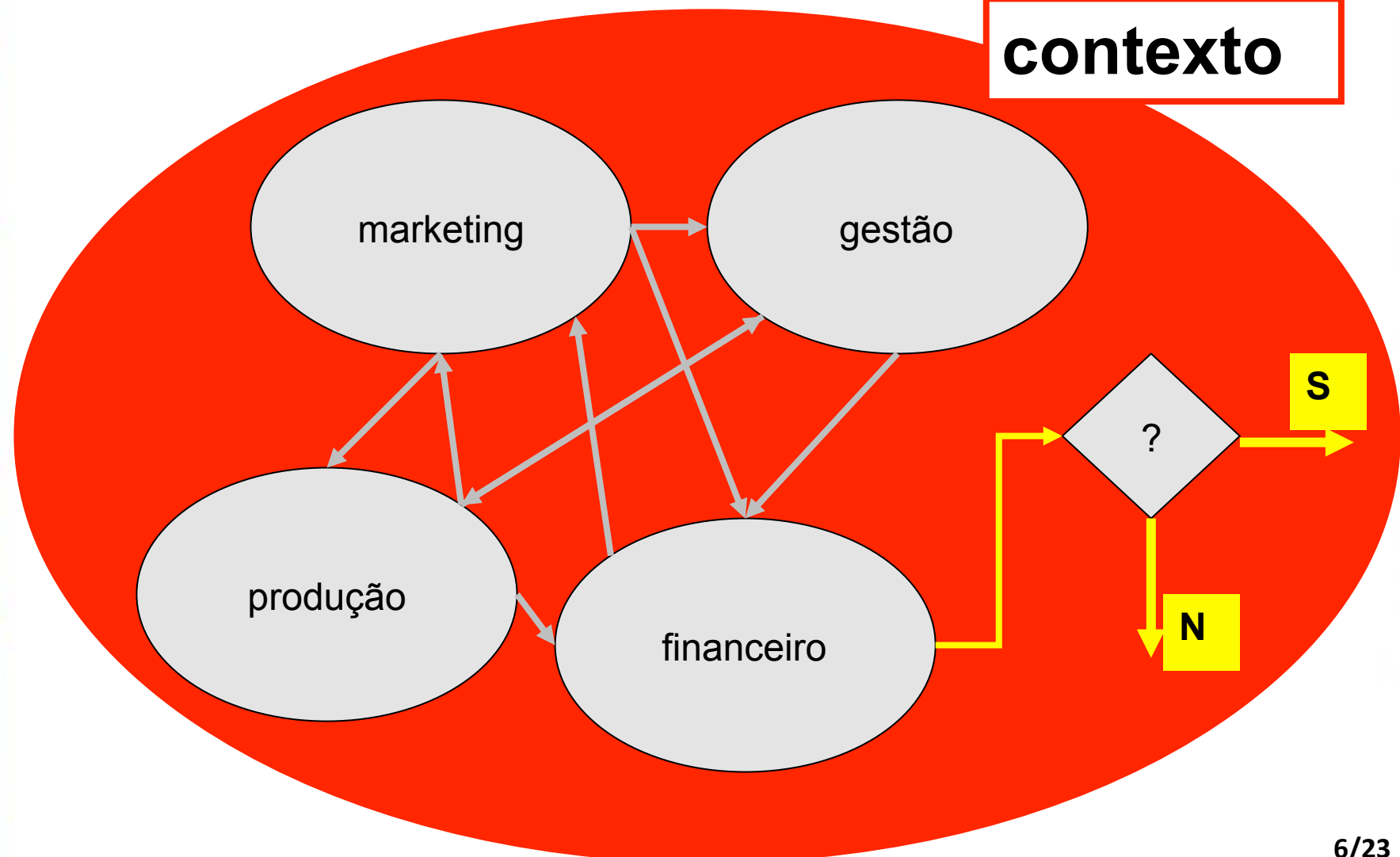
Então...

- Foi elaborado um plano de negócio pro CIT;
- E um projeto arquitetônico



A lógica...

contexto



São Luiz do Paraitinga e o CIT

O Centro de Informações Turísticas (CIT) foi pensado para:

- ✓ oferecer informações e serviços ao turista que passa em SLP;
- ✓ ajudar a fornecer informações aos possíveis visitantes, à distância;
- ✓ auxiliar no fomento à hospitalidade da cidade.

São Luiz do Paraitinga e o CIT

Características

- Serviço de massa;
- Serviço de front-office;
- Pacote de serviços incluindo: instalações de apoio, bens facilitadores, serviços explícitos e serviços implícitos.

Funções de um CIT (Gianesi; Corrêa, 1996)

Conceito	Definição
Função Básica Aquele sem a qual o produto ou serviço perde seu valor ou identidade	<ul style="list-style-type: none">• Informar turistas
Funções secundárias Auxilia o produto a ser vendido	<ul style="list-style-type: none">• Fornecer folders• Realizar reservas• Sugerir atividades• Imprimir listas
Função de uso Torna possível a utilidade do serviço	<ul style="list-style-type: none">• Reservar apartamentos, restaurantes, ingressos, etc• Informar sobre: atrativos, endereços, transporte.
Função de estima Implica uma vontade de posse.	<ul style="list-style-type: none">• Propiciar segurança e orientação

Plano de Marketing

Ambientes Interno e Externo

FATORES EXTERNOS	
Oportunidade	Ameaça
Nova oportunidade de divulgação	Falta de conhecimento da reconstrução
Desastre divulgou a cidade	Desinformação
Pessoas interessadas em ver como a cidade está (tanto as que já conheciam, quanto as que não conheciam)	Pessoas acreditam que a cidade acabou
FATORES INTERNOS	
Cultura local	Infra-estrutura
Calendário de festas	População ainda despreparada para o turismo
Turismo de assíduidade	Falta de articulação dos atores locais

Público-alvo

- O CIT irá atingir o público que passa pela rodovia Oswaldo Cruz e pessoas interessadas em informações sobre a cidade.

Posicionamento de Mercado

- O CIT será instalado as margens da rodovia Oswaldo Cruz, na entrada da cidade.
- O CIT será uma maneira de divulgação da cidade e de atendimento de qualidade aos turistas que passarem pela rodovia ou procuraram atendimento via telefone ou internet.

Objetivos

- fazer com que o público que passa pela rodovia pare e conheça a cidade.
- divulgar a cidade e fazer com que o público tenha conhecimento de que a cidade já se recuperou e fazer com que aumente o número de visitantes.

Estratégias de Marketing

- Produtos: informação, reservas em pousadas, hotéis e agências
- Promoção: atender o turista que chegar ao local, divulgar a cidade através de sites, disponibilizar informações pela internet e através de folder oficiais
- Praça: localizado na rodovia Oswaldo Cruz o CIT contará com banheiros, salas para divulgação da cidade, estacionamento, telefones, café e internet sem fio. O PIT atenderá os turistas que já estão na cidade, portanto terá uma infra-estrutura menor
- Preço: o visitante não pagará pelas informações e serviços;
- Pessoas: treinar adequadamente os funcionários do CIT e PIT.

