

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

MORGANA BORTOLUZZI

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICA PARA A IMPLANTAÇÃO DE UM
HOTEL FAZENDA NO MUNICÍPIO DE BOM JARDIM DA SERRA/SC**

CRICIÚMA

2016

MORGANA BORTOLUZZI

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICA PARA A IMPLANTAÇÃO DE UM
HOTEL FAZENDA NO MUNICÍPIO DE BOM JARDIM DA SERRA/SC**

Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado para obtenção do Grau de
Bacharel no curso de Ciências Contábeis
da Universidade do Extremo Sul
Catarinense, UNESC.

Orientador(a): Prof. (º)Esp. Fabricio
Machado Miguel.

CRICIÚMA

2016

MORGANA BORTOLUZZI

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICA PARA A IMPLANTAÇÃO DE UM
HOTEL FAZENDA NO MUNICÍPIO DE BOM JARDIM DA SERRA/SC**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Bacharel no curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, com Linha de Pesquisa em Plano de Negócios.

Criciúma, 30 de novembro de 2016.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Fabricio Machado Miguel - Especialista - (UNESC) - Orientador

Prof. Cleyton de Oliveira Ritta -Mestre - (UNESC) - Examinador

Dedico este trabalho a Deus, por mandar pessoas em meu caminho que serviram de apoio e de inspiração para nunca desistir de tentar.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pelo discernimento, paciência, sabedoria e pelas manifestações de bençãos que envia a mim.

Agradeço especialmente as pessoas que amo minha mãe, avós, madrinhas, padrinhos, tias, tios e primos que sempre ensinaram ser o que sou, pessoa com muitas virtudes e que me deram coragem e incentivo nos momentos de aflição e estresse.

Estou agradecida por todos meus amigos e amigas que ficaram ao meu lado nos momentos difíceis e de alegria. Em especial a Jadna e a Luciana que estiveram do início ao fim do curso. Também a Francisca e a Marcela que nos poucos momentos em sala de aula viraram eternas amigas. Eu levo nossa amizade por toda vida.

As minhas gestoras Maribel Jane e Maribel Ribeiro que são pessoas do bem e me ensinam todo dia inúmeros feitos do trabalho e da vida.

A Daniela e seu esposo que tem o sonho de abrir um negócio desse modelo e serviram de inspiração para o feito deste trabalho.

Aos poucos professores do curso de ciências contábeis, que se propuseram a transmitir seus conhecimentos na sala de aula.

Ao meu orientador Fabrício, pela sua paciência, dedicação pela orientação no projeto e posteriormente no Trabalho de Conclusão de Curso.

Aos funcionários da biblioteca pela atenção e cordialidade em especial a Patrícia que se tornou uma grande amiga.

A todos as pessoas que direta ou indiretamente contribuíram para que este sonho se torna-se realidade. Estou infinitamente agradecida.

**“Onde há uma empresa de sucesso, alguém
tomou alguma vez uma decisão valente.”**

Peter Drucker

RESUMO

BORTOLUZI, Morgana. **Estudo de viabilidade econômica para a implantação de um hotel fazenda no município de Bom Jardim da Serra/SC**. 2015. Orientador: Fabrício Machado Miguel. Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis. Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, Criciúma – SC.

O presente trabalho vai aduzir a criação de um plano de negócio para saber a nortear o empreendedor. Para saber o público alvo foi feita uma pesquisa e com os instrumentos de gestão foi criado um planejamento para construção do empreendimento. A pesquisa foi feita de forma descritiva, qualitativa com análise bibliográfica e levantamento de dados. E tem como questão problema: qual a viabilidade de instalação de um hotel fazenda no município de Bom Jardim da Serra/SC? A responder essa pergunta os indicadores de viabilidade demonstraram que o retorno do investimento (*payback*) pode chegar a aproximadamente 5 anos. Esse estudo servirá para nortear o empreendedor que queira montar um serviço de hospedagem rural sustentável e também que queira ser pioneiro no turismo educativo nessa região.

Palavras-chave: Plano de negócio. Hotel fazenda. Turismo

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Taxas de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos - Brasil – 2015	16
Figura 2 - Plano de negócio	17
Figura 3 - Fórmula do método <i>Payback</i>	21
Figura 4 - Fórmula da taxa interna de retorno	22
Figura 5 – Fórmula do índice de lucratividade.....	23
Figura 6 - Fórmula do ponto de equilíbrio.....	24
Figura 7 - Localização do hotel fazenda.....	29

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - participação societária.....	28
Quadro 2 - Análise das Forças, Fraquezas , Oportunidades e Ameaças (FFOA) do Hotel Fazenda.....	30
Quadro 3 - produto, preço, praça e promoção do Hotel Fazenda Venezia	32
Quadro 4 - Investimentos iniciais.....	33
Quadro 5 - Fontes e uso de aplicações.....	34
Quadro 6 - Depreciação	35
Quadro 7 - Custo de Pessoal	36
Quadro 8 - Encargos sobre o salário.....	36
Quadro 9 - Despesas e Custos Fixos do 1º ano	37
Quadro 10 – Previsão de vendas no 1º ano.....	38
Quadro 11 – Previsão de vendas	39
Quadro 12 – Custos variáveis no 1º ano	40
Quadro 13 - Os custos e despesas variáveis nos 5 primeiros anos	41
Quadro 14 - Fluxo de caixa	42
Quadro 15 - Demonstrativo do Resultado	43
Quadro 16 - Balanço Patrimonial	44
Quadro 17 – Base de cálculos para as análise	45
Quadro 18 – Cálculo das análises.....	46
Quadro 19 - Resultado dos indicadores de viabilidade	46

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

DFC	Demonstração dos Fluxos de Caixa
DR	Demonstrativo do Resultado
FFOA	Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças
FOHB	Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
PE	Ponto de equilíbrio
SC	Santa Catarina
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 TEMA, QUESTÃO DE PESQUISA E PROBLEMA.....	12
1.2 OBJETIVOS DE PESQUISA	13
1.3 JUSTIFICATIVA	13
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.2 EMPREENDEDORISMO.....	15
2.3 PLANO DE NEGÓCIO	16
2.3.1.1 Missão da empresa	18
2.3.1.2 Visão da empresa.....	18
2.3.1.3 Valores da empresa	19
2.3.2 Plano Financeiro	19
2.3.2.1 Balanço Patrimonial.....	19
2.3.2.2 Demonstrativo de Resultado	20
2.3.2.3 Demonstração do fluxo de caixa	20
2.3.2.4 Método <i>Payback</i> (recuperação).....	21
2.3.2.5 Capital de giro	21
2.3.2.6 Taxa Interna de Retorno (TIR).....	22
2.3.2.7 Índice de Lucratividade.....	23
2.3.2.8 Ponto de equilíbrio (PE)	23
2.3.3 Plano de <i>marketing</i> (mercado)	24
3 METODOLOGIA	25
3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO.....	25
3.2 PROCEDIMENTOS PARA COLETA E ANÁLISE DOS DADOS.....	26
4 ANÁLISE DOS DADOS	27
4.1 SUMÁRIO EXECUTIVO	27
4.2 O NEGÓCIO.....	27
4.3 PARTICIPAÇÃO SOCIETÁRIA	27
4.4 4 Regime de tributação	28
4.5 PRODUTO, SERVIÇOS E TECNOLOGIAS	28
4.6 LOCALIZAÇÃO	29
4.7 PLANO ESTRATÉGICO.....	29
4.8 ANÁLISE DO NEGÓCIO.....	30

