

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB

Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA

Curso de Administração – CADM

**PLANO DE NEGÓCIO: Pousada Pura Essência**

VALLERYA DE ALMEIDA LIMA

João Pessoa

Outubro 2017

VALLERYA DE ALMEIDA LIMA

## **PLANO DE NEGÓCIO: Pousada Pura Essência**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do Grau de Bacharela em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

**Professor Orientador:** Marcelo de Souza Bispo

João Pessoa  
Outubro 2017

### **Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**

L732p Lima, Vallerya de Almeida.

PLANO DE NEGÓCIO: Pousada Pura Essência / Vallerya de Almeida Lima.  
– João Pessoa, 2017.

Orientador(a): Profº Dr. Marcelo de Souza Bispo.

Trabalho de Conclusão de Curso (Administração) – UFPB/CCSA.

1. Plano de negócio. 2. Pousada. 3. Container. I. Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU:658(043.2)

**Parecer do Orientador**

**Ao orientador:** MARCELO DE SOUZA BISPO, Prof.

Solicitamos examinar e emitir parecer no Trabalho de Conclusão do Curso de **VALLERYA DE ALMEIDA LIMA**.

Parecer do Professor Orientador:

---

---

---

---

---

---

João Pessoa, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

---

Professor Orientador

João Pessoa, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

---

Coordenador do SESA

## **Folha de aprovação**

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração

**Aluno:** Vallerya de Almeida Lima

**Trabalho:** Plano de Negócio: Pousada Pura Essência

**Área da pesquisa:** Administração Geral

**Data de aprovação:**

## **Banca examinadora**

---

Orientador: Marcelo de Souza Bispo

---

Rosivaldo de Lima Lucena

## **AGRADECIMENTOS**

Quero deixar registrados meus sinceros agradecimentos a todos que estiveram envolvidos nesses anos de universitária, a toda minha família, especialmente a meus pais, Ivaldo e Nevanda, por terem possibilitado essa realização, e por terem acreditado em mim.

Também quero agradecer aos meus amigos, que me deram força, me apoiaram, me ajudaram em todos os momentos.

Agradeço a Deus acima de tudo, por estar sempre ao meu lado me dando força e coragem para enfrentar todos os obstáculos.

## SUMÁRIO

1 - SUMÁRIO EXECUTIVO -----	07
1.1 - Resumo -----	07
1.2 - Dados da Empreendedora -----	07
1.3 - Missão da Empresa -----	07
1.4 - Visão da Empresa -----	07
1.5 - Valores da Empresa -----	07
1.6 - Setores de Atividade -----	08
1.7 - Forma Jurídica -----	08
1.8 - Enquadramento Tributário -----	08
1.9 - Fonte de Recursos -----	08
2 - ANÁLISE DE MERCADO -----	09
2.1 - Aplicação do Questionário e Análise de Resultado -----	09
2.1.1 - Análise de resultado -----	09
2.2 - Estudo dos Clientes -----	10
2.2.1 - Público-alvo (perfil dos clientes) -----	10
2.2.2 - Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar) -----	11
2.2.3 - Área de abrangência (onde estão os clientes?) -----	11
2.3 - Estudo dos concorrentes -----	11
2.3.1 - Análise -----	11
2.4 - Estudo dos Fornecedores -----	12
3 - PLANO DE <i>MARKETING</i> -----	14
3.1 - Produtos e Serviços -----	14
3.2 - Preço -----	14
3.3 - Estratégias Promocionais -----	15
3.4 - Localização do Negócio -----	15
4 - PLANO OPERACIONAL -----	16
4.1 - Leiaute -----	16
4.2 - Capacidade Instalada -----	20
4.3 - Processos Operacionais -----	21
4.4 - Necessidade de Pessoal -----	21
5 - PLANO FINANCEIRO -----	22
5.1 - Investimentos Fixos -----	22
5.2 - Estoque Inicial -----	24
5.3 - Caixa Mínimo -----	25
5.4 - Investimentos Pré-Operacionais -----	26
5.5 - Investimento Total -----	26
5.6 - Faturamento Mensal -----	27
5.7 - Custo Unitário -----	29
5.8 - Custos de Comercialização -----	32
5.9 - Apuração do Custo de MD e/ou MV -----	33
5.10 - Custos de Mão-de-Obra -----	35
5.11 - Custos com Depreciação -----	35
5.12 - Custos Fixos Operacionais Mensais -----	36
5.13 - Demonstrativo de Resultados -----	37
5.14 - Indicadores de Viabilidade -----	38
6 - CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO -----	39
6.1 - Ações Preventivas e Corretivas -----	39

7 - AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA -----	40
7.1 - Análise da Matriz F.O.F.A -----	40
8 - AVALIAÇÃO DO PLANO -----	41
8.1 - Análise do Plano -----	41

## 1 - SUMÁRIO EXECUTIVO

### 1.1 - Resumo

Este plano trata da criação de uma pousada, localizada no litoral de João Pessoa - PB. Tem como objetivo ofertar serviços, tais como hospedagem, passeios turísticos e gastronomia regional. Terá como principais clientes turistas que venham a conhecer a região e aos nativos da região da Paraíba. Algumas das características mais específicas são:

- Um estilo mais reservado;
- Construída em *containers*;
- Restaurante aberto para todos os públicos (hóspedes e outros) e com música ao vivo em finais de semana;
- Quartos com cama de casal e/ou solteiro, criado-mudo, luminárias de cabeceira, armários, TV, wi-fi, limpeza e arrumação diárias;
- Meta para ações sócias ambientais sustentáveis entre o primeiro e o segundo ano de vida da empresa.

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 578.427,13
Lucratividade	42,65 %
Rentabilidade	342,59 %
Prazo de retorno do investimento	<b>4 meses</b>

### 1.2 – Dados da Empreendedora

Nome:	Vallerya de Almeida Lima		
Endereço:	Ruas das Acácias, nº 100		
Cidade:	João Pessoa	Estado:	Paraíba
Perfil:	Bacharelada em administração pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Possui um perfil de uma pessoa determinada, sempre em busca de novas formas de se capacitar para o mercado e tem o objetivo de entrar no mercado com o próprio negócio.		
Atribuições:	Graduanda em Administração; Inglês avançado.		

### 1.3 - Missão da Empresa

Proporcionar um ambiente agradável, onde todos possam desfrutar seu tempo da melhor forma possível através de serviços de qualidade em instalações confortáveis, agradáveis e sustentáveis.

#### **1.4 - Visão da Empresa**

Ser a pousada mais procurada no estado da Paraíba até 2020.

#### **1.5 – Valores da Empresa**

- I. Transparência para com os clientes.
- II. Excelência no atendimento.
- III. Ética no funcionamento.

#### **1.6 - Setores de atividade**

O setor de atividade será o de serviços.

#### **1.7 -Forma jurídica**

A forma jurídica se trata de uma Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI.

#### **1.8 - Enquadramento tributário**

No âmbito federal teremos o regime simples.

#### **1.9 - Fonte de recursos**

A captação de recurso será feita por meio dos recursos próprio da fundadora da empresa.

## 2 - ANÁLISE DE MERCADO

O IBGE, em parceria com o Ministério do Turismo, realizou uma Pesquisa de Serviços de Hospedagem (PSH) em 2016 que “foi realizada com a finalidade de investigar um conjunto de variáveis para esse segmento, que, por suas características específicas, não são levantadas nas pesquisas estruturais anuais” (IBGE, 2016). O objetivo dessa pesquisa foi a identificação dos estabelecimentos de hospedagem em operação no Brasil, “conhecer suas características e mensurar sua capacidade de hospedagem, em termos de número de unidades habitacionais e de leitos, para os diversos tipos e categorias de estabelecimentos” (IBGE, 2016).

O estudo aponta dados de Regiões Metropolitanas das Capitais e as Regiões Integradas de Desenvolvimento – RIDE. Porém apenas os dados da região da Paraíba serão relevantes para esse trabalho, ao que se refere a análise de mercado.

