

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL  
UNIDADE UNIVERSITÁRIA DE CAMPO GRANDE  
CURSO DE TURISMO – EMPREENDEDORISMO E POLÍTICAS  
PÚBLICAS

MAX IGOR SÁ COIMBRA

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

PLANO DE NEGÓCIOS

**ESTUDO DE VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO DE HOSTEL NA  
REGIÃO DO PARQUE NACIONAL DE ITATIAIA - RJ**

CAMPO GRANDE – MS

2017

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL  
UNIDADE UNIVERSITÁRIA DE CAMPO GRANDE  
CURSO DE TURISMO – EMPREENDEDORISMO E POLÍTICAS  
PÚBLICAS

MAX IGOR SÁ COIMBRA

PLANO DE NEGÓCIOS

**ESTUDO DE VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO DE HOSTEL NA  
REGIÃO DO PARQUE NACIONAL DE ITATIAIA - RJ**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Turismo – ênfase em Empreendedorismo e Políticas Públicas, da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, como parte das exigências para a obtenção do grau de Bacharel em Turismo. Orientador: Prof. Dr. Waldir Leonel.

CAMPO GRANDE – MS

2017

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL  
UNIDADE UNIVERSITÁRIA DE CAMPO GRANDE  
CURSO DE TURISMO – EMPREENDEDORISMO E POLÍTICAS PÚBLICAS

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO  
PLANO DE NEGÓCIOS

**A VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO DE HOSTEL NA REGIÃO  
DO PARQUE NACIONAL DE ITATIAIA - RJ**

APROVADO EM: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

---

Orientador: Prof. Dr. Waldir Leonel

---

Prof. Me. Sônia Lopes Bennett

---

Prof. Esp. Wilson Corrêa da Silva

A todas as pessoas que estiveram presentes em minha vida e, em especial, aos meus pais, que eu tenho certeza de que, de onde eles estão me ajudaram muito nessa empreitada. Aos meus irmãos e à minha família, que sempre incentivaram o meu estudo.

## **AGRADECIMENTOS**

À Professora Dr<sup>a</sup>. Debora Fittipaldi Gonçalves, Coordenadora do Curso de Turismo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, pelo incentivo dado para a minha formação acadêmica.

Ao Professor Dr. Waldir Leonel, pela orientação e pelo constante estímulo transmitido durante o desenvolvimento do trabalho.

Aos professores do curso de Turismo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, que contribuíram para a minha formação, não apenas como Turismólogo, mas também como cidadão consciente.

Aos meus amigos, aqui de Mato Grosso do Sul e aos do Rio de Janeiro, que sempre estiveram presentes nessa jornada, seja nos desafios ou nas comemorações e descontrações.

Em especial à minha família: Dilma, minha esposa, Rafaela, Gabriela e Caio, meus filhos, que me incentivaram todos estes anos e em especial aos meus netos: Ana Carolina e Kauê, que eu sei que tudo o que construirei vou deixar prá eles.

Á Luana Alves Ribeiro, que me ajudou em incontáveis momentos, compartilhando sentimentos de alegria, emoção e tristeza.

## SUMÁRIO

Resumo.....	7
1 Justificativa .....	7
1.1 Viabilidade econômica .....	7
1.2 Viabilidade mercadológica .....	8
1.3 Viabilidade sociocultural .....	8
1.4 Viabilidade técnica .....	9
1.5 Viabilidade ambiental .....	10
2 Objetivos .....	11
2.1 Geral .....	11
2.2 Específicos .....	11
3 Fundamentação Teórica .....	11
4 Análise SWOT .....	15
5 Plano de negócios .....	16
5.1 Definição do negócio .....	16
6 Caracterização Geral/Empresa .....	17
6.1 Informações gerais da empresa .....	17
6.2 Necessidade do mercado a ser atendida .....	17
6.3 Missão .....	17
6.4 Visão .....	17
6.5 Valores .....	17

6.6 Organograma da empresa .....	18
6.7 Recursos tecnológicos .....	18
6.8 Recursos humanos .....	18
7 Marketing .....	18
8 Setores de Atividade .....	19
8.1 Formas jurídicas .....	19
9 Enquadramento Tributário .....	20
9.1 Âmbito federal .....	20
10 Capital Social .....	20
10.1 Fonte de recursos .....	20
11 Análise de Mercado .....	21
12 Estudo Referente ao Cliente .....	24
12.1 Público alvo.....	24
12.2 Preço .....	24
12.3 Marca .....	25
12.4 Localização do negócio .....	26
13 Normas Técnicas e Regulamentos .....	26
14 Plano Financeiro .....	27
14.1 Investimentos fixos .....	27
15 Indicadores de Viabilidade .....	30
15.1 Ponto de equilíbrio .....	30
15.2 Lucratividade .....	30
15.3 Rentabilidade .....	30

15.4 Prazo de retorno .....	30
16 Considerações Finais .....	31
REFERÊNCIAS .....	33

## **Resumo**

Este Plano de Negócios tem como objetivo analisar a viabilidade de implantação de um hostel, na cidade de Penedo, região serrana do Estado do Rio de Janeiro, próximo ao Parque Nacional de Itatiaia – RJ.

A cidade de Penedo fica localizada no Parque Municipal Ecológico de Itatiaia e distante 177,4 km (em torno de 2h e 21m) pela BR 116 da capital. Foi escolhida para a instalação do hostel, devido a região ter vários locais de exploração turística. O lugar recebeu influência dos imigrantes finlandeses, na sua colonização, no início do século XX. Foi fundada por imigrantes finlandeses que encontraram ali um clima frio, com rios repletos de cachoeiras de águas cristalinas. A cidade mantém até hoje características arquitetônicas que remetem à Escandinávia. Atualmente, o local é conhecido como uma típica colônia finlandesa que possui uma variada, simpática e acolhedora rede hoteleira e ainda bons restaurantes. Além de contar com lojas de artesanato, interessantes e variadas.