4.9 PLANO FINANCEIRO	32
4.9.1 Investimentos iniciais	33
4.9.2 Fontes e uso de aplicações	34
4.9.3 Cálculo da depreciação	35
4.9.4 Quadro de pessoal	35
4.9.5 Despesa e Custos fixos	37
4.9.6 Previsão de vendas	38
4.9.7 Custos e despesas variáveis.....	40
4.9.8 Fluxo de caixa e a DFC (Demonstração dos Fluxos de Caixa).....	41
4.9.9 Demonstrativo do Resultado (DR)	42
4.9.10 Balanço Patrimonial	44
4.9.11 Indicadores de Viabilidade	45
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
REFERÊNCIAS.....	48
ANEXO.....	51
ANEXO A – RESPOSTA DA PESQUISA DE VIABILIDADE ECONÔMICA-FINANCEIRA.....	13

1 INTRODUÇÃO

Neste capítulo apresenta-se o tema, problema, questão dessa pesquisa. Estando a esclarecer questões sobre a elaboração de um plano de negócio. Logo, apresentam-se os objetivos e a justificativa da pesquisa.

1.1 TEMA, QUESTÃO DE PESQUISA E PROBLEMA

O Brasil, assim como outros países atualmente passa por uma crise econômico - financeira e com isso muitos dos trabalhadores brasileiros estão perdendo seus empregos. Por este e outros motivos, esses desempregados não conseguem recolocação no mercado de trabalho e logo acabam se tornando empreendedores, assim contribuem para elevação quanto à abertura de empresas no país.

No ano de 2015, 52 milhões de brasileiros começaram o próprio negócio, estão em desenvolvimento ou atuam na conservação de um empreendimento já existente. Esses empresários possuem idade entre 18 a 64 anos (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR,2015)

Alguns motivos levaram a abertura de novas empresas e seu desenvolvimento no ano 2015. Em análise, os empreendedores por necessidades, ou seja, aqueles que não têm outra forma de empregabilidade a não ser ter um negócio, ganharam destaque com um crescimento de 23% em relação àqueles que estão na categoria dos nascente.

Com a economia em ascensão, um dos maiores crescimentos foi no setor de serviços, sendo que destes, o setor de hotelaria obteve um crescimento considerável, devido ao aumento do poder aquisitivos dos brasileiros.

Ademais, com o dólar em alta o Brasil está como o principal destino dos estrangeiros e também dos brasileiros, que por sua vez ficou caro para viajar para fora do país e buscaram nos Estados brasileiros lugares caseiros com preços baixos. As pesquisas apontarem que as diárias tiveram um aumento de 2,9% em 2014 sendo que a inflação nesse período foi de 5,9% um aumento pouco significativo (FÓRUM DE OPERADORES HOTELEIROS NO BRASIL, 2015).

A necessidade de implantar rapidamente um empreendimento faz com que os proprietários não se importem com questões fundamentais da empresa e

acabam deparando com empecilhos do negócio somente ao decorrer da abertura, sem saber como lidar com essas situações, ocorrendo a falta de seguimento antes dos primeiros 3 (três) anos de empresa. Assim quando houver a precisão ou a criação de um negócio, deve-se criar um plano de negócio.

O plano será um mapa norteador para o empresário determinando fatores essenciais para que os proprietários tomem as decisões, reflexões cabíveis desde a abertura até para a manutenção do negócio. A elaboração de um excelente plano resultará no sucesso do empreendimento. Considerando esta problematização, esta pesquisa se propõe a responder à seguinte questão: Qual a viabilidade de instalação de um hotel fazenda no município de Bom Jardim da Serra/SC?

1.2 OBJETIVOS DE PESQUISA

O objetivo geral da pesquisa consiste em analisar a viabilidade de instalação de um hotel fazenda no município de Bom Jardim da Serra/SC. Para alcançar-se o objetivo geral, necessita-se dos seguintes objetivos específicos:

- a) Aplicar uma pesquisa junto aos visitantes do município analisado;
- b) Desenvolver um plano de negócio;
- c) Apresentar os indicadores financeiros.

1.3 JUSTIFICATIVA

O trabalho justifica-se diante da necessidade dos empreendedores conhecerem o desenvolvimento didático do plano de negócio, fazendo com que os mesmos conheçam essa ferramenta de gestão dos negócios e fazendo com que a empresa tenha uma boa saúde financeira, desenvolvendo emprego e renda na localidade da qual está instalada.

As contribuições práticas são de grande valia aos empreendedores, pois por meio de planilhas e descrição de um negócio (hotel fazenda), demonstra-se de forma simplificada a construção do plano.

Do ponto de vista teórico será mais um trabalho a ser utilizado pela academia e pela comunidade em geral.

Analisando o potencial turístico dessa região, acredita-se que há carência de serviços hoteleiros e a criação do hotel fazenda estará auxiliando a vinda de turistas e potencializando a economia do município de Bom Jardim da Serra/SC. Este estudo será focado na importância de um plano de negócio para um empreendedor, esse modelo de gestão é utilizado pelos criadores do empreendimento, pois o plano é uma forma de coletar dados e informações para que o empresário não cometa equívocos ao abrir um negócio e também é um instrumento de gestão que minimiza riscos e auxilia na tomada de decisão.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo apresentam-se os assuntos pertinentes e norteadores para a criação de um plano de negócio. Nos tópicos a seguir o leitor poderá compreender o tema com maior facilidade e mais profundidade acerca do assunto.

2.2 EMPREENDEDORISMO

O empreendedor precisa dispor de tática para gerir o negócio e por meio de um plano de negócio serão definidas estratégias de curto e longo prazo e o caminho para o empresário tomar as decisões cabíveis.

As aspirações de uma empresa iniciam de uma análise, de impressão, da percepção, de capacidade, de novidade e crescimento na área cultural, social, de costume e dos gastos das pessoas. Quando a chance é descoberta com a razão ou pela intuição ou por a precisão de pendência negócios da atualidade ou de futuro que por sua vez estão desatendendo a população, determinam a criação da empresa. O surgimento do empreendimento virá de informação de tecnologia, de mercado de relação com as funções (BERNARDI, 2003).

Empreender é uma afinidade que juntamente com outras temáticas torna-se ampla, assim como o aumento e mudança das nações, ressaltando uma área de pesquisa com características multidisciplinar e complexa, todavia, ocasiona probabilidade de desenvolvimento relacionado com a economia, exemplificando, sobretudo para discutir as contestações impactantes da descrição econômica entre cada país (FONTENELE, 2010).

A visão sobre o que é o empreendedor, esse criador de negócio tem que possuir características de pessoas que dão resultado. São indivíduos que possuem liderança e motivação interior. São também pessoas que recolhessem e aceitam as diferenças no outro. O empreendedor tem que ter um olhar que diminui as circunstâncias perigosas e também deve ter entusiasmo pela criação e a novidade, inovar e criar para chegar aos objetivos. Aprimorar e atualizar o negócio para que possa confrontar o concorrente com maestria (DORNELAS; SPINELLI e ADAMS, 2014).