Plano de Produção

O CIT contará com:

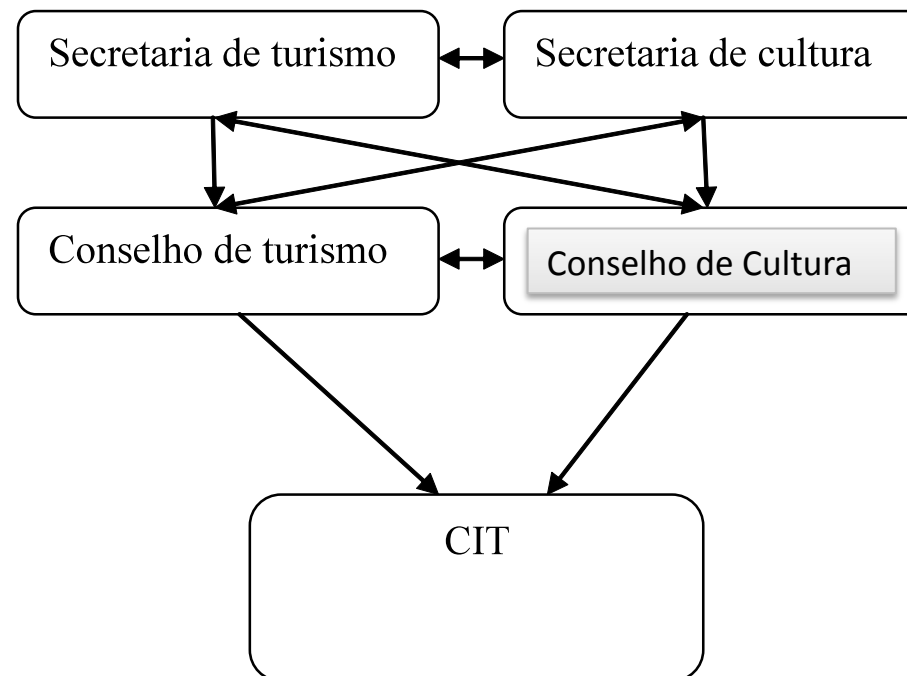
- 3 computadores; 4 funcionários; Café; Wirelles; Sala de exposições, banheiros.

O CIT deverá oferecer os seguinte produtos e serviços:

- Mapa e folder (folheteria) e Calendário municipal;
- Site ;
- Software integrado com pousadas que possibilite a consulta de vagas;
- Disponibilizar o cardápio dos restaurantes;
- Preços e disponibilidade de vagas em pousadas e restaurantes.
- Cada festa, uma decoração e um outdoor ;
- Boletim informativo via web.

Plano de Gestão

- O armazenamento dos dados possibilitará planejamento de cenário futuro;
- O responsável pela avaliação dos serviços prestados será o secretário de turismo;



Plano de Gestão

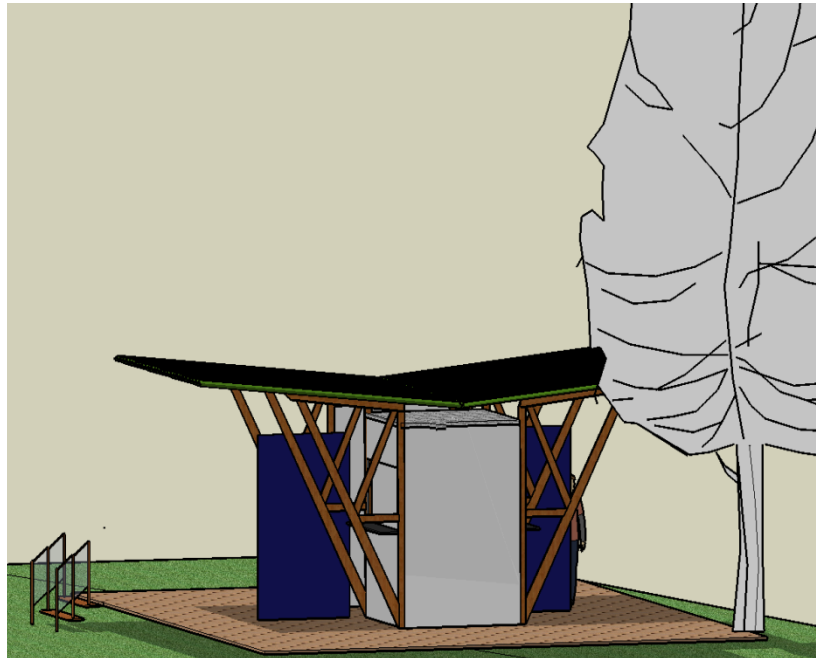
É preciso coletar dados quanto ao seu funcionamento, para que depois possa-se fazer o acompanhamento. O armazenamento deve conter:

1. Número de carros que passam por dia na Rodovia Oswaldo Cruz;
2. Número de carros que param no CIT, diariamente;
3. Número de reservas efetuadas diariamente;
4. Número de atendimento realizado nas instalações do CIT diariamente (podendo conter o assunto abordado e se foi ou não efetuada reserva);
5. Número de atendimento telefônico diário (podendo conter o assunto abordado e se foi ou não efetuada reserva);
6. Número de atendimento via internet diário (podendo conter o assunto abordado e se foi ou não efetuada reserva).

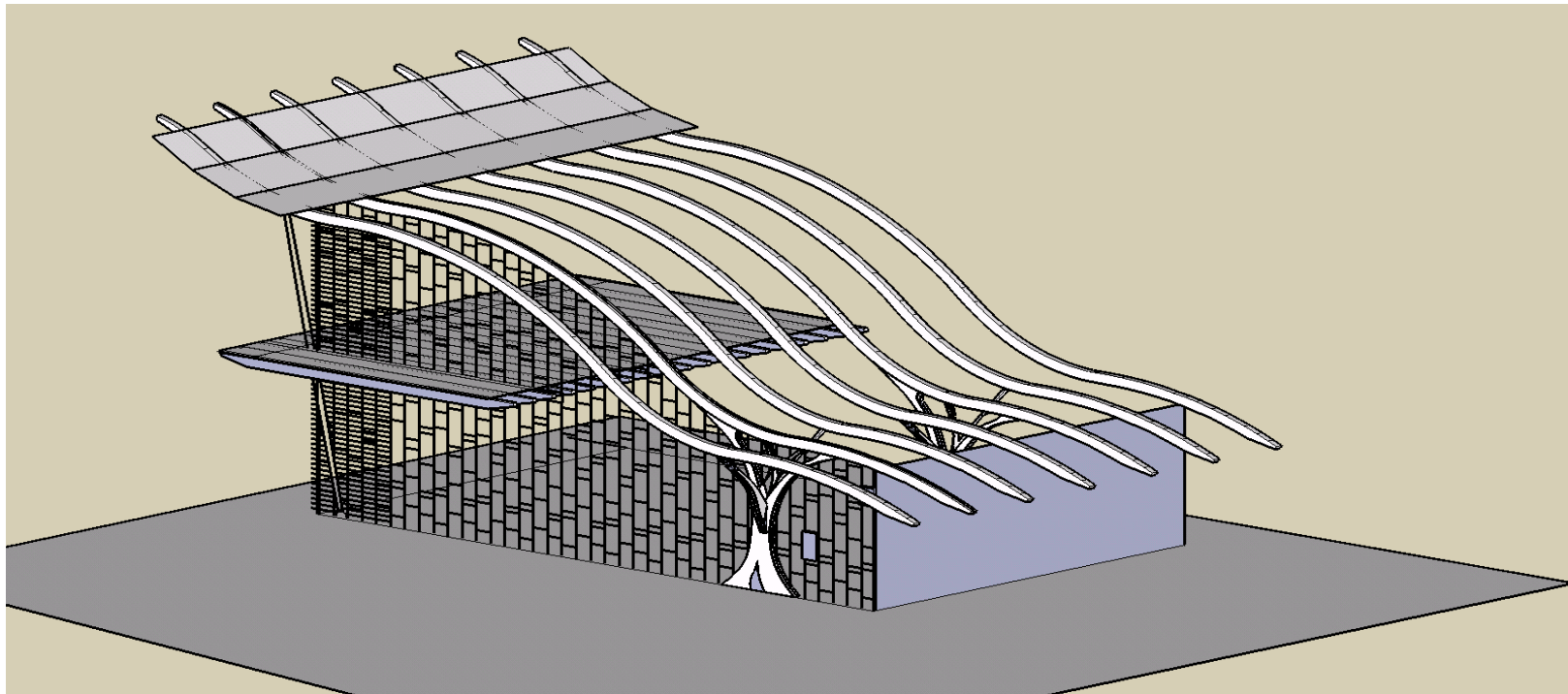
Plano de Gestão (Lucca Filho, 2003, adap.)