“As informações da pesquisa são essenciais para o conhecimento desse segmento e seus resultados permitem ao setor privado aprofundar as análises de mercado, conhecer os tipos e categorias de estabelecimentos de hospedagem existentes e a capacidade do sistema de hospedagem no Brasil. Aos governos, seus resultados oferecem subsídios para o desenvolvimento de políticas públicas para o setor”. (IBGE, 2016)

Os dados levantados nessa pesquisa mostraram que no Brasil 9.968 pousadas estão em operação, mais especificamente, na Paraíba, esse número passa para 169 pousadas ativas.

Outras pesquisas mostraram que o brasileiro está cada vez mais consciente sobre as questões ambientais, e com isso procura formas de ser responsável pelo meio ambiente, e isso inclui procurar hotéis, pousadas com práticas sustentáveis em suas viagens de férias ou a trabalho. Apesar de no Brasil o número de estabelecimentos de hospedagens ter crescido nos últimos tempos, uma pesquisa realizada pelo site TripAdvisor com 1.026 usuários brasileiros, mostrou que achar informações sobre as ações de um estabelecimento de hospedagens se tornou muito difícil e também por não saber onde encontrar esse tipo de informação.

### 2.1. Aplicação do Questionário e Análise de Resultado

Foi realizado um pré-teste com 10 pessoas, na sua finalização não houve nenhuma alteração para próxima etapa, que foi aplicação em campo juntamente com o envio de formulários. Ao todo, com a aplicação em campo e o envio de formulários do Google, foram 148 questionários, com um retorno de 95 respostas.

#### 2.1.1. Análise de resultado

Entre as 95 pessoas que responderam o questionário, 67,37% se encontra entre 18 a 25 anos de idade. Pessoas de Natal-RN e Recife – PE colaboraram com a pesquisa, mas o maior peso veio de João Pessoa – PB, com seus 69,47%.

Foi questionado quanto ao costume de viajar e se a sua hospedagem seria uma pousada, 17,89% responderam que sim, sempre que viajam ficam em alguma pousada, a

maioria, de 48,42%, afirmou que sim, escolheria pousada se o preço fosse em conta. Contudo, 21,05% responderam que sim, mas preferem ficar hospedados na casa de alguém.

Quanto à localização da hospedagem, foi questionado a preferência de se estar perto da praia, a maioria, de 73,49%, afirmou que sim, pois gostam de estar perto da praia. Em torno de 14,46% respondeu que não, preferem se hospedar perto do centro e outros 12,05% que não, é irrelevante para eles estar perto da praia. Já com relação à localização da praia, mais especificamente no litoral paraibano, 56,47% optaram por sim, pois tem praias bonitas, e se a pousada for boa teve uma resposta de 27,06%. Apenas 9,41% responderam que não, pois preferem outros lugares.

Em sequência foi indagado a importância de certos itens em uma hospedagem, o mais votado foi ter as instalações e os recursos atendendo corretamente às expectativas anunciadas pelo hotel com 47,67%, já ter o ambiente limpo e bom atendimento ficou em segundo lugar com 29,07%, em terceiro com 12,79%, apenas analisam se tem bom preço, e por último ficou, variedade de opções de lazer e oferecer uma boa culinária com 10,47%.

Com relação ao tempo no mercado, a maioria afirmou que prefere conhecer uma pousada nova, exatamente 55,79%, em contraste com 37,89% que preferem alguma mais conhecida e que já tenha tradição no mercado. Em sequência foram apresentadas algumas praias de João Pessoa – PB e regiões próximas, para identificar a mais frequentada, sendo a praia do Bessa a mais votada, com 32,63% e em seguida a região do Conde com 24,21%, já as praias do Cabo Branco e Tambaú obtiveram 17,89% e 14,74% respectivamente.

Outro ponto indagado na pesquisa foi quanto ao fato da pousada possuir ações de sustentabilidade fortalece a opinião quanto a se hospedar em uma pousada, 77,89% responderam sim, pois se preocupam com o meio ambiente, já os 22,11% disseram não, o importante é atender suas expectativas.

No início do questionário foram apresentadas algumas características da pousada em questão, 71,58% responderam que se deslocariam de suas residências para se hospedar em uma pousada com tais características, porém 12,63% responderam que não se deslocariam, e 15,79% disseram que talvez. Ainda com relação às características da pousada, foi questionado também se eram agradáveis ao público entrevistado, 73,68% disseram que sim, porém 16,84% afirmaram que não.

Alguns dos entrevistados ainda se dispuseram a justificar sua resposta, afirmando que “conforto, limpeza, bom atendimento, são características essenciais para uma boa pousada, e automaticamente chama atenção de quem gosta de se hospedar em tal ambiente”, já outros não acharam atrativa a ideia do restaurante ser aberto para o público em geral, em contrapartida teve gente que respondeu que o “restaurante aberto para todos os públicos (hóspedes e outros) e com música ao vivo em finais de semana se torna um atrativo a mais”. Entre outros aspectos negativos e positivos, vemos que não podemos agradar a todos, mas podemos tentar agradar a maioria.

## **2.2 - Estudo dos Clientes**

### **2.2.1. Público-alvo (perfil dos clientes)**

O público-alvo desejado contempla:

- Famílias;
- Executivos em trânsito;
- Viajantes (Turistas).

### 2.2.2. Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar)

As famílias querem um local sossegado e que possam desfrutar do tempo de descanso em um ambiente aconchegante e charmoso. Queremos também proporcionar aos empresários de passagem um momento relaxante antes de começar sua possível rotina agitada do dia a dia. E aos viajantes, que procuram um lugar divertido e que proporcione momentos de lazer, que é o objetivo principal. Esse público busca hospedagens de qualidade a um preço acessível com ambiente agradável, descontraído, limpo e boa localização.

### 2.2.3. Área de abrangência (onde estão os clientes?)

O público-alvo se baseia nos moradores da região do Nordeste e turistas que estejam de passagem pela cidade.

## 2.3 - Estudo dos Concorrentes

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes
Ecco Hotel	Boa	A partir de R\$ 60,00 a diária.	Aceitam em dinheiro e em cartão de crédito de débito.	Av. Governador Argemiro de Figueiredo, 3197, Jardim Oceania, 58037-030, João Pessoa	Boa relação com os clientes.	Possuem <i>site online</i> , com bom desempenho e facilidade.
Verdegreen Hotel	Excelente	A partir de R\$ 314,00 a diária	Aceitam em dinheiro e em cartão de crédito de débito.	Av. João Mauricio, 255 João Pessoa, Paraíba 58038-000 Brasil	Ótimo atendimento qualificado.	Possuem <i>site online</i> , com bom desempenho e facilidade.
Pousada Tambaú Mar	Muito bom	A partir de R\$ 150,00 a diária	Aceitam em dinheiro e em cartão de crédito de débito.	Rua Silvino Lopes, 811, João Pessoa, Paraíba 58039-190, Brasil	Boa relação com os clientes.	Possuem <i>site online</i> , com bom desempenho e facilidade.

### 2.3.1. Análise

Os concorrentes mencionados acima possuem algumas características semelhantes à futura pousada tratada nesse plano de negócio, ou por possuir ações sustentáveis, que é o que a Pousada Pura Essência propõe, ou por estar no segmento mais específico de Hotelaria, ou seja por ser uma pousada. Podendo assim ter uma ideia do que devemos ofertar no mercado e o seu valor.

O mercado é competitivo, e podemos ver que a concorrência sempre poderá ter um diferencial. Por isso, devemos sempre pesquisar o mercado, o que há de novo na área de atuação, para assim poder oferecer aos clientes o melhor na sua estada.