A figura a seguir evidenciará o crescimento dos empreendedores no início do negócio chamados nascentes, novos e os dados daqueles já estabelecidos no mercado.

Figura 1 – Taxas de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos - Brasil – 2015

Estágio	Brasil	
	2014	2015
Iniciais	17,2	21,0
Nascentes	3,7	6,7
Novos	13,8	14,9
Estabelecidos	17,5	18,9
Total de empreendedores	34,4	39,3

Fonte: (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2015)

A figura demonstra um crescimento nos estágios do empreendimento na fase inicial de 17,2% no ano de 2014 e de 21% no ano de 2015. Essas características de crescimento se deve aos fatores do momento que os indivíduos empreendedores estão passando.

2.3 PLANO DE NEGÓCIO

O plano de negócio é uma ferramenta essencial para um empreendedor, ressalta-se que o projeto precisa ficar compreendido de forma que, abordam-se procedimentos, jamais de modo a gerar uma mercadoria, significando a direção e não o fim do caminho. Ademais, o plano de negócio necessita de constante atualização, bem como pensar nas transformações da atmosfera empresarial que o empreendedor se encontra. A figura a seguir representa elementos para a construção de um plano de negócio (BIZZOTTO, 2008).

Figura 2 - Plano de negócio



Fonte: (BIZZOTTO,2008, p. 24)

A figura representa pontos essenciais para a criação do plano, ou seja, esse é o mínimo de informação que o empreendedor deve ter para iniciar o plano (BIZZOTTO, 2008).

O plano é a iniciação do negócio para criadores com potencialidade iniciarem as atividades e examinar os múltiplos contratempos do empreendimento. Esses contratempos podem estar na área tecnológica, comercial, da administração, da concorrência, da estratégia e das finanças (DORNELAS; SPINELLI e ADAMS, 2014).

2.3.1 Plano estratégico

O plano estratégico está inserido na empresa como um todo, ou seja, é um planejamento para todos os setores da empresa. Esse plano é direcionado para o longo prazo, indicando direções e instabilidades para o futuro que a empresa pode vir adotar ou passar (ANDRADE, 2012).

Com o Planejamento Estratégico, não se pretende adivinhar o futuro, mas sim traçar objetivos futuros viáveis e propor ações para alcançá-los. A questão não é saber o que acontecerá amanhã, mas sim o que fazer para evitar ser surpreendido com as incertezas do amanhã (MÜLLER,2014, p.12).

Dentro do planejamento estratégico existe a estratégia que é deliberada com a ação de gerenciar de desenvolver e conservar uma adaptação aceitável para alcançar os objetivos do empreendimento, como seu capital, as mudanças e também os ensejos desejados para o negócio (KOTLER, 1992).

2.3.1.1 Missão da empresa

A finalidade de uma missão é conquistar a essência da empresa, que está unido a sua visão e a de todos os colaboradores da empresa, a concentrar coragem para obter seus objetivos. É nela que a empresa apresenta o seu entendimento que esta propondo, podendo ser com dimensões grandes ou de forma sucinta e limitada, de forma sucinta ela estabelece em certo tempo um limite para alcançar as metas da empresa, como, atender o negócio, os concorrentes e sempre ter clareza a sua finalidade da parte operacional. E se tiver grandes dimensões suas intenções também serão extensas (SERRA; TORRES e TORRES, 2004).

A missão é conhecida como a razão de ser, o intuito essencial do negócio, ela tem que propagar a verdadeira causa pelo qual uma empresa existe. É na missão que deve ser identificado o negócio, portanto o empreendimento deve identificar as pessoas envolvidas e identificar para quem as benfeitorias oferecidas devem ser direcionadas (ANDRADE, 2012, p. 27).

2.3.1.2 Visão da empresa

Segundo Lobato et al, (2009), visão é o esclarecimento e o projeto para a empresa. O nome visão indica a atitude almejada pela companhia para estar notória a todos no amanhã distante, como se fosse uma aspiração, porém necessita de solidez na execução, possuir substância que sejam atrativas e positivas que cause efeito a todos dentro da corporação para alcançar os objetivos. Esse olhar tem que refletir de forma que seja um panorama e também podendo ser a expectativa que está superior ao escopo da organização.

A visão está representando um limite de tempo que precisa ser dividido e defendido pelos funcionários da companhia de forma unânime. Para determinar a visão, Lobato et al (2009) sugere pensar em perguntas, como:

- a) De que forma almejamos estar conhecidos no amanhã distante?

- b) Que empecilhos serão exposto aos funcionários?
- c) Qual desejo quer se escutar do grupo de interessados na organização?
- d) Como permanecemos operando com a clientela?
- e) Verificar as importantes chances nascentes?

“A visão é a aspiração que se projeta no futuro, aquele desejo lançado em um cenário ideal e que ainda não se realizou, mas que nutre o desejo de seus idealizadores, os quais direcionam as ações para a conquista efetiva” (CARVALHO JÚNIOR, 2011, p.69).

2.3.1.3 Valores da empresa

Essa temática aborda a forma como uma empresa zelar por uma política de valores morais, éticos para atender a satisfação dos clientes.

Os valores, são as origens, as crenças da organização que são compreendidos, bem como conceitos para seguir, todavia, muitas vezes falta a passividade e a realização. Mas mesmo que falte o cumprimento, existe nos valores a virtude nas mensagens que é uma forma de melhorar o planejamento e dirigir a organização com alguma confiança fundamental (LOBATO et al, 2009).

O autor ressalta que é essencial os valores, pois serão eles que identificam o valor da empresa e de seus funcionários.

2.3.2 Plano Financeiro

Esta temática vai se tratar de pontos financeiros para que o futuro empresário planeje seu capital de acordo com modelos fictícios, que auxiliarão no negócio, esses são, o balanço patrimonial, demonstrativo de resultado, fluxo de caixa, entre outros.

2.3.2.1 Balanço Patrimonial

O balanço patrimonial é um artefato por nobreza, para ele canalizado todo o saldo das operações da companhia e das transações financeiras futuras. A análise

de balanço constitui-se num processo de meditação sobre os demonstrativos contábeis, tendo como objetivo realizar uma avaliação da situação da empresa, em seus diversos aspectos como o operacional, econômico, patrimonial e financeiro, tendo como finalidade detectar os pontos fortes e fracos do processo operacional e financeiro da empresa, visando propor alternativas de curso futuro a serem tomadas e seguidas pelos gestores das empresas (PADOVEZE, 2009).

Esse demonstrativo contábil reflete a atitude do patrimônio de uma empresa, é a relação de seus ativos, passivos e patrimônio líquido em um período. Ressaltam-se que a empresa sendo grande ou pequena devem atender a lei do comércio “deve ter sua contabilidade atualizada, assim, antes de qualquer registro contábil a empresa precisa possuir o seu plano de contas que atenda às exigências mínimas de contas para que as informações geradas sejam úteis” e assegurar as decisões (SILVA e MARION, 2013, p. 34).