Determinante	Serviços gerais	Serviços num CIT
Confiabilidade	Consistência e segurança na prestação do serviço	Informação segura
Rapidez	Velocidade no atendimento e prontidão para o atendimento ao cliente	Velocidade, agilidade e prontidão no atendimento ao cliente, inexistência de filas, resposta rápida
Tangibilidade	Evidências físicas do serviço (ambiente, equipamentos ligados ao processo)	Estrutura física, computadores, balcões
Empatia	Cordialidade e simpatia do funcionários	Cordialidade e simpatia do funcionários
Flexibilidade	Capacidade de ajustar o serviço às necessidades do cliente	Cada cliente solicita uma informação diferente, mas o processo sofre poucas alterações
Acesso	Facilidade de entrar em contato ou acessar fisicamente o serviço	Facilidade de entrar em contato ou acessar fisicamente o serviço
Disponibilidade	Facilidade em encontrar disponível o pessoal do atendimento, os bens facilitadores e as instalações do serviço	Número suficiente de funcionários para fornecer as informações

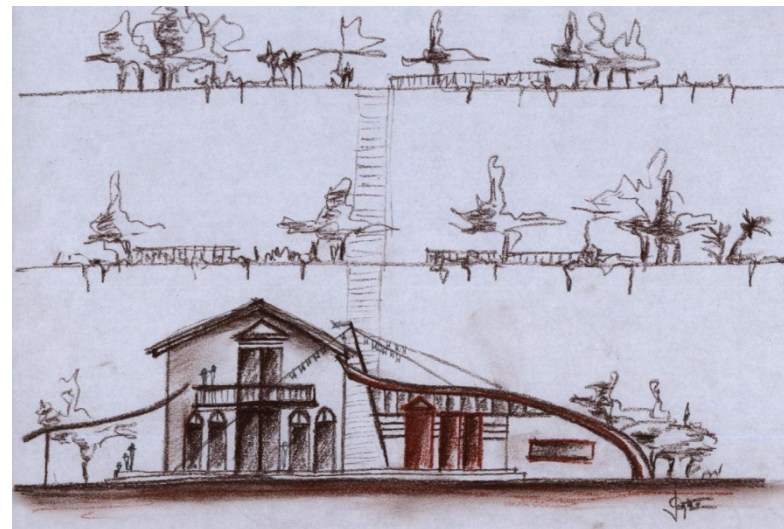
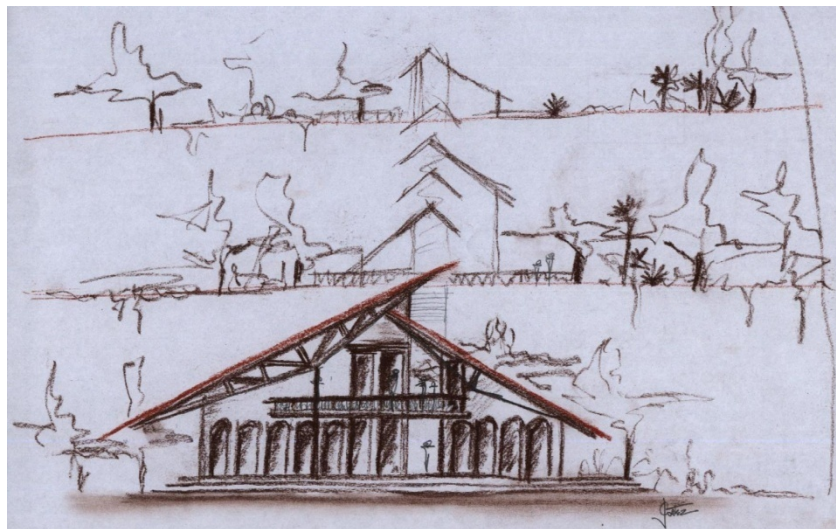
Primeira proposta para o PIT



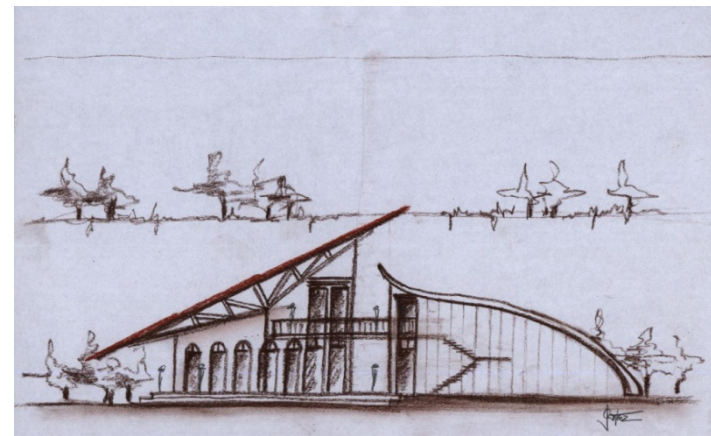
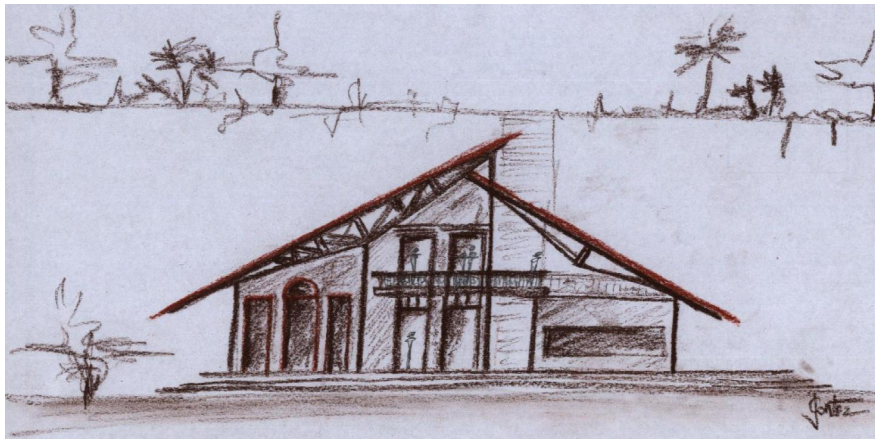
Primeira proposta para o CIT



