



Curitiba

Nº 02
Maio 2012

SE MEU TAXI FALASSE INGLÊS

A tecnologia automobilística avança em uma velocidade tão estonteante que é até fácil imaginar instrumentos munidos de aplicativos que permitam a comunicação entre máquinas e pessoas de idiomas diferentes, sem que para isso uma delas saiba falar a língua do outro.

Nesse mundo imaginário, o turista da Copa de 2014 entraria em um táxi no Brasil e poderia conhecer qualquer cidade sem pronunciar uma sílaba de outro idioma que não fosse o seu. Mas qualquer profissional que lida com atendimento, principalmente no segmento de serviços, sabe que a interação humana é um elemento determinante na satisfação do consumidor.

O profissional que quiser aprender inglês ou espanhol poderá participar do Programa Taxista Nota 10. Falar inglês ou espanhol não é nenhum bicho de sete cabeças, mas como toda área do conhecimento exige que o aprendiz queira mesmo saber usar o novo aprendizado, já que a prática é fundamental na retenção do novo. Para manter vivo o novo conhecimento, nunca se pode deixar de ler e conversar utilizando o idioma aprendido.

O Programa Taxista Nota 10 estima atender 2.000 taxistas no Paraná sobre temas como:

TAXISTA NOTA 10

O PROFISSIONAL
QUE QUISER
APRENDER INGLÊS
OU ESPANHOL
PODERÁ PARTICIPAR
DO PROGRAMA
TAXISTA NOTA 10.

empreendedorismo, turismo e hospitalidade, gestão financeira, administração do tempo, marketing pessoal e conscientização para a Copa 2014. Os participantes receberão o adesivo Taxista Nota 10 e poderão fixá-lo no para-brisa ou no painel do veículo. Esse Programa reúne o Sebrae, a Confederação Nacional do Transporte (CNT) e o Serviço Nacional de Aprendizagem em Transporte (Senat).

Acesse: www.pr.sebrae.com.br.



Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas

BARRIGA VAZIA NÃO CONHECE ALEGRIA

PESQUISA REALIZADA PELA FGV, MOSTROU QUE DEPOIS DOS GASTOS COM HOSPEDAGEM, OS ITENS MAIS CONSUMIDOS PELOS TURISTAS FORAM ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS.



O dito popular “barriga vazia não conhece alegria” cai como uma luva quando se reconhece que não há programas de lazer que resistam a tentações gastronômicas. Principalmente quando se está fora do domicílio habitual e a rotina foi deixada para trás.

Interessante observar que o turista estrangeiro, quando foi à Copa do Mundo na África do Sul, em 2010, confirmou essa máxima. Em uma pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas – FGV, ele respondeu que, depois dos gastos com hospedagem, o item mais consumido foi alimentação e bebidas. Para 33,7% de empresários estabelecidos na região Rotas do Pinhão que pertencem aos segmentos de lazer e gastronomia, essa é uma informação valiosa. Isso porque fica evidente que a perspectiva de atrair o turista de Copa dependerá do quanto eles estarão preparados para receber esse consumidor.

Um estudo realizado pelo Sebrae PR revelou que o público que efetivamente visita os municípios da região Rotas do Pinhão é o que reside até 150 quilômetros do destino e que esse consumidor atual opta por viagens curtas, de um a quatro dias. Nota-se que foi o mesmo propósito dos turistas na África em 2010 (FGV), que afirmaram terem adicionado à viagem média de 3

dias, quando desejaram fazer turismo além do roteiro dos jogos.

O estudo do Sebrae PR ainda mostrou que entre as tendências de mercado para a formação dos produtos turísticos está o interesse do turista por experiências únicas e recompensadoras. Se em 2011 cerca de 3,6 milhões de turistas visitaram Curitiba, um aumento de 63% desde 2005, é evidente que outra tendência é a do crescimento desse número por causa da realização dos eventos esportivos no País, especialmente a Copa de 2014, da qual a cidade será uma das sedes dos jogos. Assim, para os empresários do setor, os ingredientes da receita já são conhecidos: unir lazer e gastronomia com experiências únicas e recompensadoras. Misturar tudo na proporção certa e fazer a alegria do turista o ano inteiro.