2.3.2.2 Demonstrativo de Resultado

O Demonstrativo do Resultado é um registro da contabilidade, com a função de tornar evidente a composição do saldo constituído num determinado período de operações da empresa. O Demonstrativo deve atender o princípio da competência, demonstrará a constituição do resultado, confrontando os custos e a despesa com as receitas. Essa demonstração, logo, é contábil que ressalta o saldo econômico, ou seja, o ganho ou o perda apurado pela corporação no desenvolver das funções durante um momento que na maioria das vezes é semelhante a doze meses (RIBEIRO, 2013).

A comprovação do resultado demonstrará qual foi o ganho ou perda de uma companhia em determinado tempo. Esse demonstrativo proporciona um saldo econômico, certificando todas as despesas e receitas verdadeiramente concretizadas no momento (SILVA, 2015).

2.3.2.3 Demonstração do fluxo de caixa

O demonstrativo de fluxo de caixa constitui de uma descrição que ressalta detalhada as transações acontecidas num determinado tempo e que geraram mudanças no resultado de caixa aplicações financeiras de curto tempo (equivalentes

de caixa). Consiste de um demonstrativo resumido dos acontecimentos da administração que abrangem os fluxos de cédulas acontecidos em um certo tempo, de forma correta os registros das contas débitos (entradas) e a contas créditos (saídas) do caixa, da conta bancos conta movimento e das contas que representam as aplicações de curto prazo (RIBEIRO, 2013).

O prognóstico do fluxo de Caixa tem a possibilidade de alcançar duas formas de retorno o do empreendimento ou do plano e também do acionista ou dono do negócio (CASAROTTO FILHO e KOPITTKKE, 2010).

2.3.2.4 Método *Payback* (recuperação)

De acordo com Brealey, Myers e Allen (2013), o tempo da reparação do plano de negócio se adquire computando a quantidade de um ciclo de doze meses e anos subsequentes que provirão os fluxos de caixa aglomerados consideráveis, equipararem –se com a quantidade de aquisições iniciais do plano.

Figura 3 - Fórmula do método *Payback*

$$\textit{Payback} = \frac{\text{Investimento}}{\text{Fluxo de Caixa}}$$

Fonte: (SOUZA, 2014, p. 150).

A avaliação pelo *payback*, ou seja, o tempo de readquirir o dinheiro do investimento, está sendo comentado nos livros específicos, sendo um processo simples que gera, qual período ocorrerá a volta do dinheiro de aquisições concretizada (FERREIRA; 2014).

2.3.2.5 Capital de giro

O capital de giro consiste em recursos que uma organização possui para financiar suas atividades, ou seja, quando os recebíveis não são suficientes para cumprir com suas obrigações as empresas se utilizam do capital de giro e nos casos em que possuem esta reserva são forçadas a captá-la por intermédio de instituições financeiras. Santos, Ferreira e Faria (2009, p. 7) afirmam que, “toda empresa precisa

buscar um nível satisfatório de capital de giro, de maneira a garantir a sustentação de sua atividade operacional”.

Capital de giro é utilizado subsidiar as operações da entidade, como por exemplo, financiamento de clientes, compra de estoques ou matéria prima, pagamento de despesas, dentre outras (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2016).

2.3.2.6 Taxa Interna de Retorno (TIR)

A taxa interna de retorno (TIR) é outro método bastante utilizado para analisar o retorno do empreendimento e que Valor Presente Líquido (VPL) é o valor da companhia atualmente, analisando as projeções de futuro dos fluxos de caixa (DORNELAS, 2011).

A TIR é o mais próximo que se pode chegar ao VPL sem ser realmente ao VPL. O raciocínio básico por trás do método da TIR é fornecer um único número resumido os méritos de um projeto. Esse número não depende da taxa predominante no mercado de capitais. É por isso que é chamada de taxa interna de retorno; o número é interno e intrínseco ao projeto e não depende de qualquer coisa, exceto dos fluxos de caixa do projeto (ROSS et al, 2015, p.142).

Figura 4 - Fórmula da taxa interna de retorno

$$0 = FC_0 + \frac{FC_1}{(1 + TIR)^1} + \frac{FC_2}{(1 + TIR)^2} + \frac{FC_3}{(1 + TIR)^3} + \dots + \frac{FC_n}{(1 + TIR)^n}$$

Fonte: (LOPES, 2015, p. 30)

Definição:

FC = fluxo de caixa do período

TIR = taxa interna de retorno (i)

n = prazo

Para explicar a figura 5 precisamos entender que o Valor Presente Líquido (VPL) é positivo e igual ($TIR > i$), denota que o projeto agrega valor. Bem como o Valor Presente Líquido está negativo ($VPL < i$), o negócio extingue valor. E

se o Valor Presente Líquido é 0 (zero) a ($TIR = i$), estamos em posição de indiferença para elaborar ou não o plano de negócio. (LOPES,2015)

2.3.2.7 Índice de Lucratividade

Representa a relação entre os valores presentes das entradas líquidas de caixa do investimento inicial, utilizando, a exemplo do valor presente líquido uma taxa mínima de atratividade (Souza, 2014 p.155).

Figura 5 – Fórmula do índice de lucratividade

$\text{Índice de lucratividade} = \frac{\text{Valor Presente dos fluxos de caixa}}{\text{Investimento Inicial}}$
--

Fonte: (Souza, 2014, p.155)

De acordo com ROSS *et al.* (2015, p.154), “outro método utilizado para avaliar projetos é o chamado índice de lucratividade. Ele é o quociente do valor presente dos fluxos de caixa futuros esperados após o investimento inicial dividido pela quantia do investimento inicial.” Este índice demonstra se a empresa consegue pagar suas obrigações para com fornecedores, funcionários, entre outros e ainda gerar lucro.

“Uma boa forma de analisar se a lucratividade do seu negócio está em bom estado é compará-la com a lucratividade média apresentada pelo setor no mercado” (ENDEAVOR BRASIL, 2015).

2.3.2.8 Ponto de equilíbrio (PE)

O PE mostra o valor de vendas em que o negócio atua sem ganho ou perda. Seria, o número de unidades comercializadas no ponto de equilíbrio que é aceitável para a companhia conseguir fazer o pagamento de seus custos fixos e variáveis, sem produzir ganho (WERNKE, 2004).

“O ponto de equilíbrio é representado pela quantidade mínima de produção para que a empresa não tenha prejuízo. Pode ser calculado em quantidade e em unidade monetária” (FERREIRA, 2007, p.310).

Figura 6 - Fórmula do ponto de equilíbrio

<p>PE = $\frac{\text{Custo Fixo Total}}{\text{Índice da Margem de Contribuição (*)}}$</p> <p>(*) Observação</p> <p style="text-align: center;">Margem de Contribuição</p> <p>Índice da Margem de Contribuição = $\frac{\text{Receita Total} - \text{Custo Variável Total}}{\text{Receita Total}}$</p>

Fonte: (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2016, p. 99).

2.3.3 Plano de *marketing* (mercado)

Este tópico abordará táticas a serem usadas na conquista da clientela. Esse plano está fundamentado com variáveis informações. Contudo, o *marketing* consiste em uma ferramenta do administrador para alavancar os negócios.