#### 2.4 - Estudo dos Fornecedores

<b>Nº</b>	<b>Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)</b>	<b>Nome do fornecedor</b>	<b>Preço</b>	<b>Condições de pagamento</b>	<b>Prazo de entrega</b>	<b>Localização (estado e/ou município)</b>
1	Água e refrigerantes	Atacadão	Água R\$ 0,70 Refrigerante R\$ 3,50	À vista ou cartão de débito	Pronta entrega ou em 1 dia	Rua Doutor Manoel Lopes de Carvalho, 200 – João Pessoa – PB, CEP: 58075-427
2	Bebidas quentes	B&A Distribuidora de Bebidas	A partir de R\$ 42,00	A prazo, trimestralmente.	Entrega em 3 dias.	Av. Chesf, Lote M - Quadra 1 - Galpão B - Distrito Industrial, João Pessoa - PB, 58082-010
3	Vinhos	B&A Distribuidora de Bebidas	A partir de R\$ 20,00	A prazo, trimestralmente.	Entrega em 4 dias.	Av. Chesf, Lote M - Quadra 1 - Galpão B - Distrito Industrial, João Pessoa - PB, 58082-010

<b>4</b>	Legumes, verduras e frutas.	Atacadão	Variado	À vista	Imediata	Rua Doutor Manoel Lopes de Carvalho, 200 – João Pessoa – PB, CEP: 58075-427
<b>5</b>	Arroz, feijão, óleo e temperos.	Atacadão	Variado	À vista	Imediata	Rua Doutor Manoel Lopes de Carvalho, 200 – João Pessoa – PB, CEP: 58075-427
<b>6</b>	Carne (branca e vermelha)	Empório das Carnes	Variável	À vista ou cartão de crédito	Pronta entrega ou 1 dia.	Av. Sen. Ruy Carneiro, 180 - Tambaú, João Pessoa - PB, 58039-181
<b>7</b>	Material de limpeza	Atacadão	R\$ 300,00	Cartão de crédito	Imediata	Rua Doutor Manoel Lopes de Carvalho, 200 – João Pessoa – PB, CEP: 58075-427
<b>8</b>	Material descartável	Atacadão	R\$ 200,00	À vista	Imediata	Rua Doutor Manoel Lopes de Carvalho, 200 – João Pessoa – PB, CEP: 58075-427
<b>9</b>	Material de escritório	Essencial papelaria e correio	R\$ 200,00	À vista	Imediata	Av Presidente Afonso Pena, 977 - lj-102 - - Bessa - João Pessoa, PB - CEP: 58035-974

### 3 - PLANO DE *MARKETING*

Nº	Produtos / Serviços
01	Diária Simples (Apenas a estada)
02	Diária Clássica (inclui o café-da-manhã)
03	Diária Clássica Plus ((inclui o café-da-manhã + Almoço <b>ou</b> Jantar)
04	Diária Completa (inclui o café-da-manhã + Almoço + Jantar)
05	Diária Master (inclui o café-da-manhã + Almoço + Jantar + Passeio turístico)
06	Café da Manhã
07	Almoço
08	Jantar
09	Passeio Turístico

#### 3.1 - Produtos e Serviços

#### 3.2 - Preço

O preço de cada serviço irá depender do pacote que o cliente escolher. Tendo em vista a busca pela qualidade do atendimento e observado os valores cobrados pelos concorrentes, os custos fixos, os custos variáveis da empresa em questão e o posicionamento da empresa perante os clientes, a média a ser cobrada não será muito superior à do mercado de igual nível de atendimento

Para a formação do preço, será utilizado o método *Mark-Up*, que é um método básico e elementar no qual, com base na estrutura de tributos, custos e despesas e do lucro desejado, aplica-se um fator, marcador ou multiplicador, formando-se o preço. Dessa forma, o preço cobrirá todos os custos, despesas, impostos e terá como residual o lucro das vendas desejado. (BERNARDI, 2017).

Segundo Sardinha (1995), o *mark – up* do preço é determinado adicionando uma margem de lucro ao custo do produto. Sendo calculado da seguinte forma:

$$\text{Preço do produto} = \text{custo do produto} + (\text{custo do produto} \times \text{porcentagem})$$

A porcentagem é o *Mark – up* ou margem de lucro. A margem de lucro deverá cobrir todas as outras despesas ainda não incluídas nos custos do produto, além de permitir um retorno razoável aos investidores. (SARDINHA, 1995). Tendo em vista que o mercado está em constante mudança, os preços serão revisados periodicamente e ajustados caso for necessário.

### 3.3 - Estratégias Promocionais

As propostas de propagação do negócio acompanharão as novidades de interação social, trazendo novas ideias para alcançar novos clientes e manter os já existentes. Algumas dessas propostas são:

- Criação de perfis nas redes sociais (Ex.: Instagram, Facebook, Twitter, entre outros);
- Criação de site formal da pousada;
- Distribuição de folhetos;
- Cadastrar a pousada nos sites especializados de reservas – Book engines (Ex.: Booking.com; TripAdvisor; Trivago.)
- Cadastro de clientes;
- Programa de fidelidade;
- Instalação de *Outdoors* em pontos estratégicos.

Algumas dessas propostas são uma ótima oportunidade para fazer com que a pousada fique conhecida, sem gastar muito com a publicidade. Algumas também são direcionadas ao *marketing* de relacionamento, tendo em vista que manter um cliente antigo é muito mais barato do que conquistar um cliente novo. Novas sugestões podem ser adicionadas à medida que forem surgindo e que estejam de acordo com a realidade da empresa.

### 3.4 - Localização do negócio

<b>Endereço:</b>	Praia do Bessa
<b>Bairro:</b>	Bessa
<b>Cidade:</b>	João Pessoa
<b>Estado:</b>	Paraíba
<b>Fone 1:</b>	(83) 3333-3333
<b>Fone 1:</b>	(83) 3333-3333
<b>Fax:</b>	

#### Considerações sobre o ponto (localização), que justifiquem sua escolha:

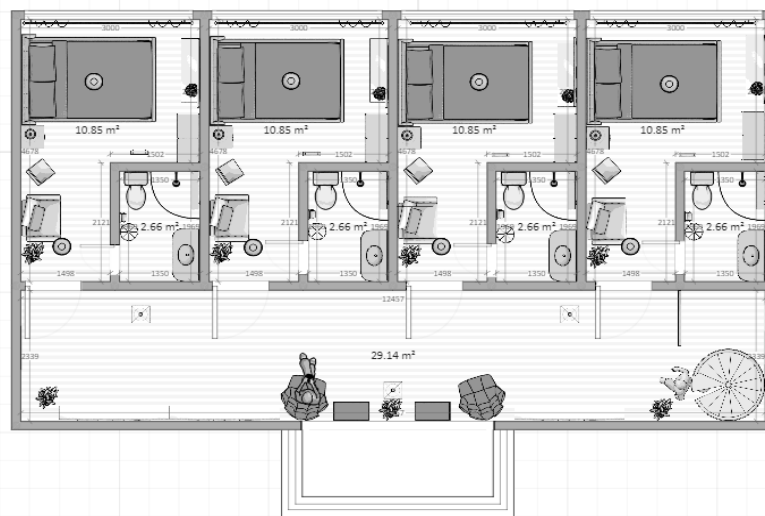
A localização foi escolhida perto de uma praia pelo fato de possuir mais atrativo. Com referência ao Bairro, após concluir a pesquisa de mercado, se observou uma maior inclinação para o Bairro do Bessa, mais especificamente a sua praia. Tendo a possibilidade também de

ser instalada na praia de Intermarés, se chegar à questão de faltar terreno adequado ao propósito da pousada, para alugar.