Essa pesquisa foi feita, com base na coleta de dados, através de questionários aplicados com os turistas que visitavam a cidade no período compreendido entre dezessete de julho a vinte e um de julho de dois mil e dezessete e na população local, para avaliar a implantação desse empreendimento na cidade.

## **1 Justificativa**

### **1.1 Viabilidade econômica**

Dornelas (2001, p.96) nos diz que, o plano de negócios aumenta em 60% a probabilidade de sucesso em novos empreendimentos, por isso se faz a elaboração de um bom Plano de Negócios.

A exploração do turismo no Estado do Rio de Janeiro apresenta uma melhoria na economia, diversificando com seus reconhecidos recursos naturais, como a fauna, a flora, praias e as montanhas que compõem sua região serrana e as do Parque Nacional de Itatiaia. São cerca de duas mil Unidades Habitacionais, entre hotéis e pousadas, distribuídas no centro de

Itatiaia, Penedo, Campo Alegre, Estrada do Parque Nacional e o interior do Parque Nacional.

## **1.2 Viabilidade mercadológica**

Este trabalho de conclusão de curso analisa a viabilidade da abertura de um novo negócio na área de hospedagem, um hostel na cidade de Penedo-RJ. A cidade de Penedo e região possuem noventa e sete hotéis e pousadas, cadastradas no Cadastur, que é o Cadastro de Pessoas Físicas que atuam no setor do turismo.

Os hostels têm sua importância para economia local, pois contribuem para o incremento do turismo na cidade, bem como na divulgação do destino. Uma das considerações é levar em conta o público-alvo: turistas, na sua grande maioria, mochileiros e sem faixa etária definida, mas em sua grande maioria, de jovens. Observar a localização do empreendimento, quanto a estações de trens, de ônibus ou ao centro das cidades.

Os pontos turísticos de Penedo fazem com que a região ganhe mais a procura de visitantes. Podem fazer trilhas, conhecer cachoeiras, picos e destinos turísticos na própria cidade.

## **1.3 Viabilidade sociocultural**

Abrir um negócio é uma iniciativa que envolve riscos, por isso é que temos que mapear esses riscos, para poder eliminá-los. E com base nos estudos adquiridos no curso de Turismo, elaborar o projeto de maneira certa, e ter a viabilidade da abertura do Hostel, na cidade de Penedo, no Estado do Rio de Janeiro. O turismo é uma atividade importante e tem poder na economia mundial. Com o crescimento da economia brasileira, é esperado que o investimento no setor turístico aumente.

O Ministério do Turismo do Brasil divulgou, em 2011, os principais meios de hospedagem, que são:

- ✓ Hotel;

- ✓ Resort;
- ✓ Hotel Fazenda;
- ✓ Pousada;
- ✓ Flat/Apart Hotel;
- ✓ Cama & Café;
- ✓ Hotel Histórico.

O Hostel ou Albergue da Juventude é considerado meio de hospedagem alternativo. Têm quartos compartilhados ou coletivos e também quartos para casal ou família. Dados do Ministério do Turismo (2016) mostram que “mais de seis milhões de estrangeiros visitaram o Brasil em 2015”. Em sua grande maioria são argentinos, com 2.079.823 de visitantes. Em segundo, os americanos com 575.796 de visitantes e os chilenos, com 306.331 de visitantes, de acordo com o Anuário Estatístico do Turismo.

O alvo desses turistas é ainda o Rio de Janeiro. Chegando ao Rio, eles se dividem em ir para o litoral e a região serrana. Penedo é um destino muito procurado por casais, pelo frio e poder tomar um bom vinho ou um chocolate quente em frente à lareiras. A cidade entra nesse contexto, por ser um local de turismo contemplativo, turismo de aventuras ou mesmo fazer observação de pássaros.

#### **1.4 Viabilidade técnica**

O profissional de turismo estuda e analisa os fenômenos turísticos em sua totalidade. Ele fica responsável pelo planejamento do lugar a ser explorado. O campo do trabalho do turismólogo é muito amplo. Na região do Parque Nacional de Itatiaia, este profissional se volta mais para a questão do turismo ecológico. Para que esse profissional se destaque no mercado de trabalho, ele deve se manter atualizado constantemente com especializações em administração, logística, em hotelaria e especialmente em línguas, que é essencial para que se torne um bom profissional. A partir do desenvolvimento dessas evidências, a tomada de decisões quanto à escolha de investir se mantém baseada em se tomar uma decisão mais criteriosa, fundamentada em informações relevantes e confiáveis, sendo a empresa administrada por um

futuro turismólogo em formação e, com parcerias da Prefeitura Municipal de Penedo, guias de turismo local e estadual com conhecimento em línguas estrangeiras.

Foi a partir daí a ideia de implantar um hostel em Penedo. Poder hospedar visitantes domésticos e internacionais, com preços acessíveis e com conforto, tendo como diferencial o transporte dos visitantes até aos atrativos e um café à tarde, sendo o café, sem custos adicionais ao praticado no momento da hospedagem. Esse interesse se justifica pelo fato de que o receptivo sempre me chamou atenção e por isso resolvi por em prática tudo o que aprendi como acadêmico no Curso de Turismo, nesses quatro anos. É ver um sonho se concretizar.

### **1.5 Viabilidade ambiental**

O turismo no Rio de Janeiro se destaca pela exuberância de suas praias e montanhas. E por isso atrai turistas de todo o mundo. Cada região do estado do Rio tem sua característica ambiental, seja praia, como Arraial do Cabo, Búzios; serra, como Petrópolis ou Teresópolis com lembranças de um Brasil Colônia; montanhas, como Visconde de Mauá, Penedo e Itatiaia, destinos de mochileiros atraídos pelo turismo de contemplação e de aventuras e de casais, que buscam a tranquilidade do lugar.

Segundo o site Viagem e Turismo da Editora Abril, Itatiaia tem o ecoturismo em seu DNA. O parque criado pelo, então presidente Getúlio Vargas, em 1937. Lá é um lugar maravilhoso para o turismo contemplativo, para quem é apaixonado por natureza e o local idealizado por montanhistas. Situado na divisa entre os Estados do Rio de Janeiro, Minas Gerais e quase no limite com São Paulo, o Planalto do Itatiaia fica no meio da Serra da Mantiqueira. São 30 mil hectares, hoje preservados dentro da unidade de conservação.