Existem 7 (sete) principais atividades de *marketing* que permitem a excelência na comercialização, segue: antecipar mudanças no mercado; adaptação de marketing estratégico para se manter competitiva; alinhamento dos processos internos, estruturas, e as pessoas em torno desta estratégia; motivar e inspirar as pessoas para desenvolver essa estratégia; assegurar que a estratégia é responsável; captação de recursos chave para a empresa e desenvolver e alavancar esses recursos de *marketing*.(MOORMAN e DAY, 2016, p.30 tradução nossa).

3 METODOLOGIA

Nesse tópico será descrito o enquadramento metodológico e subsequente o processo usado para a coleta e análise dos dados da pesquisa. Afim de esclarecer e analisar os objetivos específicos.

3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

Quanto aos objetivos a pesquisa é descritiva. Pesquisa descritiva apresenta como alvo de início a definição dos atributos de algumas pessoas ou fato a consignação de afinidades entre alternativas. Um atributo importante na pesquisa descritiva é fazer uso de um conjunto de processos que seja padrão para a arrecadar informações, exemplificando elaborar uma série de questões ou perguntas e também observar de forma sistemática (GIL, 2002)

Quanto as estratégias a pesquisa é bibliográfica e com levantamento de dados. Segundo Andrade (2005), levantar dados é arrecadar números, informações ,pois, precisa preparar algum projeto onde aponte questões do estudo e expor pontos e selecionar os prováveis pessoas para a entrevista, esses também irão responder as perguntas pertinentes a pesquisa. O jeito de aplicar os questionamentos necessitará de definição e planejamento. O passo a passo de coletarem as informações precisam ser esboçadas, com o propósito de viabilizar a propagação do estudo e garantir uma trajetória para cumprir as diligências. O questionário terá perguntas pertinentes ao público que irá frequentar o empreendimento.

Pesquisa bibliográfica é toda forma que desenvolve o estudo por meio de elementos já escritos que tragam o princípio do tema, esses são obras literária, temas publicados em revistas científicas, entre outros, sendo que sejam impressos, esses disponham de benefícios, como garantir vasta bibliografias que o autor da pesquisa jamais iria adquirir sozinho, contudo tem que tomar atenções ao referenciar essas obras que terão que atender seguridade (ALVES, 2007).

Quanto a abordagem ao problema, a pesquisa é qualitativa, pois, segundo Günther (2006) terá as característica no geral do estudo o procedimento de juntar dados, comentários dos resultados e a generalização.

3.2 PROCEDIMENTOS PARA COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

A pesquisa tem por objetivo identificar o perfil dos consumidores de hospedagem na serra catarinense, bem como, seus hábitos e preferências de consumo destas hospedagens. Foi aplicado para os turistas que estavam no mirante que está situado na cidade vizinha Lauro Müller/ SC, localizado em cima da serra geral o local é estratégico devido a paisagem, a grande circulação de turistas nacionais e internacionais.

Para obter as informações do perfil dos clientes para atender no hotel fazenda, constituiu-se um aglomerado de informações que resumidamente foi passado para o questionário. Obteve-se 18 perguntas, sendo 3 perguntas abertas e 15 fechadas, destas 1 não havia obrigatoriedade, pois se trata da renda da família. A pesquisa na primeira etapa teve perguntas relacionadas com o perfil do entrevistado identificando o sexo, a idade, estado civil, residência, escolaridade, atividade ou profissão, e renda familiar mensal.

A pesquisa foi aplicada nos dias 14 de agosto de 2016 (domingo), e 10 de setembro de 2016 (sábado). As datas da pesquisa foram estratégicas, pois eram finais de semana, sendo que o turismo aumenta nesse período. Atingiu-se um público de 87 pessoas entrevistadas sendo esses de diversas localidades do Estado de Santa Catarina do Brasil e do mundo.

As respostas serviram para o preenchimento de uma planilha de orçamento que será apresentada como demonstrativos contábeis e o retorno dos entrevistados serviu também para estruturar e direcionar serviços que diferenciam de outras hospedagem já existente.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo estará a execução o do plano de negócio do Hotel Fazenda Venezia.

4.1 SUMÁRIO EXECUTIVO

O Hotel Fazenda Venezia terá um diferencial no seu serviço em relação a outros hotéis, ou seja, ele irá atender animais domésticos e desenvolver o turismo de forma educativa. Seu ambiente será sustentável, devido a criação do negócio trará ao município nova fonte de recurso e criará emprego a pessoas. As tecnologias foram pensadas para diminuir o impacto ambiental produzido por um negócio.

Esse negócio tem como objetivo ser o pioneiro na região de Bom Jardim da Serra a trazer um estabelecimento que vai abrir durante a semana para atender escolas que queiram mostrar aos estudantes um pouco mais sobre a vida rural, de onde vêm os alimentos e como são manuseados.

4.2 O NEGÓCIO

O hotel fazenda, tem sua projeção de construção no ano de 2017 na comunidade de Altos da Boa Vista no município de Bom Jardim da Serra no Estado de Santa Catarina. Com aproximadamente 3 hectares de terras ou 30.000 metros quadrados, separado em uma área de reserva ambiental, área para plantio e área para a hospedagem e manejo de animais.

4.3 PARTICIPAÇÃO SOCIETÁRIA

O Hotel Fazenda Venezia será constituído por duas sócias, cada uma com 50% de participação.

Quadro 1 - participação societária

Sociedade	Capital Social (R\$)	Participação (%)
Morgana Bortoluzzi	520.000,00	50
Cássia Borges	520.000,00	50
Total	1.040.000,00	100

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

4.4 4 Regime de tributação

A empresa terá o regime de tributação por meio do simples nacional, pois é o mais viável no início dos serviços de hospedagem. O contador é responsável pela verificação e auxílio na escolha do regime de tributação.

4.5 PRODUTO, SERVIÇOS E TECNOLOGIAS

O empreendimento almeja ser a primeira hospedagem no município de Bom Jardim com a proposta de ser a mais sustentável, que vai agradar e atender a necessidades da clientela.

Produtos oferecidos são: áreas de descanso e alimentação com espaço arejado para pessoas e animais doméstico, estacionamento coberto, segurança 24 horas, apetrechos nos quartos (secador de cabelo, ferro elétrico).

Os serviços oferecidos serão: arborismo, passeio de trator, passeio a cavalo, monitor para acompanhar nas atividades, restaurante com ambiente climatizado, com horário de atendimento das 7:30 h as 21h (disponibilizamos horário especial para eventos), programas de agências de viagens e serviço de quarto.

