



**PROJETO ESTRATÉGICO DE
GRUPOS MULTISSETORIAIS DE
DISCUSSÃO: Mercado em Foco**

Março de 2015

JUSTIFICATIVA

A partir do segundo semestre de 2014, o Centro Universitário SENAC – campus Campos do Jordão, através da Comissão permanente de Relacionamento Integrado, vem buscando meios para aproximar a instituição dos demais agentes componentes do mercado do setor de hospitalidade na região.

Dentre o elenco de ações propostas para a consecução deste objetivo, uma das mais relevantes diz respeito ao estabelecimento dos Grupos de Discussão Multisetoriais. Além de corresponder a necessidade expressa de incrementar o relacionamento com o mercado e com as associações constituintes do trade turístico, o projeto corresponde a uma gama de ações previstas nas **políticas de extensão** determinadas no **Plano de Desenvolvimento Institucional**, tais como:

Transformação: desenvolvimento de programas que transformem o conhecimento em ações que atendam a demandas da comunidade e promovam uma formação profissional e cidadã.

Desenvolvimento comunitário: promoção da troca entre os saberes acadêmicos e científicos e as experiências reais nas relações com a comunidade, buscando contribuir ao desenvolvimento das comunidades de entorno.

Alinhamento e integração: planejamento e implementação de ações e programas da extensão universitária em sintonia com os projetos pedagógicos, com a pesquisa aplicada e com as linhas formativas do Centro Universitário Senac.

Inovação e criatividade: desenvolvimento de projetos, processos, serviços e produtos inovadores e criativos.

Parceria: incentivo a ações que estimulem a integração com a sociedade, com organizações públicas e privadas por meio do estabelecimento de parcerias que agreguem valor às áreas de atuação do Centro Universitário Senac.

Responsabilidade socioambiental: garantia de compromisso com o desenvolvimento social sustentável nos projetos e nos programas de extensão universitária.

Participação: desenvolvimento de mecanismos institucionais que proporcionem a participação efetiva dos alunos, dos professores e da sociedade em projetos e programas de extensão.

DESCRIÇÃO

1. Objetivos

O primeiro foco do projeto discutir, de forma estruturada e contínua, os principais assuntos prioritários na hospitalidade (hotelaria e gastronomia). Essas discussões envolverão três diferentes perspectivas (docente, discente e empresarial/sociedade). O segundo foco seria o de aproximar os nossos

alunos dos empresários locais e estes do Centro Universitário SENAC, contribuindo de forma contínua na disseminação de conhecimentos técnicos para a sociedade como um todo.

2. Público-alvo

Representantes do Centro Universitário SENAC: docentes e discentes; e da comunidade empresarial, poder público e associações representativas do município de Campos do Jordão.

3. Metodologia

A proposta é a do estabelecimento de reuniões mensais precedidas de um artigo técnico de nivelamento (autoria do coordenador ou professor convidado pela coordenação) e acompanhadas sempre, que possível, de uma palestra pertinente aos assuntos tratados no grupo. Essa metodologia tem como prioridade manter o foco nas linhas prioritárias da hospitalidade, tanto na produção de artigos e como na oferta de palestras. Embora o grupo tenha composição restrita, os artigos e as palestras visam atingir o maior público possível.

4. Abrangência dos Grupos de Discussão

Inicialmente está prevista a formação de três grupos de discussão enfocando os principais aspectos constitutivos do setor de hospitalidade, da forma discriminada a seguir:

GRUPO 01 – Mercado de Hospitalidade e Eventos

- Crescimento Econômico e Desenvolvimento
- Desenvolvimento Local e Regional
- Estratégias de Desenvolvimento Local
- Turismo e Hospitalidade como vetor de desenvolvimento local
- Impactos e Transformações da Atividade Turística
- Arranjos Produtivos Locais
- Organização e Governança de Arranjos Produtivos Locais de Turismo

GRUPO 02 – Marketing, Gestão de Pessoas, Estratégias e Tendências de Mercado

- Entenda o seu negócio e obtenha vantagem competitiva.
- O poder do Marketing da Experiência.
- Tendências do Consumo Colaborativo.
- O potencial da empresa Junior na prestação de serviços de Hospitalidade.
- A relação ganha-ganha do estágio supervisionado em Hospitalidade.
- Como identificar, atrair e manter colaboradores motivados.
- O que podemos aprender com grandes líderes e grandes empresas.
- O cliente oculto, sua importância na melhoria contínua dos serviços.

- As diferentes estratégias para obter vantagem competitiva: custo, diferenciação e enfoque.
- Pesquisa de Mercado: suas possibilidades (qualitativas e quantitativas) e potencialidades.

GRUPO 3: Logística e Precificação na Hospitalidade

- A Tecnologia a favor da Hospitalidade
- Gestão de Custos em Restaurante – Análise do C/V/L
- *Revenue Management* – Otimização de Receitas
- Indicadores da Gestão Financeira (base Balanço Patrimonial)
- Indicadores da Gestão Econômica (base DRE)
- Ponto de Equilíbrio Econômico, Operacional e Financeiro
- Formação de Preço em Hospitalidade
- Fluxo de Caixa Projetado

5. Macro fases

O projeto será desenvolvido em quatro fases:

1ª fase: Montagem dos três grupos de discussão e agendamento de uma palestra para apresentação do projeto. Inscrição e reunião inicial dos grupos de discussão.

2ª fase: Estabelecimento de pauta e cronograma anual de cada grupo de discussão. Reuniões e palestra mensais em cada um dos grupos de discussão.

3ª fase: Identificação, para cada um dos três grupos, das ações prioritárias e identificadas nas respectivas reuniões de grupo. Essas ações serão sempre registradas em ata e compartilhadas com os participantes de cada um dos grupos.

4ª fase: Realização de um evento anual para compartilhamento dos principais pontos discutidos, bem como, das opções de melhorias ou implementações identificadas e ou idealizadas em cada um dos três grupos de trabalho. Este evento contará com palestrantes que representam tanto o SENAC e como a Comunidade em geral.

5ª fase: Estabelecimento de parcerias e projetos conjuntos entre o Centro universitário e as associações participantes, no âmbito de divulgação, capacitação e promoção do mercado de hospitalidade. Possível possibilidade de extensão das parcerias ao desenvolvimento de ações de desenvolvimento social.

6. Cronograma 2015/2016

Ações	1ºbim.15	2ºbim.15	3ºbim.15	4ºbim.15	1ºbim.16	2ºbim.16	3ºbim.16
1ª fase	X						
2ª fase	X	X	X	X	X	X	X
3ª fase		X	X	X			
4ª fase				X			X
5ª fase				X	X	X	X