A engenheira florestal Maria Isabel de Barros, Mestra pela Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq) da USP (2003), em sua defesa de mestrado ela afirma que: “Os problemas mais graves estão relacionados à

falta de conhecimento específico dos visitantes, o que poderia ser evitado se fosse adotado um programa de educação sobre técnicas de mínimo impacto para toda a região do Parque Nacional de Itatiaia.” Portanto, a ideia da parceria da Prefeitura Municipal de Penedo e de guias de turismo cadastrados, ajudariam a mudar esse quadro, com explicações sobre o comportamento durante uma caminhada, observação da natureza ou mesmo fazendo o turismo de aventura.

## **2 Objetivos**

### **2.1 Geral**

Analisar a viabilidade de implantação de hostel na cidade de Penedo, para o turismo na região do Parque Nacional de Itatiaia-RJ.

### **2.2 Específicos**

Identificar as oportunidades e ameaças para a implantação de um hostel na cidade de Penedo, região do Parque Nacional do Itatiaia-RJ;

Investigar outras realidades de hostels para contrapor com o cenário proposto na pesquisa;

Identificar as preferências dos turistas que optam por se hospedar em um hostel;

Elaborar as estratégias de competição do hostel, no mercado;

Apresentar um plano de negócios para analisar a viabilidade do hostel se tornar um negócio diferenciado e atrativo para o mercado local.

## **3 Fundamentação Teórica**

Antes de tudo precisamos saber o que é Empresa. De acordo com Malheiros (2005), empresa é uma organização que tem por finalidade produzir bens e serviços demandados pela sociedade. Ainda diz que, “estão em

constante interação com o meio a qual estão inseridas e ligadas entre si por diferentes tipos de redes, de fornecedores, distribuidores e colaboradores, sempre se adaptando e inovando para suprir as novas demandas da sociedade”.

A ideia é fomentar o turismo na região e fazer com que o turista que venha até Penedo, encontre um local para se hospedar, com conforto e preço acessível. O hostel (albergue) é um lugar onde as pessoas que hospedam, prezam pelo espírito de amizade, o sentimento de solidariedade e a vontade de viajar. Inicialmente, o hostel foi criado em Altena, Alemanha, no ano de 1912, onde funciona até hoje, pelo Professor Richard Schirmamm, um Pedagogo que se dedicava a criar programas de convivência para seus alunos, segundo a Hostelling International.

A hospitalidade tem que ser colocada como um bem receber visitantes, nos serviços turísticos. Segundo Camargo (2005) "hospitalidade deve ser definida como o ato humano, exercido em contexto doméstico, público e profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar, entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu habitat natural”.

O hostel é considerado como meio de hospedagem extra-hoteleiros ou alternativos. A hospedagem alternativa possui um grau de serviço menor do que outros equipamentos. Beni (2000) conceitua alguns tipos de empreendimentos alternativos:

- ✓ Pensão;
- ✓ Pensionato;
- ✓ Colônia de férias;
- ✓ Pousada;
- ✓ Acampamento.

Giaretta (2005) apresenta as seguintes tipologias:

- ✓ Residência secundária;
- ✓ Alojamento de turismo rural;
- ✓ Bed and breakfast;
- ✓ Camping;

✓ Hostel.

Existe um segmento no turismo que se chama Back Packer ou Mochileiro, que são turistas que viajam procurando serviços econômicos e por conta própria. Oliveira (2005) fala que esses viajantes buscam conhecer variados pontos, que podem ser cidades, estados e países, numa única viagem buscando interagir com a população local e sem procurar hospedagens caras. Procura se hospedar em hostels, pela economia, e também, em conhecer outros viajantes na mesma situação.

A empresa *Penedo's Hostel ME* será inserida na cidade de Penedo, na região de Itatiaia-RJ e será voltada para o turista que vai visitar o Parque Nacional de Itatiaia e fazer o turismo de aventura, de contemplação da natureza, como observação de pássaros. O hostel é um tipo de acomodação com preços baixos, destinados a mochileiros e pela socialização dos hóspedes, onde os visitantes podem compartilhar dormitórios com banheiros ou não, cozinhas e áreas de convívio social, segundo site Infopédia. Sua localização será próximo ao centro de Penedo-RJ e com fácil acesso ao Parque Nacional. O *Penedo's Hostel ME* é uma empresa de pequeno porte que oferecerá, além da hospedagem barata, café da manhã e transfer do hostel até a entrada do parque.

Quando pensamos em realizar uma viagem, diversas dúvidas passam pela nossa cabeça. Uma das principais dúvidas que surgem nesse momento é definir a hospedagem durante o período da viagem.

Em todas as viagens, a hospedagem é um dos fatores mais importantes, já que irá depender de onde você irá se hospedar que você terá mais tranquilidade, segurança e conforto. Mas nem sempre é possível investir muito dinheiro nessa hora, por isso é importante pesquisar muito antes de tomar a sua decisão.

No hostel, você divide a sua hospedagem com outras pessoas, em ambientes mais descontraídos. Hoje em dia, a maioria das pessoas conhece os hostels por albergues. No Brasil ele ainda não é tão comum, porém em viagens para o exterior, a procura por hostel cresce mais a cada dia.

O cliente terá, muitas vezes, a mesma estrutura de um hotel ou de uma pousada, porém com mais ambientes em comum. Na maioria dos hostels, você pode escolher o tipo de acomodação: femininos, masculinos e mistos. Além disso, alguns disponibilizam a opção de quartos privados. O modelo do hostel é simples e acolhedor, para atrair pessoas como vendedores, estudantes, representantes de empresas.