Outras versões para o CIT



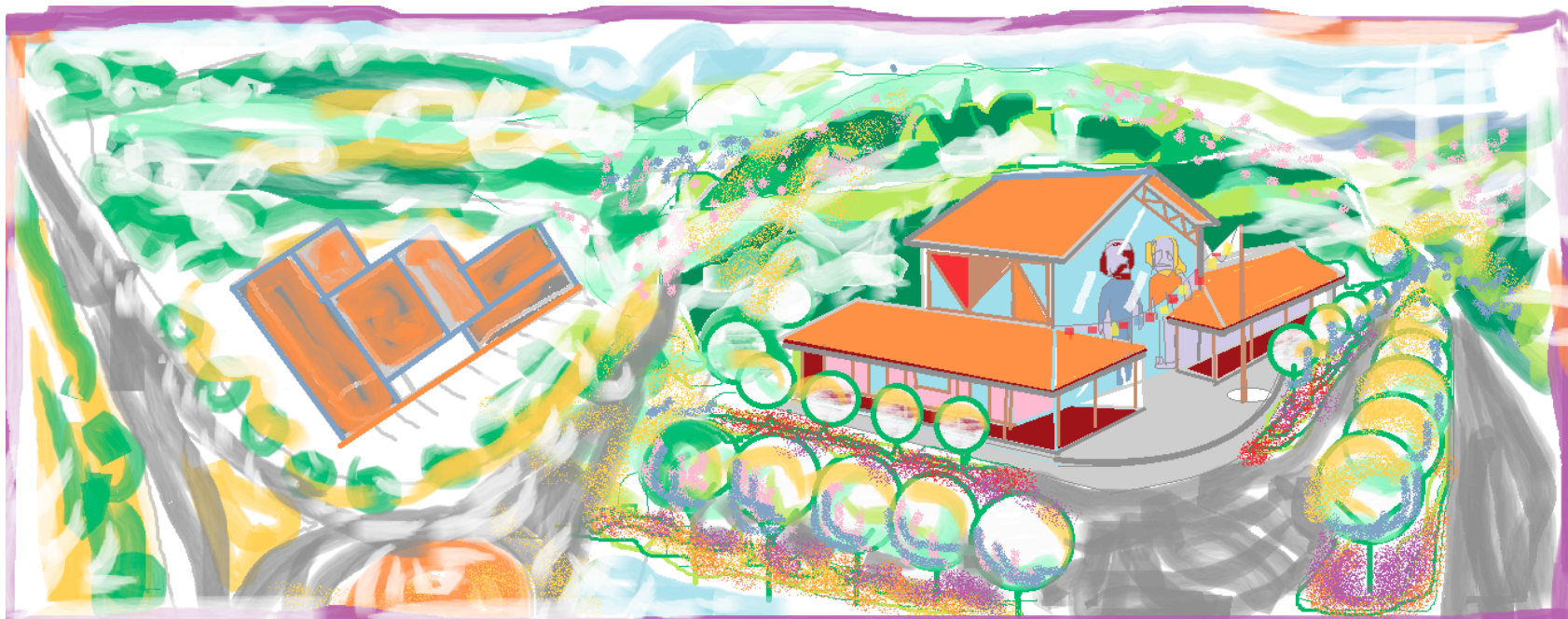
Outras versões para o CIT



Mais uma versão

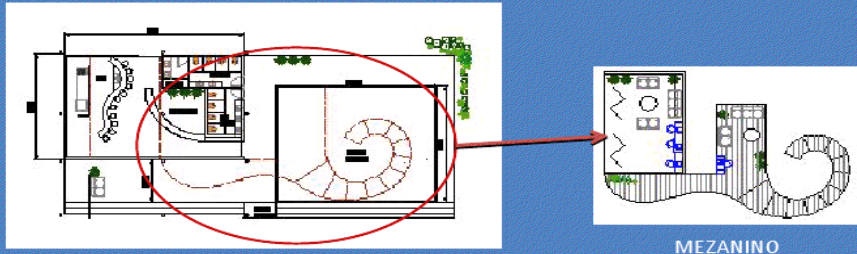


Mais uma

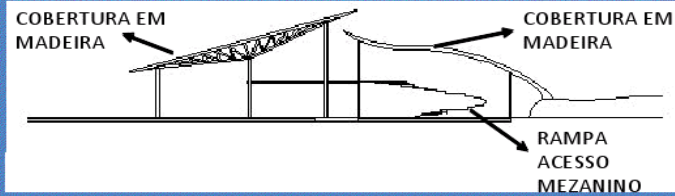


Última versão apresentada em Nov/2010

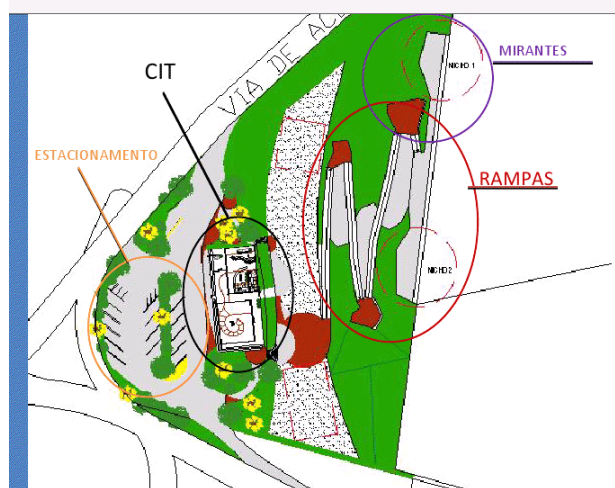
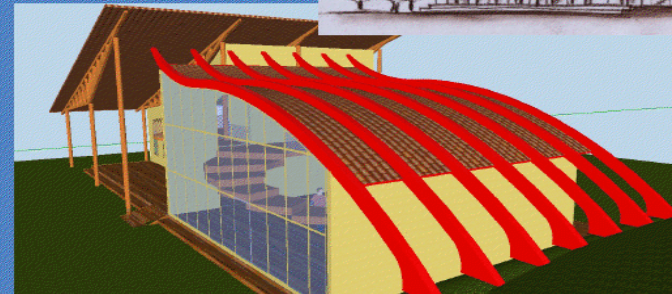
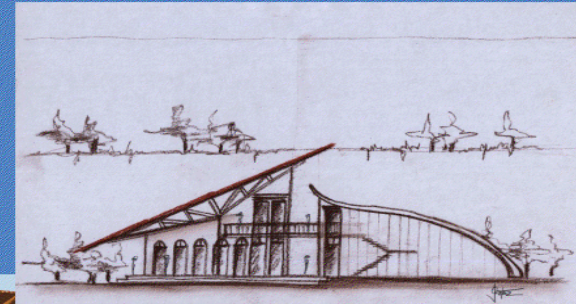
PLANTA CIT-CENTRO DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS



MEZANINO



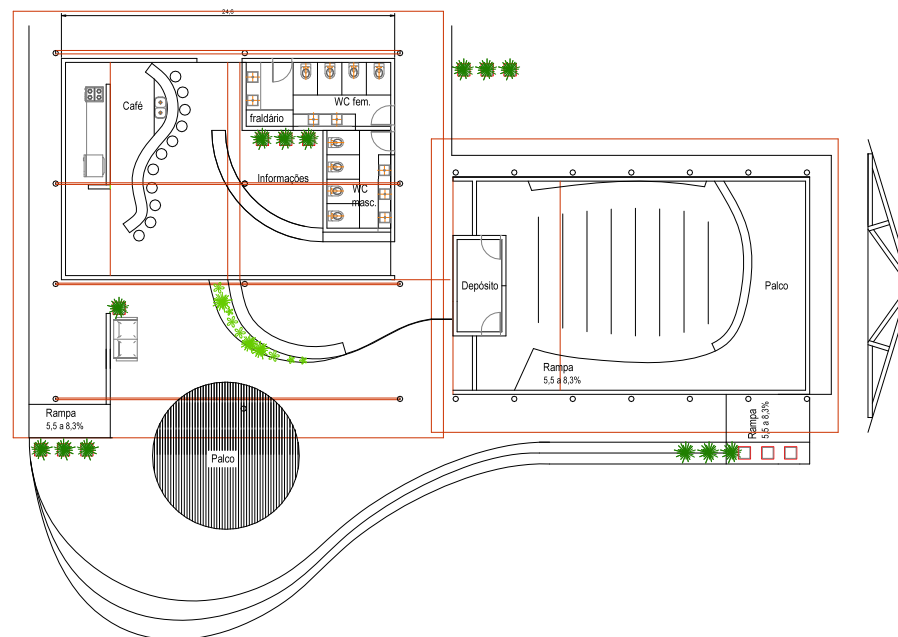
CROQUIS - CIT



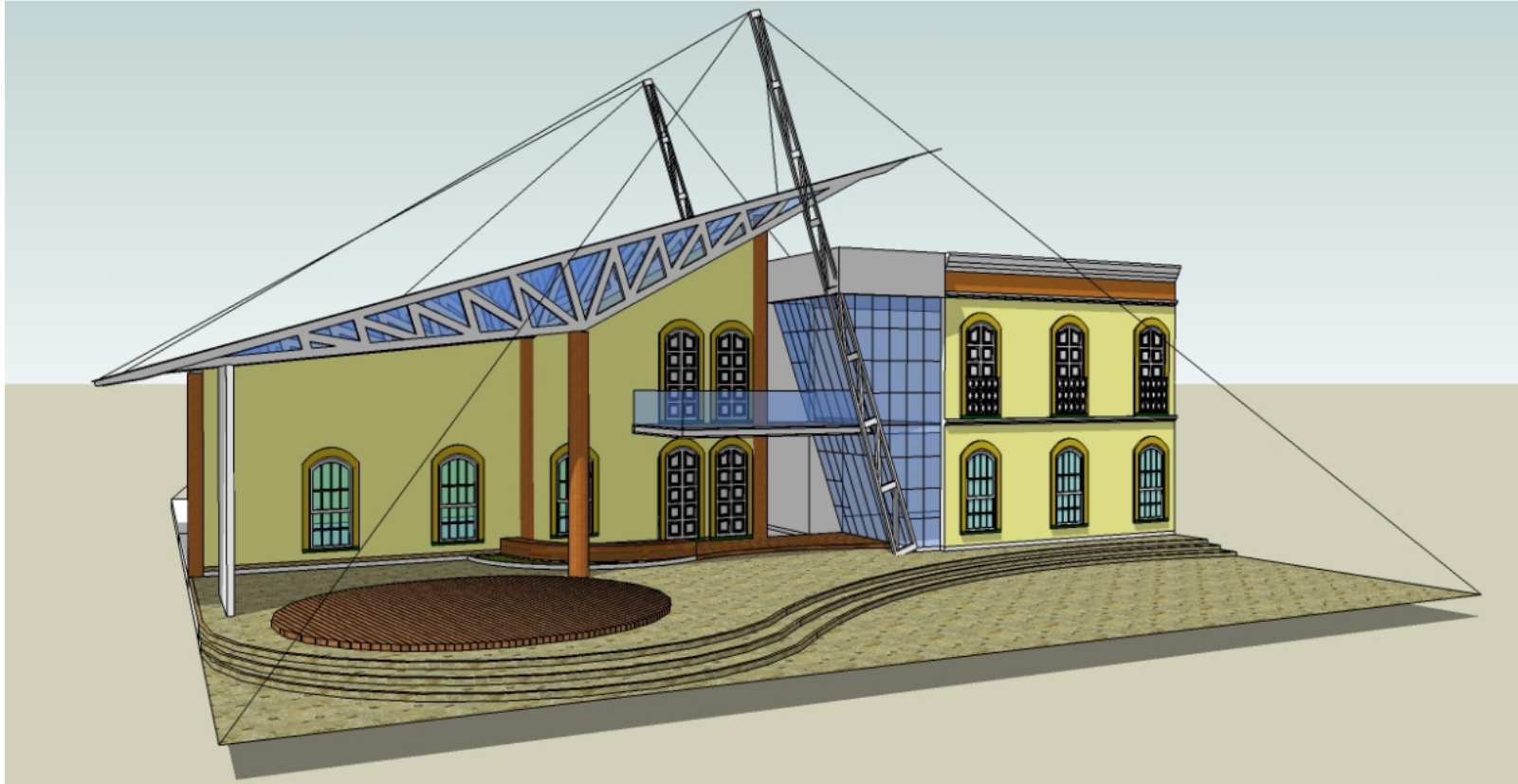
ESTACIONAMENTO



CIT – Nova Versão Dez/2010

