

Formatação do Modelo de Negócio no Turismo

1. Identificação Solução SAS/FOCO

192000108408

2. Descrição

A consultoria de Formatação do Modelo de Negócio no Turismo é um serviço especializado que visa apoiar empreendedores e gestores na estruturação, operacionalização e posicionamento estratégico de atrativos turísticos. O objetivo é garantir que o empreendimento seja viável, competitivo e alinhado às expectativas do mercado, abrangendo desde a definição de serviços e processos gerenciais até estratégias de comunicação e monitoramento da aderência ao mercado. A consultoria é ideal para quem busca transformar ideias em negócios turísticos sustentáveis e lucrativos.

3. Instrumento

Consultoria Presencial

4. Argumento de vendas/Justificativa

O setor turístico é uma das principais alavancas econômicas do Estado, sendo responsável por atrair visitantes, gerar empregos e movimentar a economia local. Para que atrativos turísticos se destaquem, é essencial contar com um modelo de negócio bem estruturado que ofereça experiências diferenciadas e atenda às expectativas dos turistas. A consultoria de Formatação do Modelo de Negócio no Turismo oferece suporte completo para transformar empreendimentos turísticos em negócios sustentáveis, competitivos e conectados às demandas do mercado. Com este serviço, o cliente terá acesso a ferramentas estratégicas, capacitação de equipes e acompanhamento de resultados que garantem maior aderência ao mercado.

5. Tema/Subtema SAS:

→ Empreendedorismo/Modelos de negócio;

6. Área/Subárea SGF (recomendado nesta ordem):

→ Desenvolvimento Setorial e respectivas subáreas correlatas ao setor de turismo.

7. Público-alvo

Pessoa Física	Pessoa Jurídica	Público Indireto
<input type="checkbox"/> Pessoa Física <input type="checkbox"/> Professor <input type="checkbox"/> Gestor Educacional <input type="checkbox"/> Estudante - Fundamental <input type="checkbox"/> Estudante - Médio <input type="checkbox"/> Estudante - Superior <input checked="" type="checkbox"/> Não se aplica	<input checked="" type="checkbox"/> Microempreendedor Individual (MEI) <input checked="" type="checkbox"/> Microempresa (ME) <input checked="" type="checkbox"/> Empresa de Pequeno Porte (EPP) <input type="checkbox"/> Produtor Rural <input type="checkbox"/> Artesão <input type="checkbox"/> Não se aplica	<input type="checkbox"/> Instituição de Administração Pública <input type="checkbox"/> Instituição sem fins lucrativos <input type="checkbox"/> Média e Grande Empresa <input type="checkbox"/> Não se aplica

8. Delimitação do Público Pessoa Jurídica

Setor	<input type="checkbox"/> Agronegócios <input type="checkbox"/> Comércio <input checked="" type="checkbox"/> Serviços <input type="checkbox"/> Indústria <input type="checkbox"/> Não se aplica		
Macros segmento	<input type="checkbox"/> Alimentos e Bebidas <input checked="" type="checkbox"/> Artesanato e Economia Criativa <input type="checkbox"/> Bioeconomia <input type="checkbox"/> Casa e Construção	<input type="checkbox"/> Economia Digital <input type="checkbox"/> Energia <input type="checkbox"/> Franquias <input type="checkbox"/> Higiene e Cosméticos	<input type="checkbox"/> Moda <input type="checkbox"/> Negócios de Alto impacto <input type="checkbox"/> Saúde e Bem-estar <input type="checkbox"/> Transporte, Logística e Mobilidade
Modelo de Negócio	<input type="checkbox"/> Startup	<input type="checkbox"/> E-commerce	<input type="checkbox"/> Franquia

9. Origem

☒ Sebrae ☐ Parceiro ☐ Soluções de Mercado

10. Teve Origem em um Polo de Referência

Não

11. Este Produto Faz Parte Solução Rede

Não

12. Descrição

Etapa 01:	Situação Atual
O que é:	A etapa tem como objetivo compreender o contexto do cliente e realizar um levantamento detalhado de informações técnicas e mercadológicas. Nesta etapa, o consultor analisa os sintomas e sinais apresentados pelo cliente, investiga as evidências e apresenta um diagnóstico técnico fundamentado.
Atividades:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar briefing inicial com o cliente para levantamento de suas expectativas e objetivos. ✓ Apresentar as etapas da consultoria e alinhar as metas esperadas e estabelecer plano de ação das consultorias.
Entrega:	Registro detalhado da narrativa do cliente, incluindo expectativas e necessidades e plano de ação da consultoria.
Carga horária:	3 horas