## 4 - PLANO OPERACIONAL

### 4.1 – Leiaute

- **Andar modelo - 2D**



- **3D**  
- Corredor

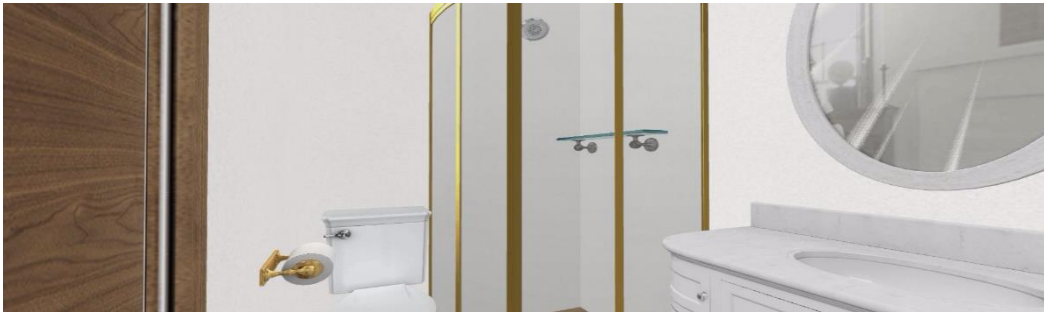




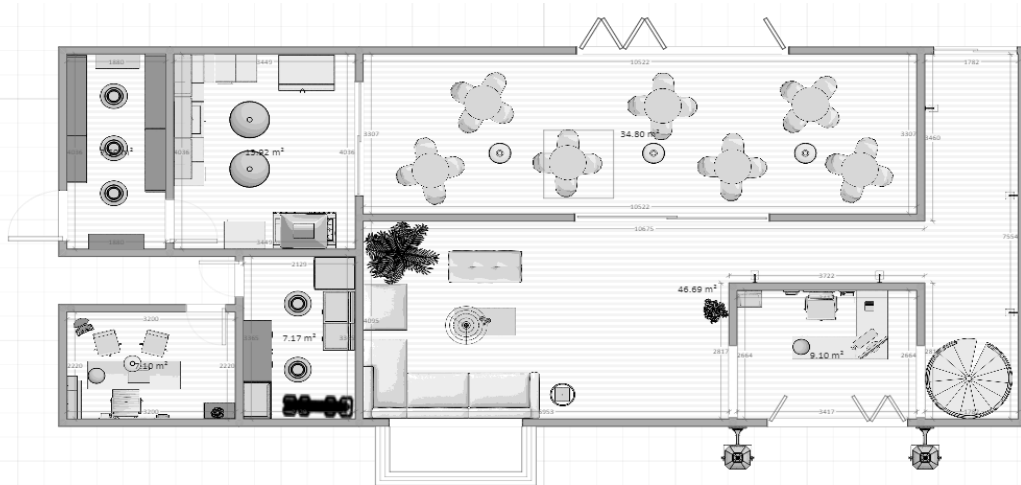
**- Quarto**



**- Banheiro**



• **Térreo - 2D**



- **Recepção**



- Sala Comum



- Sala de Jantar



- Cozinha



- Despensa



- Lavanderia



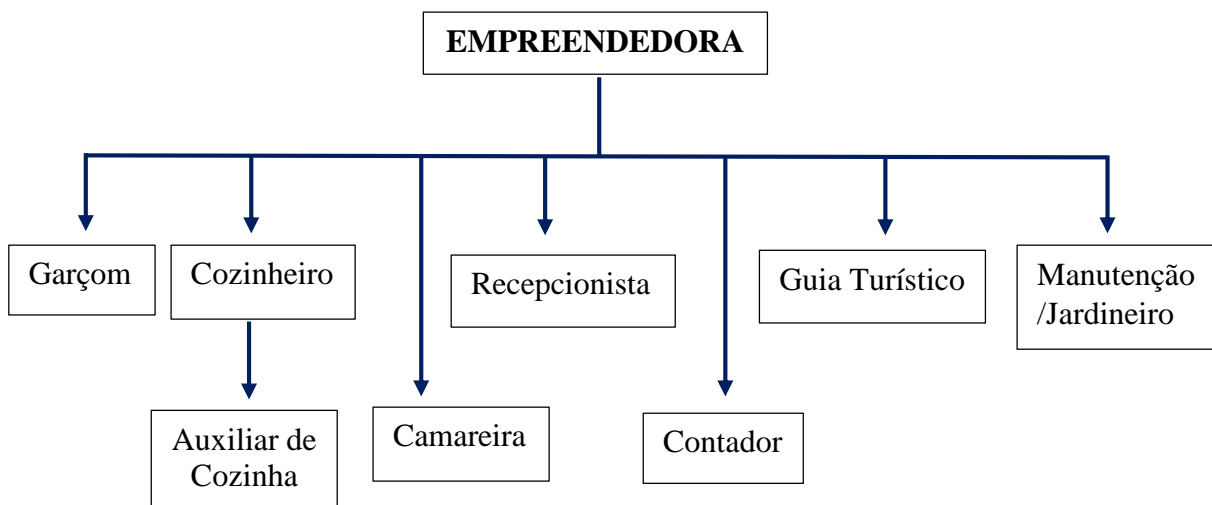
- Escritório



#### 4.2 - Capacidade Instalada

A pousada possuirá 7 quartos com camas de casal e 5 quartos com cama e solteiro, podendo assim receber 19 pessoas no total. Com relação ao restaurante, temos capacidade para receber 24 pessoas.

#### 4.3 - Processos Operacionais



#### 4.4 - Necessidade de pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	Contador	Formado em Contabilidade.
2	Manutenção/Jardineiro	Experiência prévias na área.
3	Camareira	Perfil dinâmico e proativo
4	Garçom	Requer agilidade e concentração, ter paciência, ser educação, e flexibilidade.

5	Auxiliar de Cozinha	Experiências prévias na área.
6	Cozinheiro	Ter experiências prévias; Curso de culinária; Conhecimento de cominadas regionais da Paraíba.
7	Recepcionista	Atendimento ao cliente; gerenciar agendamentos e reservas; organização de documentos, noções básicas de informática e inglês.
	Guia Turístico	Requer ter experiência na área, ter flexibilidade de horário.

## 5 - PLANO FINANCEIRO

### 5.1 - Investimentos Fixos

#### A – Imóveis

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	<i>Containers</i>	18	R\$ 8.000,00	R\$ 144.000,00
<b>SUB-TOTAL (A)</b>				<b>R\$ 144.000,00</b>

#### B – Máquinas

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Impressora	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
2	Telefone	14	R\$ 50,00	R\$ 700,00
3	Arquivo	2	R\$ 400,00	R\$ 800,00
4	Máquina de cartão de crédito	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
5	Impressora cupom fiscal	1	R\$ 1.150,00	R\$ 1.150,00
6	Espremedor industrial de frutas	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
7	Batedeiras indústrias	3	R\$ 400,00	R\$ 1.200,00
8	Refrigeradores	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
9	Freezer horizontal	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
10	Freezer vertical	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00

11	Fogão industrial	2	R\$ 700,00	R\$ 1.400,00
12	Exaustores	4	R\$ 450,00	R\$ 1.800,00
13	Forno industrial	2	R\$ 900,00	R\$ 1.800,00
14	Frigobar	12	R\$ 589,00	R\$ 7.068,00
15	Ventilador	4	R\$ 99,90	R\$ 399,60
16	Ar condicionado	8	R\$ 899,00	R\$ 7.192,00
17	Televisão	12	R\$ 800,00	R\$ 9.600,00
18	Máquina de lavar roupa industrial	2	R\$ 1.500,00	R\$ 3.000,00
19	Secadora industrial	3	R\$ 1.899,00	R\$ 5.697,00
20	Passadeira industrial	1	R\$ 3.200,00	R\$ 3.200,00
<b>SUB-TOTAL (B)</b>				<b>R\$ 48.736,60</b>

**C – Equipamentos**

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
<b>SUB-TOTAL (C)</b>				<b>R\$ 0,00</b>

**D – Móveis e Utensílios**

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Sofá (corredor e sala)	8	R\$ 700,00	R\$ 5.600,00
2	Balcão	1	R\$ 990,00	R\$ 990,00
3	Balança eletrônica	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
4	Jogos de panelas	5	R\$ 290,00	R\$ 1.450,00
5	Facas de cozinha	10	R\$ 30,00	R\$ 300,00
6	Jogo de talheres	8	R\$ 625,00	R\$ 5.000,00
7	Jogo de pratos	15	R\$ 125,00	R\$ 1.875,00
8	Jogo de copos	20	R\$ 90,00	R\$ 1.800,00
9	Jogo de toalhas (restaurante)	20	R\$ 150,00	R\$ 3.000,00
10	Mesas com 4 cadeiras (madeira)	6	R\$ 300,00	R\$ 1.800,00
11	Cama box casal	7	R\$ 800,00	R\$ 5.600,00
12	Cama box solteiro	5	R\$ 500,00	R\$ 2.500,00
13	Jogo de toalha (quarto)	20	R\$ 100,00	R\$ 2.000,00