Para poder administrar uma empresa, seja qual for o seu tamanho, precisamos entender um pouco de economia. A ONU – Organização das Nações Unidas classifica os países e seus sistemas econômicos em três sistemas: países industrializados de economia aberta, países industrializados de economia centralmente planejada e países subdesenvolvidos. O caso do Brasil se encaixa como o único que tem economia industrializada e subdesenvolvida. O Brasil vive hoje numa incerteza econômica, se é que podemos falar assim. Segundo Lemos (1999), os indicadores de conjuntura são variáveis econômicas que influenciam as condições dos mercados de trabalho, de mercadorias e financeiro.

No turismo não é diferente. A economia se divide em três setores e o turismo se encontra no terceiro setor, porque está classificado como prestadora de serviços, junto com os setores de educação, transporte, comunicação, saúde, bancos, lazer e entretenimento, serviços de hospedagem, eventos, entre outros. Lemos (1999), ainda diz que, “algumas atividades são tipicamente voltadas para turistas, como venda de passagens aéreas e de estadas em hotéis, mas outras são voltadas para os habitantes locais, mas são desfrutadas pelos turistas”. Mensurar o turismo é muito difícil, envolve vários fatores, porque é vendida a realização de sonhos. Como medir a satisfação de um sonho realizado? As pessoas que utilizam o turismo são movidas pela expectativa de terem seus sonhos realizados.

Na opinião de Petrocchi (2009), “o turista procura no destino algo inatingível, que é o prazer de uma viagem, muitas vezes tão sonhada. É por isso que o turismo é a ‘indústria dos sonhos’”. Quando se viaja, se viaja em grupo ou sozinho. E por diversos motivos, por diversas necessidades. Sejam

para o campo, para a praia, cidades históricas, igrejas e, também para conhecer museus e monumentos históricos.

Para quem deseja abrir um negócio e nesse caso um hostel, é necessário formular uma pesquisa de mercado, para que se saiba o mercado e suas expectativas, conhecer seus concorrentes e ter a devolutiva dos visitantes, sobre o seu estabelecimento. É preciso identificar o seu público, saber o motivo porque esse turista escolheu o seu hostel, se foi através da divulgação ou de diferencial oferecido pelo estabelecimento, em relação ao o que seu concorrente oferece. (PETROCCHI, 2009).

Quando pensamos em realizar uma viagem, diversas dúvidas passam pela nossa cabeça. Uma das principais dúvidas que surgem nesse momento é definir a hospedagem durante o período da viagem.

Em todas as viagens, a hospedagem é um dos fatores mais importantes, já que irá depender de onde você irá se hospedar que você terá mais tranquilidade, segurança e conforto. Mas nem sempre é possível investir muito dinheiro nessa hora, por isso é importante pesquisar muito antes de tomar a sua decisão.

#### 4 Análise SWOT

Além de pesquisa de mercado, é preciso também fazer a análise SWOT, que de acordo com Petrocchi (2009), “é uma matriz na qual os dois quadrantes da parte superior indicam os fatores que tem como origem o ambiente interno, enquanto os quadrantes inferiores são os fatores com origem externa”. Ele ainda diz que, através da análise SWOT SE prevê a elaboração de um diagnóstico das análises procedidas.

Localização privilegiada

Conceito moderno das instalações

Qualidade dos serviços

Utilização da tecnologia para fidelizar o cliente

Necessidade de implementação de tecnologias de relacionamento com o cliente.

Baixa visibilidade da marca do empreendimento no início do projeto.

Dependência de investimentos maciços em Marketing para a obtenção de resultados participação de mercado.

## Forças

Crescimento do turismo no Brasil.

Internet e mídias sociais em ascensão aumentam a visibilidade deste tipo de empreendimento.

Redução dos custos de tecnologias  
Linhas de crédito financiando empresas voltadas para o turismo

## Fraquezas

Concorrência crescente.

Carga tributária elevada Concorrência com outros meios de hospedagem.

Mudança em regulamentações de albergues turísticos.

## Oportunidades

## Ameaças

## 5 Plano de Negócios

Se desejarmos viajar, comprar uma casa ou um carro devemos nos planejar para que isso aconteça com êxito. Não é diferente quando pensamos em abrir um negócio, seja ele qual for. Elaborar um plano de negócios é delinear linhas e objetivos para saber dos pontos fortes e os pontos fracos, seus concorrentes e as suas diferenças.

O SEBRAE (2013, pág. 13), diz que “um plano de negocio é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negocio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas”. Ainda nos diz que o planejamento das coisas é necessário para traçar metas, para que saia como foi planejado. Dornelas (2008) nos diz que “o plano de negócio, essa ferramenta de gestão, deve ser usada por todo e qualquer empreendedor que queira transformar seu sonho em realidade”. O plano nada mais é do que um teste de viabilidade de um conceito de negócio. Esta viabilidade é técnica, financeira, operacional e estratégica e vai servir para orientar o desenvolvimento das operações e atrair recursos financeiros,

### 5.1 Definição do negócio

Os hostels tem origem estrangeira e é uma opção de negócios para quem pretende alugar quartos para pernoite. São quartos comunitários e a preços inferiores do que os praticados em hotéis e pousadas. A empresa *Penedo's Hostel ME* será instalada na cidade de Penedo-RJ e oferecerá hospedagem de qualidade aos viajantes. O mercado de albergues tem como alvo um segmento que é composto principalmente por jovens (entre 18 e 30 anos) em busca de experiências novas e abertos para fazer amizades e para a diversão que a cidade pode oferecer. Atualmente ele movimenta cerca de R\$30 milhões de reais, com um crescimento de 6,6% na taxa de ocupação média entre 2013 e 2014 e um crescimento de 17,9% na tarifa média do mesmo período, segundo Observatório do Turismo (2014)

## **6 Caracterização Geral/Empresa**

### **6.1 Informações gerais da empresa**

Proprietário: Max Igor Sá Coimbra

Razão social: Penedo's Hostel - ME

Endereço: Penedo, distrito de Itatiaia - RJ

### **6.2 Necessidade do mercado a ser atendido**

Segundo o site [www.franquiaempresas.com.br](http://www.franquiaempresas.com.br), acessado em 20 de abril de 2017, o mercado vem crescendo muito desde 2005, no Brasil. A procura por esse tipo de acomodação tornou-se real. Quando se viaja, o turista quer aproveitar o passeio e faz pesquisa para achar o melhor preço, para a sua estada. O público alvo dos hostels, geralmente são pessoas com idades indefinidas, mas na maioria jovens. São denominados *backpackes* ou mochileiros. A implantação do hostel na cidade contribuirá para a movimentação financeira na economia local.