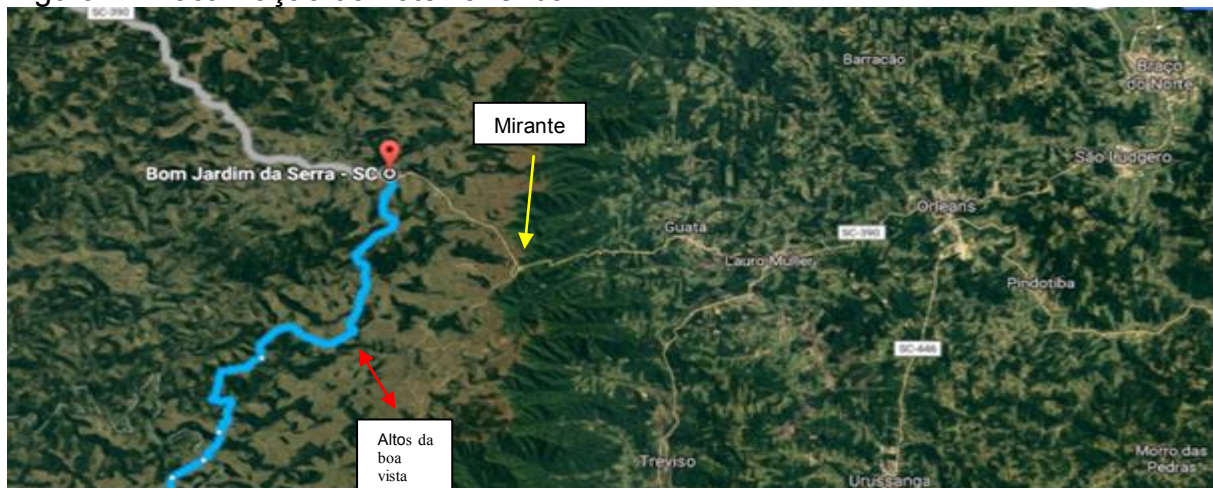
Tecnologias utilizadas são: estrutura de aquecimento térmico para dias frios, paredes com isolamento acústico, captação e tratamento da água da chuva, tratamento da fossa séptica, equipamento para eliminar o mofo do ambiente, estrutura para pessoas idosas e pessoas com limitações físicas, computador com internet banda larga Wireless disponível e máquinas de cartão.

Como grande diferencial do negócio vai ser ofertado espaço para visitação e ensino voltado ao turismo rural educativo para crianças.

4.6 LOCALIZAÇÃO

A localização é importante para o empreendimento, o fácil acesso ao local e a estrutura da estrada e a paisagem são fatores que o Hotel Fazenda Venezia vai aderir. Na sequência estará a figura representativa da estrada que leva a comunidade de Altos da Boa Vista.

Figura 7 - Localização do hotel fazenda



Fonte: GOOGLE MAPS (2016)

4.7 PLANO ESTRATÉGICO

Essa parte do plano é de suma importância, as o planejamento juntamente com as estratégias formam um conjunto de informações para tomada de decisões.

Missão da empresa: Atender todos igualmente.

Visão da empresa: Quer que em 2025 seja o hotel fazenda seja o mais visitado na Serra Catarinense, por se destacar no mercado com seu conceito de hospedagem sustentável e com o turismo rural educativo.

Valores da empresa:

- ❖ Honestidade
- ❖ Cordialidade
- ❖ Proatividade

❖ Sustentabilidade

4.8 ANÁLISE DO NEGÓCIO

O turismo que o Brasil recebe, ficou definido com a entrada de 5,2 milhões de turistas do exterior no ano 2010 (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2012). O estado de Santa Catarina como é destino de muitos turistas por causa das praias e serra da ênfase para o mercado hoteleiro.

O negócio proposto é voltado para turismo nas montanhas com a construção de um hotel fazenda e turismo rural. Esse tipo de turismo é considerado uma opção um tanto fora dos padrões que aumentam a economia nas propriedades rurais, considera-se o lazer acompanhado do empreendedorismo. É o turismo entrando no mercado, ligado pelas moradias e as tarefas agrícolas com hospedagem de elevada categoria e afazeres típicos de propriedade no interior (DIEGUEZ CASTRILLON et al., 2012).

Quadro 2 - Análise das Forças, Fraquezas , Oportunidades e Ameaças (FFOA) do Hotel Fazenda (continua)

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> • Sócias especializadas na área administrativa, contábil e jurídica; • Experiência em hospedagem; • Variedade de Produto e Serviços; • Pesquisa de mercado; • Excelência no atendimento e serviços oferecidos; • Funcionários preparados; • Capacidade de investimento; • Paisagens naturais; • Muitos rios, quedas d'guas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pouca opção de entretenimento na região da serra; • Pouco convênio com escolas e empresas; • Deficiência de um retorno (<i>feedback</i>) com a clientela; • Pouca divulgação na internet;

(conclusão)

Oportunidade	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Crescimento do turismo rural na região; • Região da serra que pode ocorrer a neve. • Cidade com visitação de pessoas de 180 países. 	<ul style="list-style-type: none"> • Concorrência nesse seguimento de hospedagem rural; • Catástrofes naturais; • Falta de incentivo da parte de Governo. • Regime de tributação insustentável. • Desaceleração no consumo desse serviço.

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

O *marketing* da empresa foi desenvolvido para garantir que os frequentadores fiéis continuem conosco e está ligado diretamente a conquista de novos clientes, assim proporcionando o crescimento da nossa hospedagem. O empreendimento não está localizado no centro da cidade, porém como está projetado para um espaço aconchegante e bem estruturado, as pessoas acabam se deslocando de outros locais para estarem desfrutando dos serviços.

Haverá uma verba mensal para a divulgação e propaganda do Hotel Fazenda Venezia para atingir várias pessoas de todos os lugares do país e do mundo. O marketing será realizado através de sites no *Google*, páginas em redes sociais como links de visualização, *facebook*, *whatsapp*, entre outros, que servirão para enviar promoções e recebermos sugestões, elogios e críticas em geral.

A utilização dos campos que conectam as pessoas, como a internet facilitam a comunicação e divulgação do negócio muito rapidamente. O investimento em propaganda é uma grande estratégia para chegar-se aos consumidores e para consolidar o negócio no mercado.

Quadro 3 - produto, preço, praça e promoção do Hotel Fazenda Venezia

Variável	Atributos	Estratégias
Produto	<ul style="list-style-type: none"> • Variedade de produtos e serviços • Política de Garantia • Qualidade 	O hotel fazenda adotara a estratégia de tratamento diferenciado, pois terá uma grande variedade de produtos e serviços.
Preço	<ul style="list-style-type: none"> • Descontos • Formas de pagamento • Na média do mercado 	Os clientes que deixarem marcado hospedagem ou eventos terão desconto.
Praça (Ponto de Venda)	<ul style="list-style-type: none"> • Vias de fácil acesso • Atender público do Estado, do país e do mundo. • Público alvo. 	O hotel fazenda terá seu local de fácil acesso.
Promoção	<ul style="list-style-type: none"> • Propaganda • Publicidade • Promoções • Internet 	O negócio contara com uma divulgação especifica para o seu consumidor.

Fonte: Elaborado pela autora.

Os 4ps (produto, preço, praça e promoção), são indispensáveis para desenvolver o produto e serviço para a clientela. O produto é a manifestação de quais são os assuntos que usaremos para persuadir a clientela a adquirirem nossas mercadorias e serviços. A tática de preços constitui de uma habilidade a ser adotada pela companhia, abrangendo os descontos, entre outros. Ao falar de praça significa relacionar a acessibilidade do produto, consisti em, deixar o produto disponível no espaço adequado, ter um número apropriado, para os cidadãos que o anseiam comprarem. A promoção consiste em variáveis formas, assim descreve que a internet é uma meio de comunicação que está 24 horas disponível e o valor a pagar se iguala, de forma livre a atender todo espaço e pessoas, possibilitando solidez, relação direta, troca com o cliente e agilidade de atuar no produto em promoção (BIZZOTTO, 2008).