14	Jogo de cama de casal	14	R\$ 120,00	R\$ 1.680,00
15	Jogo de cama de solteiro	10	R\$ 60,00	R\$ 600,00
16	Estante (corredor e sala)	8	R\$ 180,00	R\$ 1.440,00
17	Cabideiro móvel de ferro	12	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
18	Sofá de um lugar	12	R\$ 400,00	R\$ 4.800,00
19	Lixeiro (quartos)	12	R\$ 50,00	R\$ 600,00
20	Lixeira de coleta seletiva (cozinha e área de lazer)	3	R\$ 443,00	R\$ 1.329,00
21	Utensílios extra de cozinha	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
22	Mudas de plantas diversas	20	R\$ 5,20	R\$ 104,00
23	Material de escritório	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
<b>SUB-TOTAL (D)</b>				<b>R\$ 46.868,00</b>

**E – Veículos**

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
<b>SUB-TOTAL (C)</b>				<b>R\$ 0,00</b>

**F – Computadores**

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Computador	2	R\$ 1.100,00	R\$ 2.200,00
<b>SUB-TOTAL (F)</b>				<b>R\$ 2.200,00</b>

**TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS**

<b>TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D+E+F):</b>	<b>R\$ 241.804,60</b>
---	-----------------------

**5.2 - Estoque Inicial**

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Água mineral	80	R\$ 0,70	R\$ 56,00
2	Refrigerante lata - 12	20	R\$ 12,48	R\$ 249,60
3	Refrigerante 2 litros	30	R\$ 3,00	R\$ 90,00
4	Bebidas quentes	20	R\$ 50,00	R\$ 1.000,00

5	Carnes	52	R\$ 20,00	R\$ 1.040,00
6	Temperos e complementos	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
7	Material de limpeza e higienização	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
8	Material descartável	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
9	Doces e salgados (frigobar)	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
<b>TOTAL (A)</b>				<b>R\$ 4.385,60</b>

### 5.3 - Caixa Mínimo

#### 1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
À vista	20,00	1	0,20
A prazo (1) - Débito	50,00	2	1,00
A prazo (2) - Crédito	15,00	30	4,50
A prazo (3) - Crédito	15,00	60	9,00
<b>Prazo médio total</b>			<b>15</b>

#### 2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
À vista	10,00	1	0,10
A prazo (1) Débito	20,00	2	0,40
A prazo (2) - Crédito	70,00	30	21,00
<b>Prazo médio total</b>			<b>22</b>

**3º Passo: Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque**

Necessidade média de estoque	
Número de dias	10

**4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias**

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	15
2. Estoques – necessidade média de estoques	10
Subtotal Recursos fora do caixa	25
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	22
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	22
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	3

**Caixa Mínimo**

1. Custo fixo mensal	R\$ 19.866,25
2. Custo variável mensal	R\$ 70.553,64
3. Custo total da empresa	R\$ 90.419,89
4. Custo total diário	R\$ 3.014,00
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	3
Total de B – Caixa Mínimo	R\$ 9.041,99

**Capital de giro (Resumo)**

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 4.385,60
B – Caixa Mínimo	R\$ 9.041,99
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$ 13.427,59

**5.4 - Investimentos Pré-Operacionais**

Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 2.000,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 0,00

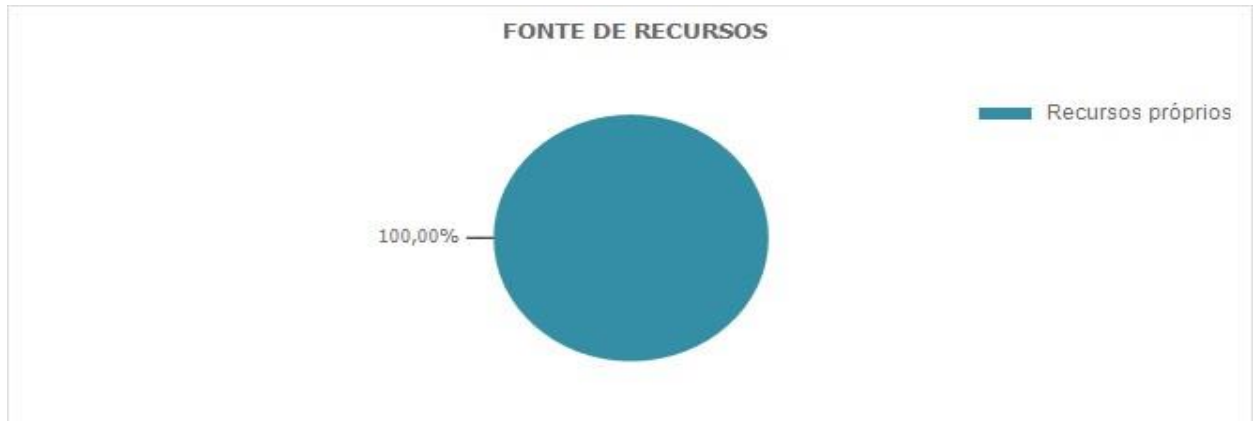
Divulgação	R\$ 0,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 0,00
Outras despesas	R\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 2.000,00</b>

### 5.5 - Investimento Total

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 241.804,60	94,00
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 13.427,59	5,22
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 2.000,00	0,78
<b>TOTAL (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 257.232,19</b>	<b>100,00</b>



Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 257.232,19	100,00
Recursos de terceiros	R\$ 0,00	0,00
Outros	R\$ 0,00	0,00
<b>TOTAL (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 257.232,19</b>	<b>100,00</b>



### 5.6 –Faturamento Mensal

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Diária simples (Apenas a estadia)	144	R\$ 69,90	R\$ 10.065,60
2	Diária clássica (inclui o café-da-manhã)	144	R\$ 102,90	R\$ 14.817,60
3	Diária clássica Plus ((inclui o café-da-manhã + Almoço ou Jantar)	216	R\$ 139,90	R\$ 30.218,40
4	Diária completa ((inclui o café-da-manhã + Almoço + Jantar)	216	R\$ 179,90	R\$ 38.858,40
5	Café-da-manhã	360	R\$ 15,00	R\$ 5.400,00
6	Almoço	240	R\$ 25,00	R\$ 6.000,00
7	Jantar	180	R\$ 20,00	R\$ 3.600,00
8	Diária Master (inclui o café-da-manhã + Almoço + Jantar + Passeio turístico)	216	R\$ 239,90	R\$ 51.818,40
9	Passeio turístico	240	R\$ 49,90	R\$ 11.976,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 172.754,40</b>

- **Projeção das Receitas:**

(x) Sem expectativa de crescimento

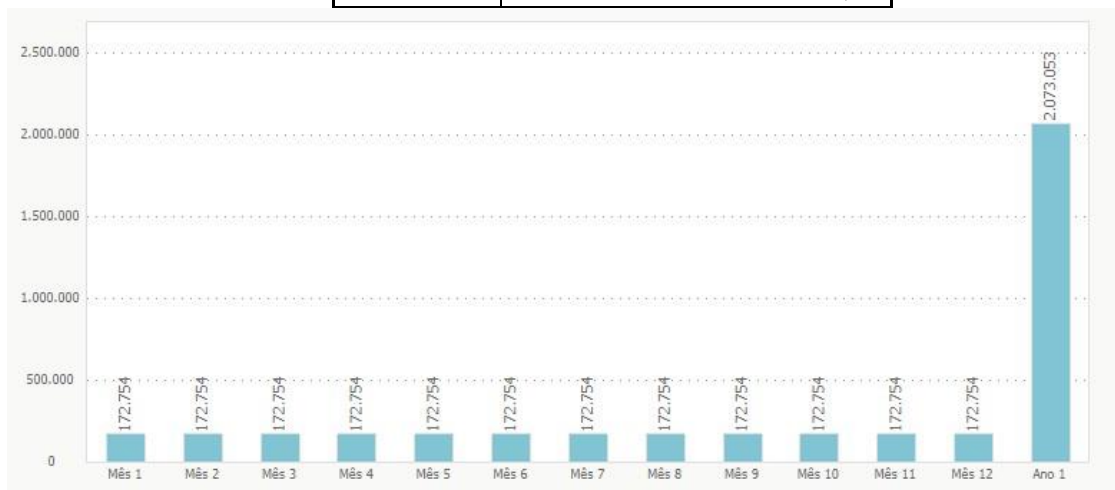
( ) Crescimento a uma taxa constante:

0,00 % ao mês para os 12 primeiros meses

0,00 % ao ano a partir do 2º ano

( ) Entradas diferenciadas por período

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 172.754,40
Mês 2	R\$ 172.754,40
Mês 3	R\$ 172.754,40
Mês 4	R\$ 172.754,40
Mês 5	R\$ 172.754,40
Mês 6	R\$ 172.754,40
Mês 7	R\$ 172.754,40
Mês 8	R\$ 172.754,40
Mês 9	R\$ 172.754,40
Mês 10	R\$ 172.754,40
Mês 11	R\$ 172.754,40
Mês 12	R\$ 172.754,40
Ano 1	R\$ 2.073.052,80



## 5.7 - Custo Unitário

- Produto: Diária simples (Apenas a estada)

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Sabonete	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Shampoo	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10

Condicionador	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Lavagem de roupa de cama	1	R\$ 4,50	R\$ 4,50
Lavagem de roupa de banho	1	R\$ 3,50	R\$ 3,50
Material de limpeza	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 13,25</b>

- **Produto: Diária Clássica (inclui o café-da-manhã)**

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Sabonete	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Shampoo	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Condicionador	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Lavagem de roupa de cama	1	R\$ 4,50	R\$ 4,50
Lavagem de roupa de banho	1	R\$ 3,50	R\$ 3,50
Material de limpeza	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Óleo	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Temperos	1	R\$ 0,40	R\$ 0,40
Gás	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Complementos	1	R\$ 1,30	R\$ 1,30
Carne	1	R\$ 2,00	R\$ 2,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 17,25</b>

- **Produto: Diária Clássica Plus ((inclui o café-da-manhã + Almoço ou Jantar)**

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Sabonete	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Shampoo	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Condicionador	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Lavagem de roupa de cama	1	R\$ 4,50	R\$ 4,50
Lavagem de roupa de banho	1	R\$ 3,50	R\$ 3,50
Material de limpeza	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Gás	2	R\$ 0,10	R\$ 0,20
Óleo	2	R\$ 0,20	R\$ 0,40

Temperos	2	R\$ 0,40	R\$ 0,80
Complementos	2	R\$ 1,30	R\$ 2,60
Carne	2	R\$ 2,00	R\$ 4,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 21,25</b>

- **Produto: Diária Completa ((inclui o café-da-manhã + Almoço + Jantar)**

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Sabonete	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Shampoo	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Condicionador	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Lavagem de roupa de cama	1	R\$ 4,50	R\$ 4,50
Lavagem de roupa de banho	1	R\$ 3,50	R\$ 3,50
Material de limpeza	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Gás	3	R\$ 0,10	R\$ 0,30
Óleo	3	R\$ 0,20	R\$ 0,60
Temperos	3	R\$ 0,40	R\$ 1,20
Complementos	3	R\$ 1,30	R\$ 3,90
Carne	3	R\$ 2,00	R\$ 6,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 25,25</b>

- **Produto: Café-da-manhã**

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Gás	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Óleo	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Temperos	1	R\$ 0,40	R\$ 0,40
Complementos	1	R\$ 1,30	R\$ 1,30
Carne	1	R\$ 2,00	R\$ 2,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 4,00</b>

- **Produto: Almoço**

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
-----------------------------------	-------------	-----------------------	--------------

Gás	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Óleo	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Temperos	1	R\$ 0,40	R\$ 0,40
Complementos	1	R\$ 1,30	R\$ 1,30
Carne	1	R\$ 2,00	R\$ 2,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 4,00</b>

- **Produto: Jantar**

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Gás	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Óleo	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Temperos	1	R\$ 0,40	R\$ 0,40
Complementos	1	R\$ 1,30	R\$ 1,30
Carne	1	R\$ 2,00	R\$ 2,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 4,00</b>

- **Produto: Diária Master (inclui o café-da-manhã + Almoço + Jantar + Passeio turístico)**

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Sabonete	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Shampoo	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Condicionador	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Lavagem de roupa de cama	1	R\$ 4,50	R\$ 4,50
Lavagem de roupa de banho	1	R\$ 3,50	R\$ 3,50
Material de limpeza	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Gás	3	R\$ 0,10	R\$ 0,30
Óleo	3	R\$ 0,20	R\$ 0,60
Temperos	3	R\$ 0,40	R\$ 1,20
Complementos	3	R\$ 1,30	R\$ 3,90
Carne	3	R\$ 2,00	R\$ 6,00
Aluguel de carro	1	R\$ 12,00	R\$ 12,00

Gasolina	1	R\$ 8,50	R\$ 8,50
Taxas adicionais	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 50,75</b>

- **Produto: Passeio turístico**

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Aluguel de carro	1	R\$ 12,00	R\$ 12,00
Gasolina	1	R\$ 8,50	R\$ 8,50
Taxas adicionais	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 25,50</b>

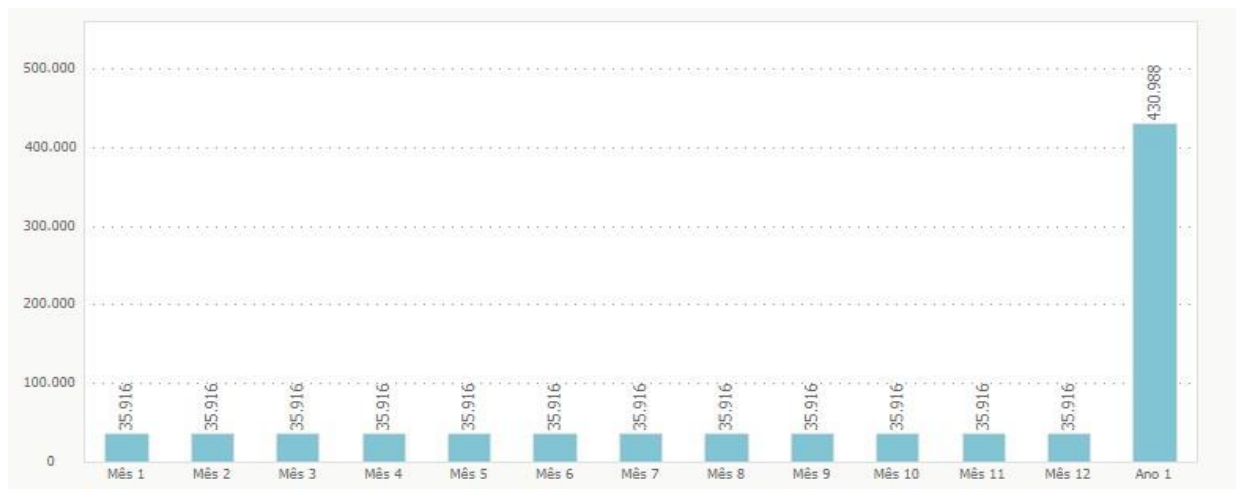
### 5.8 – Custos de Comercialização

<b>Descrição</b>	<b>(%)</b>	<b>Faturamento Estimado</b>	<b>Custo Total</b>
SIMPLES (Imposto Federal)	15,95	R\$ 172.754,40	R\$ 27.554,33
Comissões (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 172.754,40	R\$ 0,00
Propaganda (Gastos com Vendas)	1,15	R\$ 172.754,40	R\$ 1.986,68
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	3,69	R\$ 172.754,40	R\$ 6.374,64

<b>Total Impostos</b>	<b>R\$ 27.554,33</b>
<b>Total Gastos com Vendas</b>	<b>R\$ 8.361,31</b>
<b>Total Geral (Impostos + Gastos)</b>	<b>R\$ 35.915,64</b>