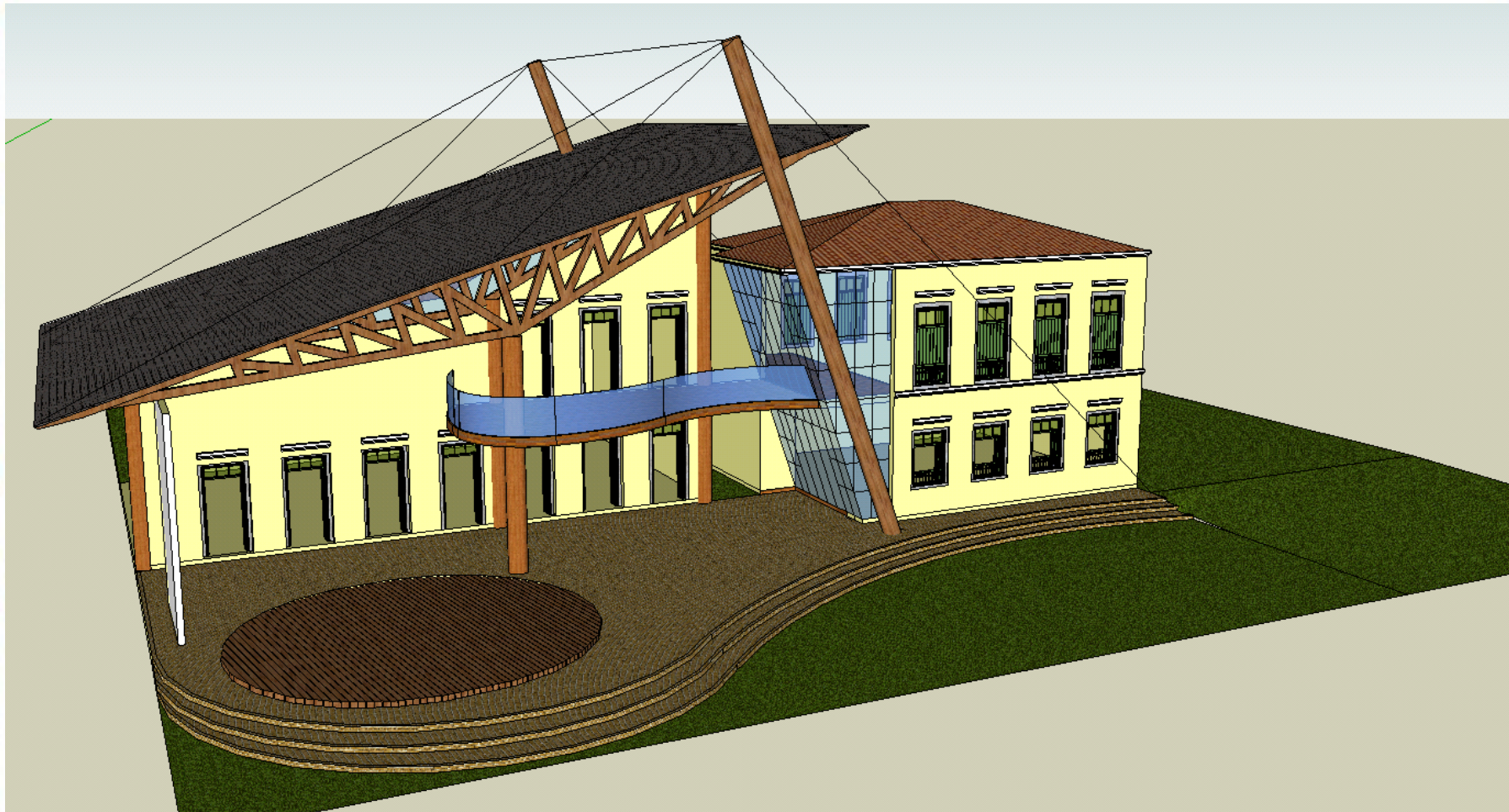


Novos Estudos de fachadas



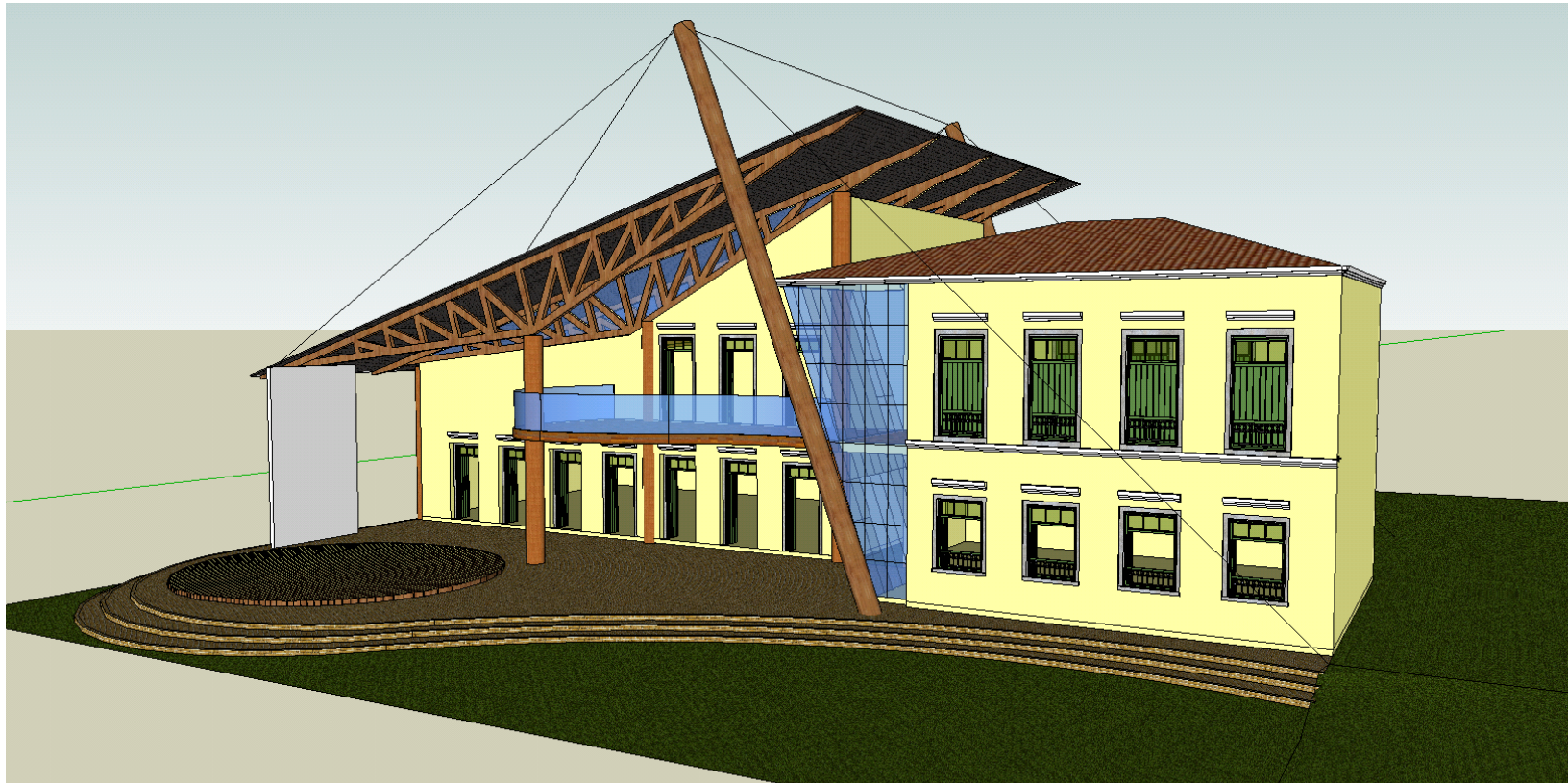
Programa UNESP para o
Desenvolvimento Sustentável
de São Luiz do Paraitinga