4.9 PLANO FINANCEIRO

No planejamento financeiro apresenta-se os valores relativos aos investimentos necessários para o desenvolvimento do negócio. Apresentam-se

também as projeções de faturamento, despesas fixas e variáveis, fluxo de caixa, demonstrativo de resultado e os indicadores financeiros e econômicos do negócio.

4.9.1 Investimentos iniciais

Aqui foram colocados todos os possíveis investimentos do negócio como: as máquinas e equipamentos, construção civil, dentre outros.

Quadro 4 - Investimentos iniciais

(continua)

Descrição	Quant.	Valor Unitário	Valor Total
Maquinas e Equipamentos (inclusive instalação)			161.800,00
Unidades Habitacionais	1	6.000,00	6.000,00
Sistema de Calefação	1	35.000,00	35.000,00
Refeitório	1	25.000,00	25.000,00
Cozinha	1	50.000,00	50.000,00
Area administrativa	1	5.000,00	5.000,00
Area de descanso	1	2.500,00	2.500,00
Bar	1	10.000,00	10.000,00
Sala de jogos	1	5.000,00	5.000,00
Recepção	1	800,00	800,00
Alojamento de animais domésticos area interna	1	4.000,00	4.000,00
Lavanderia	1	8.000,00	8.000,00
Cortador de grama	1	300,00	300,00
Aparador de grama	1	200,00	200,00
Animais da fazenda	1	10.000,00	10.000,00
Veículos			30.000,00
Carro popular	1	30.000,00	30.000,00
Equipamentos de Informática e de Comunicação			5.480,00
Máquina de cartao de crédito e débito	1	600,00	600,00
Telefone com fio	4	30,00	120,00
Telefone sem fio	2	130,00	260,00
Computadores	3	1.500,00	4.500,00
Software			1.000,00
Contabilidade e gestão	1	1.000,00	1.000,00
Móveis e Utensílios			122.950,00
Extintores de incêndio	5	190,00	950,00
Cama, mesa e banho	1	10.000,00	10.000,00
Eletrodomésticos	1	50.000,00	50.000,00
Eletroeletrônicos	1	2.000,00	2.000,00
Móveis	1	60.000,00	60.000,00
Instalações - Obras e Reformas			55.800,00
Cercas de metal	1	5.000,00	5.000,00
Cercas de madeira	1	4.500,00	4.500,00
Arborismo	1	10.000,00	10.000,00
Paredes Acústicas	1	10.000,00	10.000,00
Placas de energia solar com gerador	1	25.000,00	25.000,00
Internet	1	700,00	700,00
TV por assinatura	1	600,00	600,00
Construção Civil			630.000,00
Estrutura Domiciliar	1	600.000,00	600.000,00
Estrutura Curral e manejo de animais	1	30.000,00	30.000,00
Sub Total			1.007.030,00

(conclusão)

Capital de Giro		29.000,00
Estoques Iniciais		6.000,00
Custos Fixos		23.000,00
Reserva de Capital		-
Treinamento Inicial		-
Despesas Pré Operacionais		3.000,00
Despesas Emergenciais		3.000,00
Total Investimentos		1.039.030,00

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Os investimentos serão os ativos do hotel fazenda. Foi feita uma pesquisa de mercado dos itens descritos no quadro 4. No item estoques iniciais é uma previsão para os gastos com a alimentos para hospedes e para os animais. O total de investimentos foi de R\$ 1.039.030,00 no início do negócio, porém a necessidade de um negócio nessa modelagem demanda um investimento alto. A parte da construção civil precisará de reformas na estrutura o sistema de canalização deve ser trocado por aço para dias frios, pois se utilizar canos de plásticos podem rachar. A estrutura de isolamento acústico demanda uma reforma no ambiente e o custo é alto.

4.9.2 Fontes e uso de aplicações

Os recursos serão totalmente das sócias rateados em partes iguais.

Quadro 5 - Fontes e uso de aplicações

Descrição dos Itens	Valor	%
FONTES		
Recursos Próprios	1.039.030,00	100%
Recursos de Terceiros - Banco	-	0%
Total da Fontes	1.039.030,00	100%
USOS		
Construção Civil		0,00
Maquinas e Equipamentos	161.800,00	39,56
Veiculos	30.000,00	7,33
Equipamentos Infomática/Comunicação	5.480,00	1,34
Software	1.000,00	0,24
Móveis e Utensilios	122.950,00	30,06
Instalações - Obras e Reformas	55.800,00	13,64
Terrenos		0,00
Sub Total	377.030,00	92,18
Capital de Giro + Despesas Pre-operacionais	32.000,00	7,82
Total dos Usos	409.030,00	100,00

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

4.9.3 Cálculo da depreciação

O cálculo da depreciação para esse negócio vai demonstrar o custo de vida do bem tangível adquirido na empresa. Esse bem é depreciado mensalmente, e anualmente

Quadro 6 - Depreciação

Quadro de Depreciação				
Descrição dos Itens	% (a a)	Valor Invest.	Depr. Mensal	Depr. Anual
Construção Cíveis	4	0,00	0,00	-
Maquinas e Equipamentos	10	161.800,00	1.348,33	16.180,00
Veículos	20	30.000,00	500,00	6.000,00
Equipamentos Infomática/Comunicação	20	5.480,00	91,33	1.096,00
Software	20	1.000,00	16,67	200,00
Móveis e Utensílios	10	122.950,00	1.024,58	12.295,00
Instalações - Obras e Reformas	4	55.800,00	186,00	2.232,00
Terrenos	0	0,00	0,00	-
Total		377.030,00	3.166,92	38.003,00

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

4.9.4 Quadro de pessoal

O empreendimento terá as duas sócias trabalhando na parte administrativa e gerência sem terem um salário. Uma cozinheira que ficará responsável pela alimentação, uma arrumadeira que será responsável pela organização interior da hospedagem, um zelador que vai trabalhar na área interna e externa que ficará a serviços da área de recreação e supervisão dos animais. Os funcionários ganharam inicialmente um salário bruto de (R\$ 1.300,00). Foram projetados encargos sobre rescisão para que o empresário esteja preparado com a possível saída de funcionário. Caso a demanda de serviços aumente poderá ser contratado mais pessoal.

Quadro 7 - Custo de Pessoal

Mês	Folha Pgto (Base)	% efetivo no 1º ano	Ano				
			1	2	3	4	5
<i>% Variação Salarial</i>	--	--	-	6,0%	5,0%	5,0%	5,0%
<i>% Variação Numero Pessoal</i>	--	--	-	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Janeiro	3.900	100%	3.900	4.134	4.341	4.558	4.786
Fevereiro	3.900	100%	3.900	4.134	4.341	4.558	4.786
Março	3.900	100%	3.900	4.134	4.341	4.558	4.786
Abril	3.900	100%	3.900	4.134	4.341	4.558	4.786
Mai	3.900	100%	3.900	4.134	4.341	4.558	4.786
Junho	3.900	100%	3.900	4.134	4.341	4.558	4.786
Julho	3.900	100%	3.900	4.134	4.341	4.558	4.786
Agosto	3.900	100%	3.900	4.134	4.341	4.558	4.786
Setembro	3.900	100%	3.900	4.134	4.341	4.558	4.786
Outubro	3.900	100%	3.900	4.134	4.341	4.558	4.786
Novembro	3.900	100%	3.900	4.134	4.341	4.558	4.786
Dezembro	3.900	100%	3.900	4.134	4.341	4.558	4.786
Total Salários	46.800	100%	46.800	49.608	52.088	54.693	57.427

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

A variação salarial teve um aumento nos anos subsequentes devido a inflação e reajustes salariais das categorias.