### 6.3 Missão

O *Penedo's Hostel ME* tem como missão o melhor serviço de hospedagem, aliado a qualidade no atendimento, proporcionando um ambiente agradável, aconchegante e amigável, de forma que seus hóspedes se sintam como se estivesse em sua própria casa.

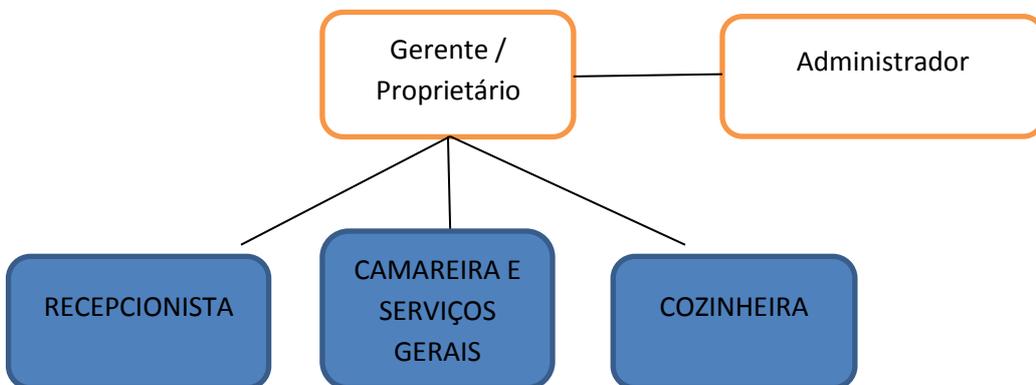
### 6.4 Visão

Nossa visão é ser um hostel que contribua para a harmonia entre os hóspedes e colaboradores, com bom atendimento e passando a essência do bem servir.

### 6.5 Valores

Agir sempre com profissionalismo, bom humor e qualidade nos serviços prestados. Integridade e comprometimento.

### 6.6 Organograma da empresa



### 6.7 Recursos tecnológicos

Uso de softwares específicos para melhor atendimento automatizado ao cliente para a emissão de comprovantes de pagamentos. Usar computadores, impressoras, telefones, câmeras de segurança.

### 6.8 Recursos humanos

O *Penedo's Hostel* vai contar, inicialmente, com quatro funcionários: uma pessoa para serviços gerais, uma camareira, uma cozinheira e um recepcionista. Os salários serão determinados pela categoria de cada profissional. Suas funções serão:

Serviços gerais – manter o ambiente de trabalho limpo e também dar apoio geral no que for preciso;

Camareira – fazer a limpeza completa dos quartos entre a estadia dos hóspedes;

Recepcionista – recepcionar, identificar e orientar hóspedes sobre serviços de hospedagem, realizar check-in, check-out, fazer reservas e cadastros. Prestar assessoria aos clientes sobre pontos turísticos e demais dúvidas.

Cozinheira – preparar o café da manhã dos hóspedes.

## **7 Marketing**

O plano de marketing tem por objetivo, de acordo com o SEBRAE (2016), identificar as melhores oportunidades para o negócio da empresa. Obter e manter as posições desejadas no mercado. Ao preparar o plano de marketing, é preciso definir objetivos, como: nicho de mercado, público alvo, definir seu preço.

- Nicho de mercado – é o ramo específico de um determinado mercado. Precisa ter a certeza de que essa é realmente a sua área de atuação;
- Saber definir seu cliente, onde ele mora, interesse turístico;
- Definir seu preço – quando definir seu preço, calcular o quanto irá obter lucro com cada cliente. Não se esquecer de listar despesas e custos.

Ainda, segundo o SEBRAE (2016) é preciso ter um nome fácil de ser lembrado. É preciso levar em consideração:

- Pesquisa – será um nome difícil de encontrar no Google?
- Social – o nome do hostel está disponível em todas as principais redes sociais?
- URL – o nome de domínio está disponível?
- Marca – tem outra empresa (hostel) com o mesmo nome cadastrado ou atuando fortemente no mercado?

- Logo – será que o nome pode trabalhar bem com um logotipo?

## **8 Setores de Atividade**

Serviços

### **8.1 Formas jurídicas**

Empresário Individual

Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI

Microempreendedor Individual – MEI

Sociedade Limitada

Outros

## **9 Enquadramento Tributário**

### **9.1 Âmbito federal**

Regime Simples

Sim

Não

IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica

PIS – Programa de Integração Social

COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social

CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados (apenas para indústria)

ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

ISS – Imposto Sobre Serviços

## 10 Capital Social

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	Max Igor Sá Coimbra	R\$	
<b>Total</b>		<b>R\$</b>	

### 10.1 Fonte de recursos

Os recursos serão provenientes da venda de um apartamento no Rio de Janeiro e de futuros investidores.

## 11 Análise de Mercado

A análise foi feita através de uma pesquisa *in loco* na cidade de Penedo, com 100 questionários. A metodologia utilizada foi a pesquisa quantitativa estruturada que, de acordo com Dencker (1998), o que determina uma pesquisa são os procedimentos que o pesquisador adota.

O público alvo foram turistas que chegaram de vários lugares do Brasil e responderam ao questionário para sabermos sobre a viabilidade da implantação do hostel em Penedo – RJ. Para Severino (2007), “a ciência se constitui aplicando técnicas, seguindo um método e apoiando-se em fundamentos epistemológicos”. Para atingir o potencial de mercado previsto, é necessário investir em campanhas de marketing, principalmente nas mídias sociais, ambientes mais visitados pelo público alvo.