Novos Estudos



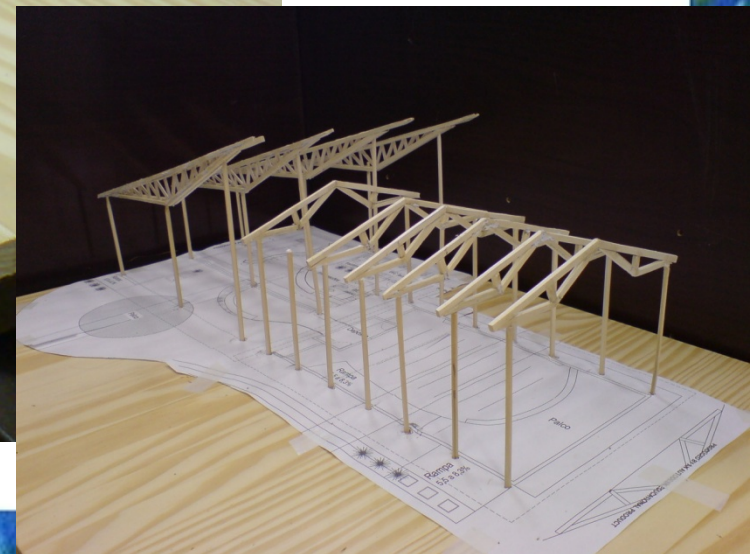
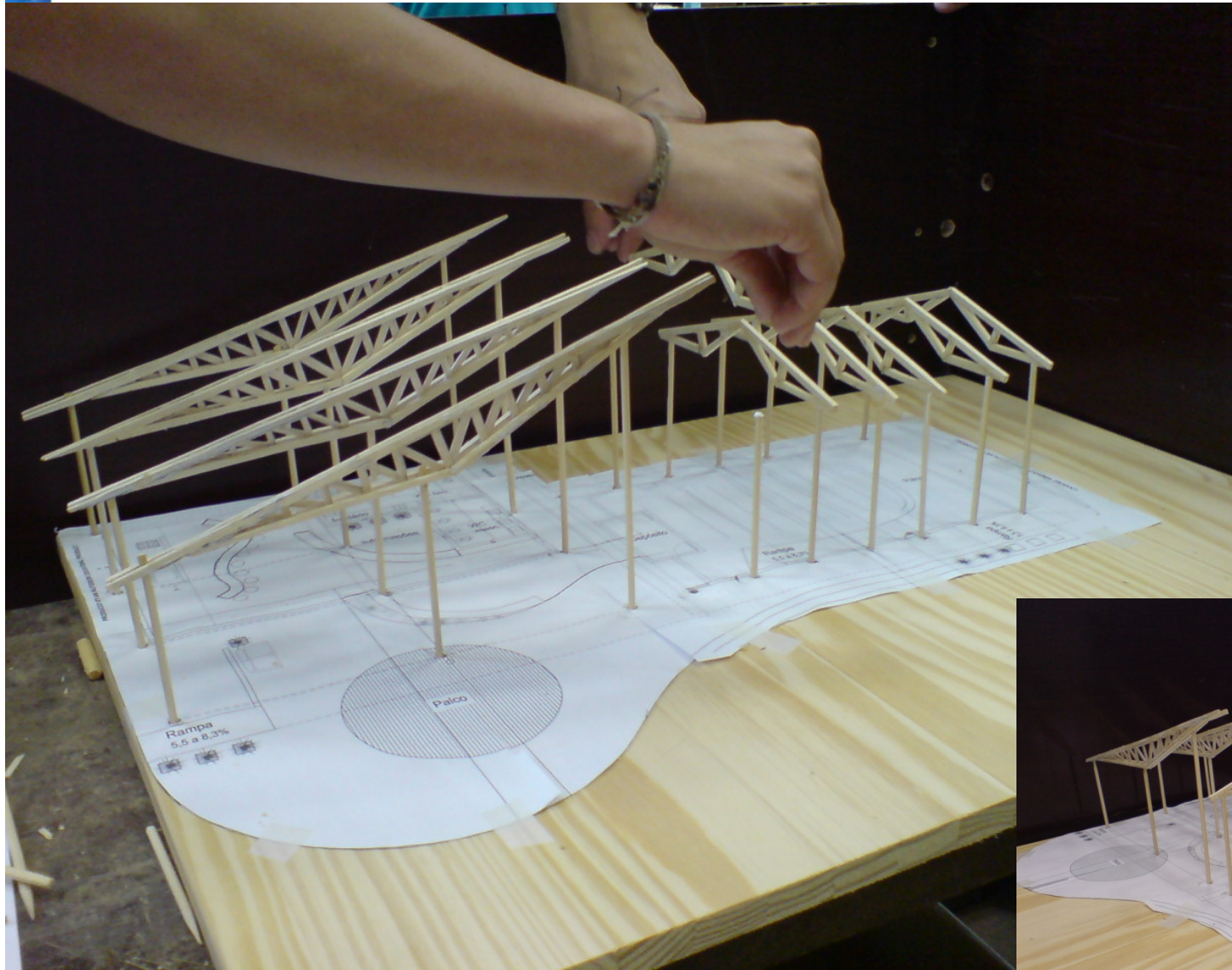
Programa UNESP para o Desenvolvimento Sustentável de São Luiz do Paraitinga

Novos Estudos



Programa UNESP para o Desenvolvimento Sustentável de São Luiz do Paraitinga

Maquete







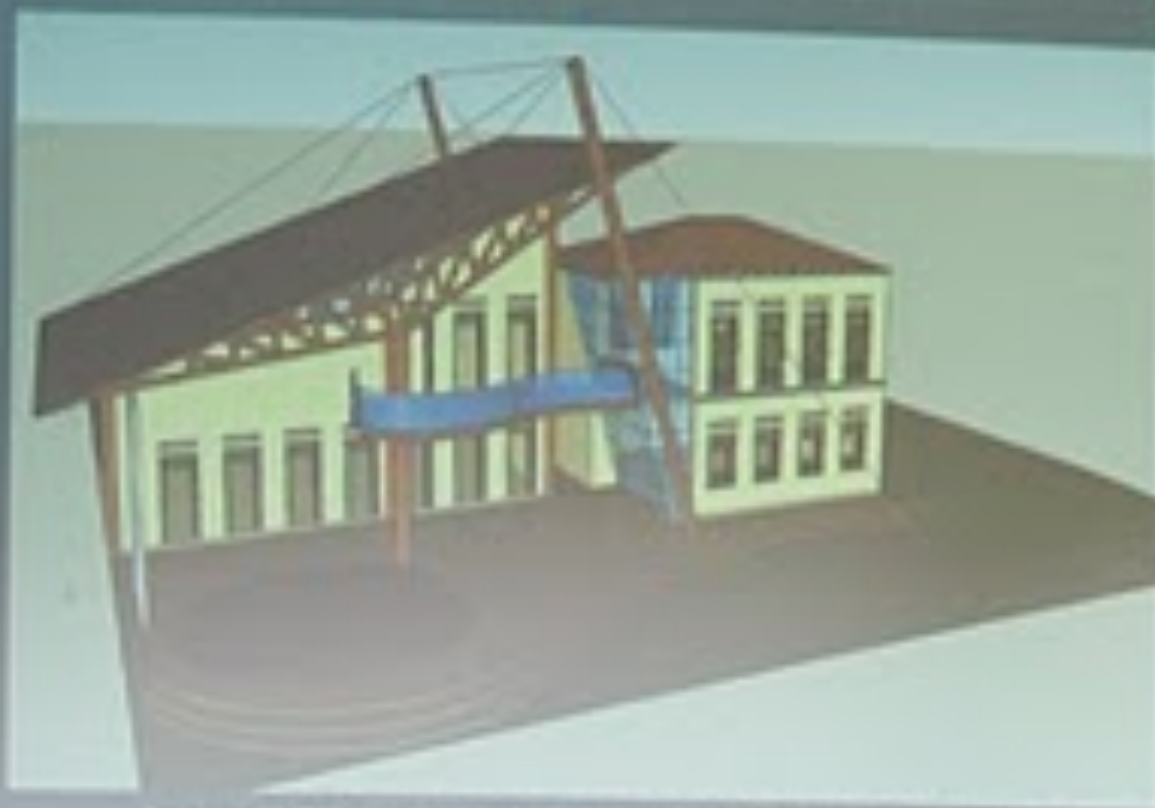






unesp

Novos Estudos



Programa UNESP para a Dramaturgia Inerente Sociocultural de São Luiz do Paraitinga