Etapa 02:	Formatação do Modelo de Negócio
O que é:	Esta etapa contempla o desenvolvimento de um plano que detalhe as ações necessárias à estruturação e operacionalização do atrativo. O objetivo é criar um modelo de negócio sustentável e competitivo, alinhado às expectativas do mercado e às práticas ecológicas. A etapa inclui a definição de serviços e experiências turísticas, planejamento financeiro, estrutura organizacional e integração de ferramentas digitais para otimização de processos e engajamento com clientes. Também aborda práticas de sustentabilidade e responsabilidade social, fundamentais para o turismo moderno.
Atividades:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaboração do plano tático-operacional, definindo escopo dos serviços e experiências turísticas. <ul style="list-style-type: none"> ○ Identificação da tipologia turística (aventura, cultural, gastronômica etc.). ○ Planejamento de experiências alinhadas ao público-alvo e às tendências de mercado. ○ Definir o escopo de serviços e experiências ofertadas, com foco na diferenciação e exclusividade. ○ Realizar análise de rentabilidade e precificação estratégica, considerando custos operacionais e práticas competitivas. ✓ Detalhamento de processos gerenciais e operacionais, incluindo estrutura organizacional e alocação de pessoal. <ul style="list-style-type: none"> ○ Identificação de requisitos legais com orientação sobre licenças e alvarás (Cadastur, licenciamento ambiental, vigilância sanitária, entre outros). ○ Elaboração de um plano financeiro com projeções de fluxo de caixa, ponto de equilíbrio e estratégias de precificação. ○ Recomendações sobre práticas de sustentabilidade e uso de ferramentas digitais para otimização de recursos e comunicação. Integração de práticas sustentáveis (uso eficiente de recursos naturais, descarte e reaproveitamento de materiais, responsabilidade social)
Entrega:	Plano tático-operacional detalhado, incluindo: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Descrição dos serviços e experiências ofertadas. ✓ Processos gerenciais e operacionais estruturados. ✓ Projeções financeiras e estratégias de rentabilidade. ✓ Requisitos legais e orientações ambientais.
Carga-horária:	75 horas

Etapa 03:	Estratégia de Comunicação Online e Offline
O que é:	Esta etapa aborda a definição de estratégias de comunicação que atraiam e engajem o público-alvo antes, durante e após a interação com o atrativo. O objetivo é garantir que o atrativo seja bem-posicionado no mercado e tenha uma comunicação eficiente com os turistas.
Atividades:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaboração da estratégia de posicionamento e promoção: <ul style="list-style-type: none"> ○ Desenvolver estratégias de posicionamento do atrativo, destacando seus diferenciais e experiências únicas. ○ Planejar ações promocionais para inclusão do atrativo nos roteiros turísticos existentes no território. ○ Criar calendários de ações anuais, incluindo eventos sazonais e pacotes promocionais. ✓ Cocriação da persona e estratégias de comunicação online, junto a equipe de marketing do empreendimento (caso não possua sugere-se indicar a contratação de consultoria em Marketing do Sebrae): <ul style="list-style-type: none"> ○ Definir o perfil do turista ideal (persona) com base em dados do público-alvo. ○ Elaborar estratégias de marketing digital, como: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Campanhas em redes sociais. ▪ Criação de conteúdo para engajamento (vídeos, blogs, posts). ▪ Uso de ferramentas digitais para reserva e interação com o cliente. ✓ Elaboração da estratégia de comunicação offline: <ul style="list-style-type: none"> ○ Planejar ações de comunicação no local do atrativo, como: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Placas informativas e de segurança. ▪ Orientações para melhor experiência e regras de consumo. ▪ Garantir que a comunicação esteja alinhada à identidade do destino e às normas técnicas. ✓ Definição de estratégia de escuta do turista: <ul style="list-style-type: none"> ○ Implementar mecanismos para captar feedback dos visitantes, como: ○ Pesquisas de satisfação. ○ Monitoramento de comentários nas redes sociais e sites especializados. ○ Propor plano de revisão constante para melhorias.
Entrega:	Plano de ação para implementação da estratégia de posicionamento e promoção, incluindo: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Calendários de ações anuais e estratégias sazonais. ✓ Estratégias de interação com o trade turístico local, regional. ✓ Estratégias de comunicação online e offline. ✓ Mecanismos de escuta ativa para captação de feedback.
Carga-horária:	40 horas.