<b>Período</b>	<b>Custo Total</b>
Mês 1	R\$ 35.915,64
Mês 2	R\$ 35.915,64
Mês 3	R\$ 35.915,64
Mês 4	R\$ 35.915,64
Mês 5	R\$ 35.915,64
Mês 6	R\$ 35.915,64
Mês 7	R\$ 35.915,64

Mês 8	R\$ 35.915,64
Mês 9	R\$ 35.915,64
Mês 10	R\$ 35.915,64
Mês 11	R\$ 35.915,64
Mês 12	R\$ 35.915,64
Ano 1	R\$ 430.987,68

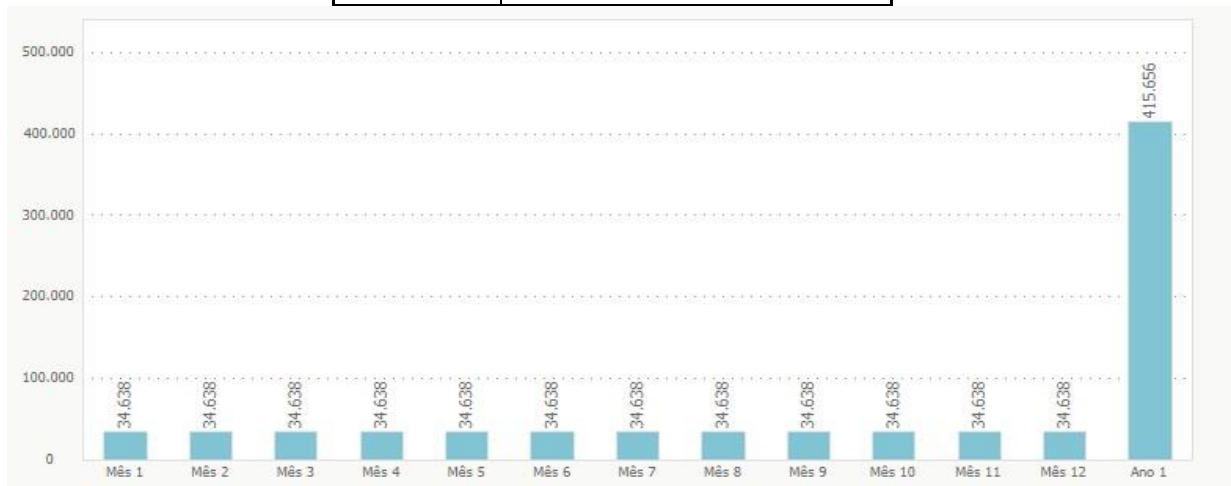


### 5.9 – Apuração do Custo de MD e/ou MV

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais /Aquisições	CMD / CMV
1	Diária simples (Apenas a estadia)	144	R\$ 13,25	R\$ 1.908,00
2	Diária clássica (inclui o café-da-manhã)	144	R\$ 17,25	R\$ 2.484,00
3	Diária clássica Plus ((inclui o café-da-manhã + Almoço ou Jantar)	216	R\$ 21,25	R\$ 4.590,00
4	Diária completa ((inclui o café-da-manhã + Almoço + Jantar)	216	R\$ 25,25	R\$ 5.454,00
5	Café-da-manhã	360	R\$ 4,00	R\$ 1.440,00
6	Almoço	240	R\$ 4,00	R\$ 960,00
7	Jantar	180	R\$ 4,00	R\$ 720,00
8	Diária Master (inclui o café-da-manhã + Almoço + Jantar + Passeio turístico)	216	R\$ 50,75	R\$ 10.962,00

9	Passeio turístico	240	R\$ 25,50	R\$ 6.120,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 34.638,00</b>	

Período	CMD/CMV
Mês 1	R\$ 34.638,00
Mês 2	R\$ 34.638,00
Mês 3	R\$ 34.638,00
Mês 4	R\$ 34.638,00
Mês 5	R\$ 34.638,00
Mês 6	R\$ 34.638,00
Mês 7	R\$ 34.638,00
Mês 8	R\$ 34.638,00
Mês 9	R\$ 34.638,00
Mês 10	R\$ 34.638,00
Mês 11	R\$ 34.638,00
Mês 12	R\$ 34.638,00
Ano 1	R\$ 415.656,00



### 5.10 – Custo de Mão de Obra

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Subtotal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Total
Contador	1	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	33,33	R\$ 866,58	R\$ 3.466,58

Manutenção/ Jardineiro	1	R\$ 937,00	R\$ 937,00	33,33	R\$ 312,30	R\$ 1.249,30
Arrumadeira	2	R\$ 937,00	R\$ 1.874,00	33,33	R\$ 624,60	R\$ 2.498,60
Garçom	2	R\$ 937,00	R\$ 1.874,00	33,33	R\$ 624,60	R\$ 2.498,60
Auxiliar de cozinha	1	R\$ 942,00	R\$ 942,00	33,33	R\$ 313,97	R\$ 1.255,97
Cozinheiro	2	R\$ 1.168,00	R\$ 2.336,00	33,33	R\$ 778,59	R\$ 3.114,59
Recepcionista	2	R\$ 1.076,00	R\$ 2.152,00	33,33	R\$ 717,26	R\$ 2.869,26
Guia Turístico	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	33,33	R\$ 399,96	R\$ 1.599,96
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>		<b>R\$ 13.915,00</b>		<b>R\$ 4.637,87</b>	<b>R\$ 18.552,87</b>

### 5.11- Custos com Depreciação

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Imóveis	R\$ 144.000,00	25	R\$ 5.760,00	R\$ 480,00
Máquinas e Equipamentos	R\$ 48.736,60	10	R\$ 4.873,66	R\$ 406,14
Móveis e Utensílios	R\$ 46.868,00	10	R\$ 4.686,80	R\$ 390,57
Computadores	R\$ 2.200,00	5	R\$ 440,00	R\$ 36,67
<b>Total</b>			<b>R\$ 15.760,46</b>	<b>R\$ 1.313,38</b>

### 5.12 – Custos Fixos Operacionais Mensais

Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 2.000,00
Energia elétrica	R\$ 1.000,00
Telefone + internet	R\$ 300,00
Pró-labore	R\$ 2.500,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 150,00
Salários + encargos	R\$ 18.552,87
Material de limpeza	R\$ 500,00
Material de escritório	R\$ 200,00

Depreciação	R\$ 1.313,38
Aluguel	R\$ 2.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 28.516,25</b>

- **Projeção dos Custos:**

(x) Sem expectativa de crescimento

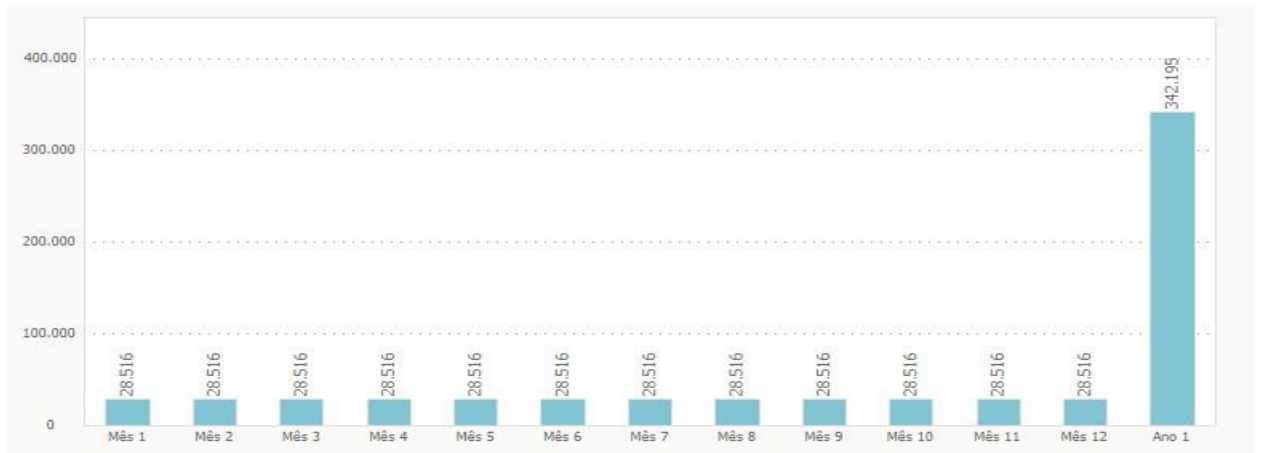
( ) Crescimento a uma taxa constante:

0,00 % ao mês para os 12 primeiros meses

0,00 % ao ano a partir do 2º ano

( ) Entradas diferenciadas por período

<b>Período</b>	<b>Custo Total</b>
Mês 1	R\$ 28.516,25
Mês 2	R\$ 28.516,25
Mês 3	R\$ 28.516,25
Mês 4	R\$ 28.516,25
Mês 5	R\$ 28.516,25
Mês 6	R\$ 28.516,25
Mês 7	R\$ 28.516,25
Mês 8	R\$ 28.516,25
Mês 9	R\$ 28.516,25
Mês 10	R\$ 28.516,25
Mês 11	R\$ 28.516,25
Mês 12	R\$ 28.516,25
Ano 1	R\$ 342.195,00

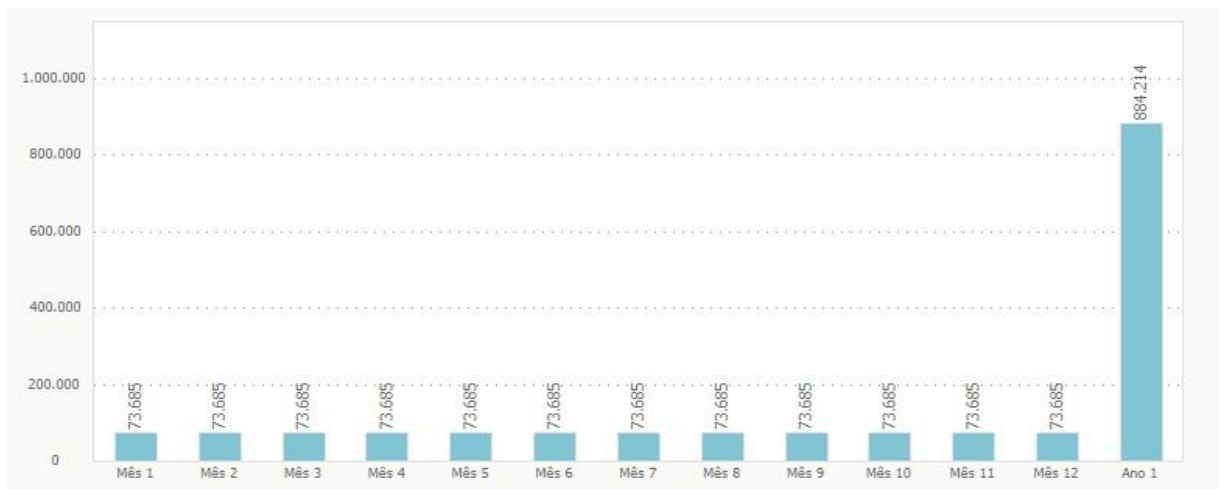


### 5.13 – Demonstrativo de Resultados

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 172.754,40	R\$ 2.073.052,80	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 34.638,00	R\$ 415.656,00	20,05
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 27.554,33	R\$ 330.651,96	15,95
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 8.361,31	R\$ 100.335,72	4,84
Total de custos Variáveis	R\$ 70.553,64	R\$ 846.643,68	40,84
3. Margem de Contribuição	R\$ 102.200,76	R\$ 1.226.409,12	59,16
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 28.516,25	R\$ 342.195,00	16,51
<b>5. Resultado Operacional: LUCRO</b>	<b>R\$ 73.684,51</b>	<b>R\$ 884.214,12</b>	<b>42,65</b>

Período	Resultado
Mês 1	R\$ 73.684,51
Mês 2	R\$ 73.684,51
Mês 3	R\$ 73.684,51
Mês 4	R\$ 73.684,51
Mês 5	R\$ 73.684,51
Mês 6	R\$ 73.684,51
Mês 7	R\$ 73.684,51

Mês 8	R\$ 73.684,51
Mês 9	R\$ 73.684,51
Mês 10	R\$ 73.684,51
Mês 11	R\$ 73.684,51
Mês 12	R\$ 73.684,51
Ano 1	R\$ 884.214,12



#### 5.14 – Indicadores de Viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 578.427,13
Lucratividade	42,65 %
Rentabilidade	342,59 %
Prazo de Retorno do Investimento	<b>4 meses</b>

### 6 – CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

#### 6.1 – Ações Preventivas e Corretivas

<b>Receita (pessimista)</b> 20,00 %	<b>Receita (otimista)</b> 15,00 %
-------------------------------------	-----------------------------------

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)

1. Receita total com vendas	R\$ 172.754,40	100,00	R\$ 138.203,52	100,00	R\$ 198.667,56	100,00
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 34.638,00	20,05	R\$ 27.710,40	20,05	R\$ 39.833,70	20,05
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 27.554,33	15,95	R\$ 22.043,46	15,95	R\$ 31.687,48	15,95
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 8.361,31	4,84	R\$ 6.689,05	4,84	R\$ 9.615,51	4,84
Total de Custos Variáveis	R\$ 70.553,64	40,84	R\$ 56.442,91	40,84	R\$ 81.136,69	40,84
3. Margem de contribuição	R\$ 102.200,76	59,16	R\$ 81.760,61	59,16	R\$ 117.530,87	59,16
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 28.516,25	16,51	R\$ 28.516,25	20,63	R\$ 28.516,25	14,35
<b>Resultado Operacional</b>	R\$ 73.684,51	42,65	R\$ 53.244,36	38,53	R\$ 89.014,62	44,81

- **Ações corretivas e preventivas:**

Cenário pessimista:

- Redirecionar a estratégia de *marketing*;
- Trazer novas ideias para aprimoramento dos processos diretamente ligados aos clientes;
- Reduzir custos.

Cenário otimista:

- Investir no aprimoramento do negócio;
- Buscar novos clientes;

## 7 – AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

### 7.1 – Análise da Matriz F.O.F.A.

	<b>FATORES INTERNOS</b>	<b>FATORES EXTERNOS</b>
--	-------------------------	-------------------------

<b>PONTOS FORTES</b>	<b>FORÇAS</b> - Localização privilegiada; - Ambiente acolhedor e de qualidade; - Ações sustentáveis.	<b>OPORTUNIDADES</b> - Futuro crescimento do setor hoteleiro; - Feiras nacionais envolvendo o setor.
<b>PONTOS FRACOS</b>	<b>FRAQUEZAS</b> - Capacidade limitada; - Escassez de atividade.	<b>AMEAÇAS</b> - Concorrência já instalada e com grande força no mercado; - Taxa de desemprego.

**Ações:**

- Está sempre à procura de novas ideias para melhoria do negócio, com relação a atratividades, ao ambiente, entre outros aspectos;
- Está sempre em boa relação com o cliente;
- Procurar estar sempre envolvido no mercado hoteleiro.

## **8 – AVALIAÇÃO DO PLANO**

### **8.1 – Análise do Plano**

Esse plano de negócios teve como propósito analisar a viabilidade de abrir uma pousada no litoral da Paraíba, para isso foram necessárias várias pesquisas, com relação ao

público alvo, aos fornecedores, a concorrência, entre outros fatores aqui analisados. Em seguida foram feitas projeções financeiras, jurídicas, dos cenários otimistas e pessimistas, os pontos fortes e fracos, através da matriz F.O.F.A.

Com a análise dos dados obtidos, concluímos que o projeto é viável, com mercado para a ideia e com um retorno otimista. Por fim, sendo esse um projeto com a intenção de ser a base de um futuro negócio, e sendo ele o comprovador de que a ideia é viável, temos então um ponto de partida para a implementação da ideia em questão.