PARA ACESSAR AS PESQUISAS:

- Fundação Getúlio Vargas
<http://www.copa2014.turismo.gov.br/copa/pesquisas>
- Sebrae PR
<http://www.pr.agenciasebrae.com.br/noticia/13369788/setores-estrategicos/estudo-mapeia-turismo-na-regiao-metropolitana-de-curitiba/>



CONHEÇA SEU MERCADO



O CONHECIMENTO PRÉVIO DO MERCADO HARMONIZA O RELACIONAMENTO E VALORIZA A COMUNICAÇÃO. ESSE ENTENDIMENTO PRECISA COMEÇAR A FAZER PARTE DA GESTÃO EMPRESARIAL DE FORMA MAIS VIGOROSA NA REGIÃO ROTAS DO PINHÃO.

A compreensão de quais são os hábitos de consumo do público com o qual se fala, facilita muito o processo de comunicação. Se, de um lado, uma empresa quer divulgar seus produtos e serviços e, do outro, encontra um total estranho, quanto de efetividade ela obterá desse diálogo? Certamente, tanto quanto for de interesse do outro em ouvi-la e isso pode representar quase nada. Pior ainda é que, no final da conversa, a empresa nem imagina porque não foi correspondida.

O conhecimento prévio do mercado harmoniza o relacionamento e valoriza a comunicação. Esse entendimento precisa começar a fazer parte da gestão empresarial de forma mais vigorosa na região Rotas do Pinhão. Segundo o estudo do Sebrae PR, quando visitou os empreendedores da oferta turística, há uma carência de informações



sobre os hábitos de consumo do público-alvo. Para preencher a lacuna de conhecimento que esse empresário vivencia, será importante aplicar ferramentas de marketing. A obtenção dessas informações por meio da pesquisa de mercado servirá para orientar a tomada de decisões na direção do futuro.

Por intermédio dessa ferramenta de marketing, é possível ir muito mais além: conhecer e monitorar mercado consumidor e concorrente, dimensionar a demanda, verificar a presença do público-alvo (clientes e prospectos), avaliar resultados de ações de marketing, identificar e dimensionar problemas ou necessidades, observar tendências, avaliar a satisfação dos consumidores, testar produtos e estratégias antes do seu lançamento, analisar as práticas da concorrência (quantidade e agressividade), monitorar a dinâmica e o comportamento dos diferentes segmentos e nichos.

A pesquisa de mercado é uma atividade que possui critérios técnicos muito bem definidos, uma vez que esses asseguram a credibilidade das respostas a serem obtidas. Por isso, é importante, sempre que possível, contar com o apoio de um profissional especialista na área.

Para compreender melhor cada etapa de uma pesquisa, acesse o link a seguir:

http://www.sebraesp.com.br/TenhoUmaEmpresa/Biblioteca/OutrosConteudos/saibamais/Paginas/pesquisa_mercado.aspx?publicoAlvo=TenhoUma

Procure o Sebrae mais perto de você:
www.pr.sebrae.com.br
0800 570 0800



Jardim Botânico

BOLETIM SEBRAE 2014**Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros - UAMSF**

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: **Roberto Simões** | Diretor-Presidente: **Luiz Barretto** | Diretor-Técnico: **Carlos Alberto dos Santos** | Diretor de Administração e Finanças: **José Claudio dos Santos** | Coordenação Nacional do Programa Sebrae 2014: **Dival Schmidt, Ivan Tonet, Rafael Castro** | Gerente da Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros: **Paulo Alvim** | Planejamento e Execução: **Lucio Pires, Patrícia Mayana, Fabiana Castro e Ana Paula Capparelli**