Período da entrevista: 17/07/2017 a 21/07/2017

## **Perfil do Entrevistado**

### **1 Local da Residência:**

Os locais de residência dos entrevistados foram os mais variados: Ap<sup>a</sup> do Norte (SP) 01; Angra dos Reis (RJ) 02; Campo dos Goytacazes (RJ) 03; Canoas (RS) 01; Crato (CE) 01; Cuiabá (MT) 01; Dourados (MT) 01; Duque de Caxias (RJ) 04; Itatiaia 02; João Pessoa (PB) 03; Lorena (SP) 01; Mauá (RJ) 03; Miguel Pereira (RJ) 04; Niterói (RJ) 14; Parati (RJ) 01; Petrópolis (RJ) 03; Porto Alegre (RS) 01; Rio de Janeiro (RJ) 28; Resende (RJ) 02; Salvador (BA) 02; Santos (SP) 03; Sarandi (RS) 02; São Paulo (SP) 11; Ubatuba (SP); Uberaba (MG) 02.

### **2 Sexo:** ( ) Masculino ( ) Feminino

Masculinos 52%

Femininos 48%

Como pode ser visto, a maioria dos entrevistados são do sexo masculino e residem, principalmente no eixo Rio - São Paulo - Minas Gerais, na própria Região Sudeste, onde se localiza Penedo.

### **3 Idade:**

15 anos – 03; 16 anos – 04; 18 anos – 05; 19 anos – 05; 25 anos – 02; 26 anos – 05; 27 anos – 01; 28 anos – 04; 29 anos – 03; 30 anos – 07; 31 anos – 05; 32 anos – 02; 33 anos – 02; 34 anos – 03; 35 anos – 10; 36 anos – 01; 38 anos – 05; 39 anos – 07; 40 anos – 07; 43 anos – 01; 45 anos – 01; 49 anos – 02; 52 anos – 02; 53 anos – 05; 60 anos – 03; 61 anos – 03; 70 anos – 01.

### **4 Estado Civil:** ( ) Casado(a) ( ) Solteiro(a) ( ) Separado(a) ( ) Divorciado(a) ( ) Viúvo(a) ( ) Companheiro(a)

.Casado – 45; Solteiro – 28; Separado – 18; Divorciado – 04; Viúvo – 02; Companheiro – 03.

As idades variam muito e vão de 15 aos 70 anos de idade, com a maioria casado.

**5 Grau de Escolaridade:** ( ) Ensino Fundamental ( ) Ensino Médio ( ) Ensino Superior ( ) Pós Graduação ( ) Doutorado

Ensino Fundamental – 00; Ensino Médio – 25; Ensino Superior – 39; Pós Graduação – 29; Doutorado – 07.

O grau de escolaridade dos entrevistados, na sua maioria de nível superior, ajuda muito em compor o perfil para a abertura do hostel.

#### **6 Profissão:**

Administrador – 02; Advogado – 02; Aposentado – 04; Arquiteto – 02; Auditor – 01; Auxiliar Administrativo – 05; Boleira – 01; Caixa Supermercado – 01; Chefe de Cozinha – 01; Enfermeiro – 03; Engenheiro – 03; Estudante – 09; Farmacêutico – 01; Fisioterapeuta – 01; Fotógrafo – 01; Funcionário Público – 17; Guia de Turismo – 01; Mecânico – 01; Médico – 07; Militar – 07; Músico – 01; Professor – 21; Secretário – 02; Tatuador – 01; Técnico Enfermagem – 03; Técnico Informática – 01; Técnico Radiologia – 01.

**7 Você já se hospedou em algum hostel?** ( ) Sim ( ) Não

53% dos entrevistados, não se hospedaram em Hostel.

**8 Conhece alguém que já se hospedou em um hostel?** ( ) Sim ( ) Não

65% conhecem pessoas que já se hospedaram em um Hostel.

A maior parte dos entrevistados, 53%, ainda não se hospedou em Hostel, mas em compensação 65% conhecem pessoas que já se hospedaram no Hostel.

**9 Você acha que é viável implantar o hostel, aqui em Penedo?** ( ) Sim ( ) Não

99% dos entrevistados acham que um Hostel, em Penedo é viável.

**10 Quando você pensa em viajar, já levou em conta se hospedar em hostel?**

Sim  Não

Dos 100 entrevistados, 60 já pensaram em se hospedar em um Hostel.

**11 Com relação ao investimento (preço), você estaria disposto a pagar entre R\$ 80,00 a R\$ 120,00 para se hospedar no hostel?  Sim  Não**

60 entrevistados acharam o preço excelente.

**12 A característica principal do hostel é o valor mais barato da hospedagem, por ter acomodações compartilhadas e o café da manhã, incluso. Para você, seria viável pagar um valor um pouco maior e ter um serviço de traslado até o Parque Nacional de Itatiaia? Se sim, quanto?**

Sim, R\$\_\_\_\_\_  Não

Sim: 11 – R\$ 50,00; 12 - R\$ 60,00; 07 – R\$ 70,00; 07 – R\$ 80,00; 10 – R\$ 90,00; 22 – R\$ 100,00; 09 – R\$ 120,00; 08 – R\$ 130,00; 05 – R\$ 140,00; 07 – R\$ 150,00; 01 – R\$ 180,00; 01 – R\$ 300,00.

**13 Qual seria o melhor meio de divulgação para que esse serviço seja conhecido?**

Internet  Agências de Viagens  Centro de Informações Turísticas  Redes Sociais

Internet – 52; Agência de Viagens – 20; C. I. T. – 10; Redes Sociais – 29.

## **12 Estudo Referente aos Clientes**

### **12.1 Público alvo**

É de grande importância para o empreendedor identificar e conhecer os seus clientes. No *Penedo' Hostel – ME*, podemos concluir que os hóspedes são, em geral, pessoas de faixas etárias diversas, turistas de várias

localidades, daqui do Brasil e do mundo, de classes média/alta, e mochileiros. O principal atrativo que levará esse cliente vir a se hospedar é o preço acessível, acrescido de um bom atendimento sempre com simpatia e eficiência.