Etapa 04:	Aderência ao Mercado
O que é:	Uma vez que o atrativo esteja em operação, é necessário monitorar a efetividade do modelo de negócio, observando indicadores de desempenho e satisfação dos clientes. Com base nos resultados obtidos, ajustes podem ser realizados para garantir maior aderência ao mercado e aprimoramento contínuo.
Atividades:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaboração de mapa de indicadores: <ul style="list-style-type: none"> ○ Definir indicadores-chave de desempenho (KPIs), como: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Número de visitantes por período.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ticket médio dos clientes. ▪ Tempo de permanência no atrativo. ▪ Engajamento nas redes sociais. ○ Planejar formas de coleta de dados e referenciais comparativos. ✓ Definição de critérios de pesquisa para experiência do cliente: <ul style="list-style-type: none"> ○ Estruturar pesquisas de satisfação para captar a opinião dos turistas. ○ Monitorar avaliações em sites especializados e redes sociais. ○ Propor plano de tratamento das reclamações e revisão constante de processos. ✓ Realização de agendas periódicas: <ul style="list-style-type: none"> ○ Planejar reuniões regulares com o cliente e equipe para: ○ Avaliar os resultados obtidos. ○ Implementar melhorias e ajustes no modelo de negócio. ○ Garantir alinhamento contínuo com as expectativas do mercado.
Entrega:	<ul style="list-style-type: none"> → Mapa de indicadores com formas de coleta e referenciais comparativos. → Instrumentos de pesquisa de satisfação e avaliação do cliente. → Relatório de agendas periódicas realizadas, incluindo: <ul style="list-style-type: none"> ○ Ajustes implementados. ○ Evidências de melhorias realizadas.
Carga-horária:	28 horas.

Etapas 05:	Finalização e Relatórios
Atividades:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preencher o relatório final de consultoria com todas as atividades realizadas. 2. Organizar e enviar evidências, como registros dos testes e relatórios parciais. 3. Elaborar e entregar o relatório final com as principais conclusões e recomendações ao cliente.
Entrega:	Relatório final da consultoria, incluindo evidências e recomendações
Carga-horária:	4 horas

13. Estrutura e materiais necessários

- Ambiente físico dedicado à realização dos treinamentos da equipe de colaboradores.
- Informações sobre roteiros turísticos locais.
- Contatos estratégicos do trade local, de modo a facilitar negociações de inserção e promoção do novo atrativo.
- Equipe de marketing própria ou contratada para elaboração das artes e demais estratégias de comunicação online e offline.
- Caso o atrativo ainda esteja em fase de desenvolvimento, é ideal ter acesso ao local onde será implementado para avaliação de infraestrutura e potencial de adequação.

14. Responsabilidades do demandante

- Indicar, na ausência do representante legal, o responsável por acompanhar a execução do serviço;
- Fornecer as informações necessárias ao alcance do objeto contratado;
- Participar das etapas previstas em cronograma, de modo a não prejudicar o prazo de execução do serviço;

- Relatar ao Sebrae qualquer entrave à execução, de modo a viabilizar ajustes no cronograma em tempo hábil;
- Atestar o recebimento do serviço e responder pesquisa de avaliação.

15. Responsabilidades da empresa contratada

- Indicar responsável técnico para execução do serviço;
- Participar das etapas síncronas junto ao Sebrae e/ou empresa demandante, conforme cronograma.
- Cumprir o escopo de trabalho pactuado;
- Apresentar evidências de execução do serviço, conforme modelo de relatório solicitado pelo Sebrae/CE;
- Relatar ao gestor responsável pela contratação qualquer entrave à execução do escopo, de modo a viabilizar ajustes de percurso em tempo hábil;
- Cumprir com as obrigações previstas no Regulamento do SGF.
- Caso a empresa credenciada que irá realizar o serviço possua profissional aprovado e atuando como Agente de Roteirização Turística, **a empresa não poderá indicá-lo como responsável técnico, substituto ou equipe técnica em contratações a serem executadas na mesma Região/Território de atuação do Agente**, para execução dessa solução e de demais soluções de fomento ao turismo que possam gerar conflito de interesses e/ou sobreposição com a atuação do Agente, tais como Análise do potencial mercadológico do empreendimento turístico, Consultoria para Mapeamento e Desenvolvimento do Potencial Turístico Municipal dentre outros.

16. Observações adicionais

- Recomenda-se que a empresa tenha realizado a consultoria de Análise do Potencial Mercadológico de Empreendimento Turístico ou solução equivalente, sendo empresa já constituída.
- As atividades inerentes à essa ficha poderão ser contratadas no todo ou em parte, conforme necessidade do cliente.
- A consultoria visa atender diversos públicos do turismo.

17. Complexidade, carga horária e valores máximos

A carga horária do atendimento será definida de acordo com as atividades executadas e a complexidade da demanda.

Etapas	Resumo executivo	Carga-horária
Etapas 01	Situação Atual	3 horas
Etapas 02	Formatação do Modelo de Negócio	75 horas
Etapas 03	Estratégia de Comunicação Online e Offline	40 horas
Etapas 04	Aderência ao Mercado	28 horas
Etapas 05	Finalização e Relatórios	4 horas
Total	150 horas	

Tabela de honorários

Complexidade	Carga horária máxima	Valor
Intermediária	150 horas	15.000,00

Nota 1: eventuais valores de ajuda de custo seguirão normativo interno vigente.

Nota 2: eventual divergência desta ficha técnica versus o preconizado na tabela de honorários vigente, prevalecerá o valor de referência da tabela.

18. Versionamento

Versão	Publicação	Responsável	Descrição
1	04/04/2025		