Plano de Financeiro

- Excluindo construção;
- Custo inicial;

CUSTO INICIAL	Quantidade	Preço unitário	Preço total
Fogão	1	R\$ 280,00	R\$ 280,00
Geladeira	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
Cafeteira	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
Aparelho de som	1	R\$ 130,00	R\$ 130,00
TV (40")	1	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00
Notebook	3	R\$ 1.000,00	R\$ 3.000,00
Roteador	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Telefone	2	R\$ 80,00	R\$ 160,00
Software	1	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00
Bebedouro	2	R\$ 340,00	R\$ 680,00
Impressora	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Cadeiras	15	R\$ 70,00	R\$ 1.050,00
Escrivaninha	4	R\$ 300,00	R\$ 1.200,00
Jogo de sofá	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
TOTAL			R\$ 14.730,00

Plano de Financeiro

- Custo Mensal;

CUSTO MENSAL	Quantidade	Preço unitário	Total
Funcionários atendimento	4	R\$ 2.000,00	R\$ 8.000,00
Funcionário limpeza	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
Funcionário jardinagem	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
Água	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Luz	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Folder	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Telefone	2	R\$ 164,00	R\$ 328,00
Depreciação de equipamentos	1	R\$ 195,00	R\$ 195,00
Total			R\$ 11.623,00

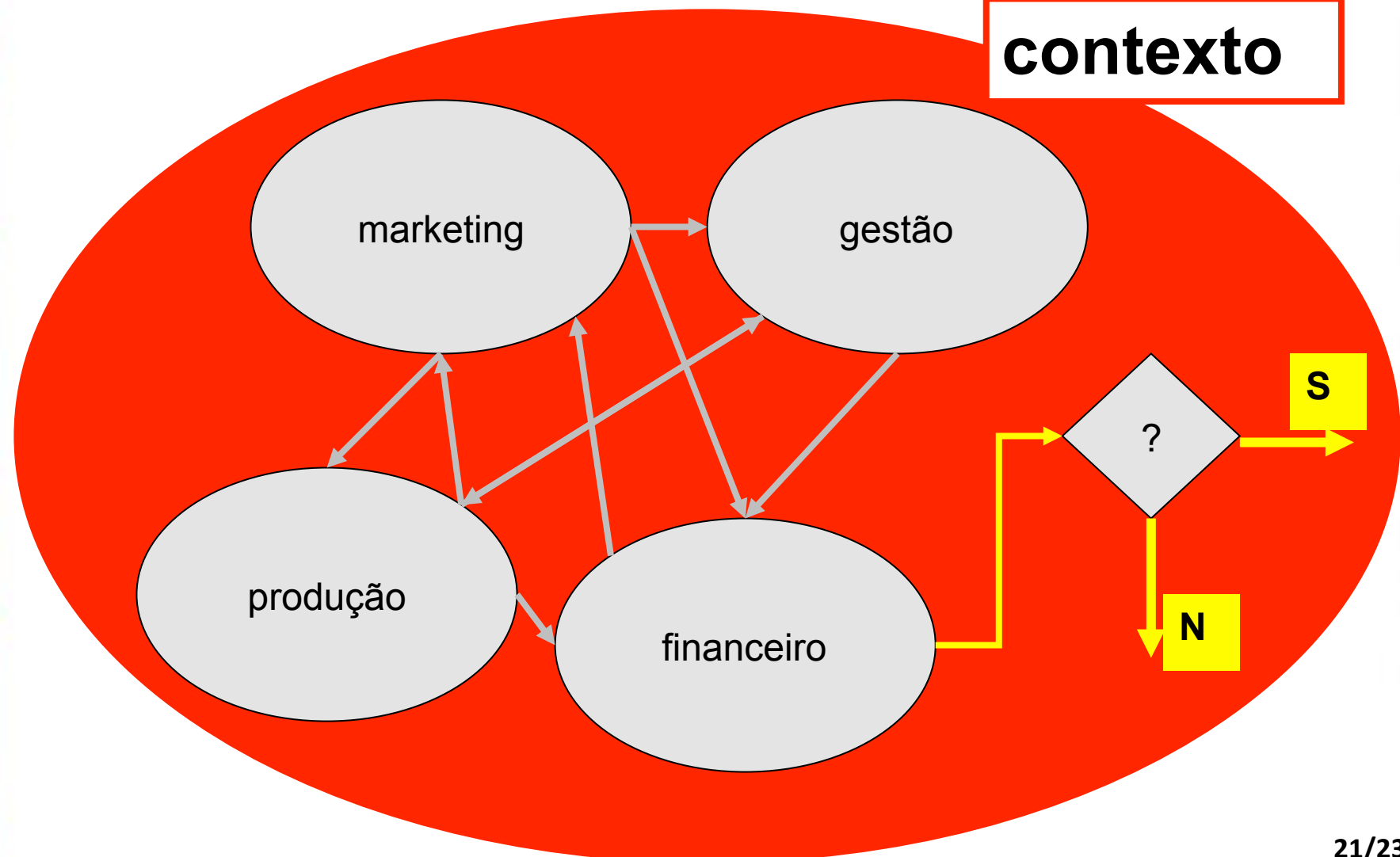
Plano de Financeiro

- Custo Quadrimestral;

CUSTO QUADRIMESTRAL	Quantidade	Preço unitário	Total
Outdoor	2	R\$ 1.500,00	R\$ 3.000,00
Decoração	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Total			R\$ 3.200,00

A lógica...

contexto



Se continua

- O projeto de construção e manutenção de um CIT envolve altos custos;
- Prefeitura:
 - Conseguiu verba para construção do prédio;
 - Conseguiu terreno para construção;
 - Conseguiu equipe de engenheiros e arquitetos para construção do prédio;
 - Conseguiu equipe de planejamento e gestão
 - Irá apoiar o funcionamento.
 - “Alugar” espaços

Outros interessados?

- Pousadas e restaurantes?
 - (Repasse para o CIT de um valor por cada cliente?)
- Criação de Voucher?
 - (Taxa única para visitantes repassada para CIT)
- Comtur?
 - (Repasse de verba)
- Associação comercial?
 - (Capacitação de mão-de-obra, repasse de verba)
- Criação de taxa para turismo?
- Repasse de zona azul?