## **12.2 Preço**

Para o preço ser cobrado de maneira correta, devemos primeiramente fazer uma gestão dos custos. Calcular os custos fixos, como telefone, aluguel, internet e os custos variáveis, como material de limpeza, artigos para a preparação do café da manhã, etc.

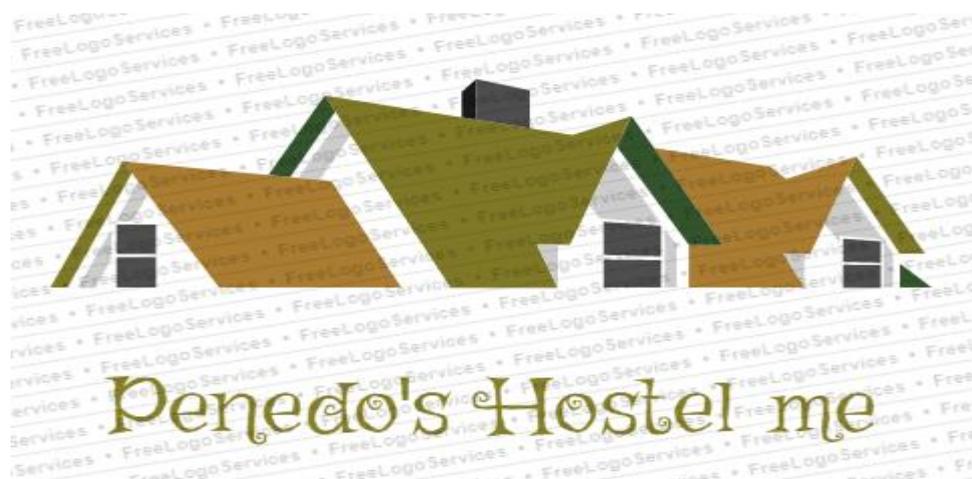
Em média, serão cobrados os valores de R\$ 80,00 para a acomodação em quarto compartilhado. R\$ 120,00 para o quarto privativo. A formação de preços dos serviços está alinhada com a média de mercado, podendo ainda se cobrar uma tarifa “prêmio” com o tempo, devido à percepção de valor do serviço prestado. Os principais canais de venda para atingir o público alvo do empreendimento serão os canais voltados à internet, como sites especializados em vendas de meios de hospedagem que cobram comissão e o próprio site do albergue, que terá funcionalidades de realização de reservas. As vendas de alimentos e bebidas serão realizadas na própria recepção que funcionará como uma espécie de bar e ao mesmo tempo recepção.

Possíveis ofertas serão desenvolvidas e estudadas caso a caso para determinar se o real decréscimo de preço devido a alguma promoção pode gerar um aumento significativo no faturamento a fim de gerar capital de giro. As promoções mais conhecidas nos meios de hospedagem são a de reserva antecipada (com mais de dois ou três meses de antecedência), longa estada (mais de cinco ou seis dias) ou parcerias com eventos para que o cliente que possui ingresso para determinado evento ganhe desconto para se hospedar no *Penedo's Hostel - ME*.

## **12.3 Marca**

Para se obter o domínio sobre uma marca, é preciso fazer o registro no Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI. De acordo com o INPI (2016) é preciso passar por um processo de espera e acompanhar por um certo período até que seja deferido o pedido. As etapas para espera e pagamento de taxas variam de acordo com cada empresa.

O período de validação da marca após o processo é de dez anos e pode ser renovado gradativamente. A marca escolhida do hostel é considerada mista por combinar imagem e palavra. Quando uma marca é escolhida, também tem que ser indicada em quais produtos ou serviços que aquela determinada marca vai representar. De acordo com o INPI (2016) “a Classificação Internacional de Produtos e Serviços de Nice (NCL, sigla em inglês), que possui uma lista de quarenta e cinco classes com informações sobre diversos tipos de produtos e serviços e o que pertence a cada classe”. O *Penedo's Hostel ME* se encaixa na classe 41 de serviços como local de hospedagem, de acordo com NCL.



Fonte: Elaborado pelo autor

Essa será a logo que aparecerá em *flyers*, redes sociais, site do hostel, cartões de visitas, uniformes dos funcionários.

Teremos uma página no *Facebook*, onde será disponibilizada fotos de todas as dependências do hostel, endereço da empresa, telefones para contato, e espaço para críticas e sugestões. Como o resultado da pesquisa

aplicada foi a divulgação pela internet com 49%, por ser uma via mais rápida da informação chegar e por todos hoje em dia estarem conectados.

#### **12.4 Localização do negócio**

<b>Endereço</b>	Rua J, 1600
<b>Bairro</b>	Fazendinha
<b>Cidade</b>	Penedo
<b>Estado</b>	Rio de Janeiro
<b>Telefone</b>	(67) 9. 9135-3124

#### **13 Normas Técnicas e Regulamentos**

Existe um padrão mundial para a classificação de normas de alguns produtos e serviços, a ISO - Organização Internacional de Normatização que é representada, aqui no Brasil, pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. A principal norma desenvolvida pela ABNT para meios de hospedagem é a ABNT NBR 15401:2014 - Meios de hospedagem - Sistema de Gestão da Sustentabilidade - Requisitos, a qual define requisitos e especifica critérios mínimos de desempenho de meios de hospedagem em relação à sustentabilidade.

#### **14 Plano Financeiro**

##### **14.1 Investimentos fixos**

**Tabela 1 - Custo com mão de obra**

FUNÇÃO	SALÁRIO R\$	TOTAL
Recepcionista	1.300,00	<b>1.300,00</b>
Camareira	978,00	<b>978,00</b>
Aux. Serviços Gerais	978,00	<b>978,00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 3.256,00</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

**Tabela 2 – Custo unitário por produto**

PRODUTO	VALOR R\$	TOTAL
Quarto compartilhado	80,00	<b>80,00</b>
Quarto privativo	120,00	<b>120,00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 200,00</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

**Tabela 3 – Investimento total**

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
Casa (Hostel)	01	R\$ 120.000,00	<b>R\$ 120.000,00</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

**Tabela 4 – Despesas fixas – mensal**

Luz	R\$ 300,00
Internet	R\$ 170,00
Telefone	R\$65,00
Cartão	R\$ 160,00
Material Escritório	R\$70,00
Pro labore	R\$ 3.000,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 3.765,00</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

**Tabela 5 – Custo fixo mensal**

Recepcionista	R\$ 1.300,00
Camareira	R\$978,00
Serviços gerais	R\$978,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 3.256,00</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

**Tabela 6 – Depreciação**

Ativos Fixos	Valor do Bem	Vida Útil	Deprec. Anual	Deprec. Mensal
Casa Hostel	R\$ 120.000,00	20 anos	R\$ 2.000,00	R\$ 24.000,00

Fonte: Elaborado pelo autor

**Tabela 7 – Estimativa de faturamento**

Produto	Qtde	Preço unitário	Faturamento mensal
Quarto Compartilhado	600	R\$80,00	R\$ 48.000,00
Quarto Privativo	20	R\$ 120,00	R\$2.400,00
		<b>Total</b>	<b>R\$ 50.400,00</b>

**Tabela 8 – Capital de giro**

Despesas Fixas	R\$ 3.765,00
Custos Fixos	R\$ 3.256,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 7.021,00</b>

**Tabela 9 – Investimentos pré-operacionais**

Legalização	R\$ 1000,00
Domínio do Site	R\$ 40,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 1.040,00</b>

**Tabela 10 – Demonstrativo de resultado**

Descrição	R\$
Receita total com vendas	50.400,00
Custos variáveis	
	3.256,00
	706,87
Custos com materiais	3.962,87
Taxa cartão	160,00
<b>Total</b>	<b>4.122,87</b>
Margem de contribuição	5.349,00
Custos fixos totais	3.256,00
Resultado operacional	2.093,00

## **15 Indicadores de Viabilidade**

### **15.1 Ponto de equilíbrio**

O hostel precisa faturar R\$ 8.075,37 para pagar os seus custos.

*Ponto de equilíbrio = custo fixo total / margem de contribuição*

$$3.256,00 / 4.349,00$$

*Ponto de equilíbrio = R\$ 8.075,37*

## **15.2 Lucratividade**

O hostel lucra por ano 4,16%.

*Lucratividade = lucro líquido / receita total X 100*

$$2.093,00 / 50.400,00 X 100$$

*Lucratividade = 4,16%*

## **15.3 Rentabilidade**

*Rentabilidade = lucro líquido / investimento total X 100*

$$2.093,00 / 120.000,00 X 100$$

*Rentabilidade = 1,75%*

## **15.4 Prazo de retorno**

O prazo de retorno é de 4 anos e 6 meses

*Prazo de retorno = investimento total / lucro líquido*

$$120.000,00 / 2.093,00$$

*Prazo de retorno = 57,33*

## **16 Considerações Finais**

Depois de realizada a pesquisa de mercado e a elaboração do plano de negócios, pode-se constatar que existe a viabilidade da criação do hostel em Penedo – RJ. A viabilidade foi demonstrada através da lucratividade e do

cálculo do ponto de equilíbrio e mostra que a estimativa de vendas ultrapassa o valor necessário para manter todos os custos da empresa. Foi levado em conta o questionário aplicado na cidade e às observações do local onde será instalado o hostel. O turismo de baixo custo, fez com que esse Plano de Negócios fosse elaborado. Foi verificado que a oportunidade de mercado e a proposta de instalação do hostel, atendem a demanda, pois a proposta é uma hospedagem de baixo custo, onde o turista/mochileiro pode buscar a experiência sem ter que pagar muito.

## REFERÊNCIAS

- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 12 ed. São Paulo; SENAC, 2007.
- BOWDITCH, J. L. **Elementos de comportamento organizacional**. 1a.ed. 8. reimpr. São Paulo: Cengage Learning, 2012 [1992].
- CAMARGO, L. O. L. Hospitalidade, In: TRIGO, Luiz Gonzaga G. et al. (orgs). **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005, p. 713-723.
- DENCKER, A. F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Campos, 2008.
- GIARETTA, M. J. **Albergues da Juventude – HI Hostels**. In: Trigo, Luiz Gonzaga G. et al (orgs). **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005.
- LEMOES, L. **Turismo: Que negócio é esse? Uma análise da economia do Turismo**. Campinas, PETROCCHI, M. **Turismo: planejamento e gestão**. 2ª ed. São Paulo; Pearson Prentice Hall, 2009.
- MALHEIROS, R. C.; FERLA, L. A; CUNHA, C. J. C. A. **Viagem ao mundo do empreendedorismo**. 2ª ed. Florianópolis: IEA – Instituto de Estudos Avançados, 2005.
- OBSERVATÓRIO DO TURISMO. **Hotelaria Abril - 2014**. 2014. Disponível em [http://www.observatoriodoturismo.co.br/pdf/HOTELARIA\\_ABRL\\_204.PDF](http://www.observatoriodoturismo.co.br/pdf/HOTELARIA_ABRL_204.PDF). Acesso em: 20 de outubro de 2014.
- OLIVEIRA, R. J. Turismo Backpacker/Mochileiro. **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005, p. 398-421.
- PETROCCHI, M.; **Turismo, planejamento e gestão**. 2ª ed. São Paulo. Pearson/Prentice Hall, 2009.

SEBRAE, **Como Elaborar um Plano de Negócios**, Brasília 2013.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23 ed. São Paulo: Cortez, 2007.

<<http://exame.abril.com.br/negocios>> Acesso em 20 de abril de 2017.

<<http://viagemeturismo.abril.com.br>> Acesso em 20 de abril de 2107.

<[www.rotamapas.com.br](http://www.rotamapas.com.br)> Acesso em 23 de setembro de 2017.

<<http://inpi.gov.br/>> Acesso em 23 de setembro de 2017.

<<http://abnt.org.br/paginampe>> Acesso em 29 de outubro de 2017.