Quadro 8 - Encargos sobre o salário

Encargos s/ Salários							
1. INSS + Terceiros	-		-	-	-	-	-
2. SAT-Seg. Acid. Trabalho	-		-	-	-	-	-
3. FGTS	3.744		3.744	3.969	4.167	4.375	4.594
4. Férias	5.198		5.198	5.510	5.785	6.075	6.378
4.1. INSS+FGTS s/ Férias	416		416	441	463	486	510
5. Décimo Terceiro Salário	3.898		3.898	4.132	4.339	4.556	4.784
5.1. INSS+FGTS s/ 13º Salário	312		312	331	347	364	383
6. Multa FGTS - Provisão Rescisão	1.872		1.872	1.984	2.084	2.188	2.297
7. PLR	-		-	-	-	-	-
Total Encargos	15.440		15.440	16.366	17.185	18.044	18.946
Total Custo de Pessoal	62.240		62.240	65.974	69.273	72.737	76.374

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

A projeção com pessoal do empreendimento no primeiro ano será de R\$ 62.240,00, este valor é devido os encargos trabalhistas tributários que juntos totalizam R\$ 15.440,00. O quadro do pessoal é fundamental nesse empreendimento, os serviços devem ser contratados por profissionais da comunidade ou da cidade de Bom Jardim da Serra, para que diminui o tempo de viagem entre o estabelecimento e a casa do funcionário.

4.9.5 Despesa e Custos fixos

Os custos fixos e despesas fixas serão os elementos que não passaram por mudanças no valor quando aumenta ou diminui a venda dos produtos e serviços.

Quadro 9 - Despesas e Custos Fixos do 1º ano

Descrição	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6
Salários	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00
Encargos salariais	1.286,67	1.286,67	1.286,67	1.286,67	1.286,67	1.286,67
Depreciações	3.166,92	3.166,92	3.166,92	3.166,92	3.166,92	3.166,92
Assinaturas	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Combustível	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Energia Elétrica	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Honorários contábeis	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
Internet	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Manutenção equipamentos	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Manutenção móveis/utensílios	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Material de escritório	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Material de Limpeza/conservação	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Seguros	4.000,00					
Taxas e Impostos (Lixo, Iptu, Ipva, ect.)	4.000,00					
Telefone	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Aluguel	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00
Total	26.113,59	18.113,59	18.113,59	18.113,59	18.113,59	18.113,59

Descrição	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
Salários	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00
Encargos salariais	1.286,67	1.286,67	1.286,67	1.286,67	1.286,67	1.286,67
Depreciações	3.166,92	3.166,92	3.166,92	3.166,92	3.166,92	3.166,92
Assinaturas	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Combustível	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Energia Elétrica	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Honorários contábeis	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
Internet	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Manutenção equipamentos	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Manutenção móveis/utensílios	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Material de escritório	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Material de Limpeza/conservação	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Seguros						
Taxas e Impostos (Lixo, Iptu, Ipva, ect.)						
Telefone	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Aluguel	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00
Total	18.113,59	18.113,59	18.113,59	18.113,59	18.113,59	18.113,59

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Os custos e despesas fixas foram projetadas com os componentes essenciais para um hotel fazenda, esses valores nortearam as sócias para não haver gastos desnecessários ocorridos no decorrer do tempo.

4.9.6 Previsão de vendas

Os quadros seguintes demonstraram como se comportará as vendas do estabelecimento. O hotel disponibilizará 3 quartos para o apartamento *Stander*, sendo que os quartos serão composto de cama de casal. Também terá 3 quartos para o apartamentos *Master* que será composto de cama de casal e uma cama de solteiro e 3 quartos para o apartamento *Luxo*, que terá somente cama de casais. Café da manhã será incluso, já o almoço e café da tarde no começo será cobrado e oferecido apenas para os hospedes como opção, porém a região têm restaurante na qual esses hospedes podem optar.

Quadro 10 – Previsão de vendas no 1º ano.

(continua)

Produto/Serviço	Mês 1			Mês 2			Mês 3			Mês 4		
	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total
Apartamento Stander	7	200,00	1.400	7	200,00	1.400	7	200,00	1.400	7	200,00	1.400
Apartamento Master	7	300,00	2.100	7	300,00	2.100	7	300,00	2.100	7	300,00	2.100
Apartamento Luxo	7	400,00	2.800	7	400,00	2.800	7	400,00	2.800	7	400,00	2.800
Pacote turismo educativo	3	600,00	1.800	3	600,00	1.800	3	600,00	1.800	3	600,00	1.800
Almoço	30	45,00	1.350	30	45,00	1.350	30	45,00	1.350	30	45,00	1.350
Café da tarde	30	20,00	600	30	20,00	600	30	20,00	600	30	20,00	600
Total Vendas			10.050			10.050			10.050			10.050
Produto/Serviço	Mês 5			Mês 6			Mês 7			Mês 8		
	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total
Apartamento Stander	7	200,00	1.400	10	300,00	3.000	10	300,00	3.000	6	200,00	1.200
Apartamento Master	7	300,00	2.100	10	400,00	4.000	10	400,00	4.000	6	300,00	1.800
Apartamento Luxo	7	400,00	2.800	8	500,00	4.000	8	500,00	4.000	5	400,00	2.000
Pacote turismo educativo	2	600,00	1.200	4	700,00	2.800	4	700,00	2.800	2	600,00	1.200
Almoço	50	45,00	2.250	60	45,00	2.700	60	45,00	2.700	40	45,00	1.800
Café da tarde	30	20,00	600	80	20,00	1.600	80	20,00	1.600	30	20,00	600
Total Vendas			10.350			18.100			18.100			8.600

(conclusão)

Produto/Serviço	Mês 9			Mês 10			Mês 11			Mês 12		
	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total
Apartamento Stander	6	200,00	1.200	7	200,00	1.400	10	300,00	3.000	10	300,00	3.000
Apartamento Master	6	300,00	1.800	7	300,00	2.100	10	400,00	4.000	10	400,00	4.000
Apartamento Luxo	6	400,00	2.400	7	400,00	2.800	10	500,00	5.000	10	500,00	5.000
Pacote turismo educativo	2	600,00	1.200	6	600,00	3.600	10	700,00	7.000	10	700,00	7.000
Almoço	40	45,00	1.800	40	45,00	1.800	70	45,00	3.150	80	45,00	3.600
Café da tarde	30	20,00	600	30	20,00	600	45	20,00	900	50	20,00	1.000
Total Vendas			9.000			12.300			23.050			23.600

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Quadro 11 – Previsão de vendas

Mês	Vendas (Base)	% efetivo no 1º ano	Ano				
			1	2	3	4	5
% Variação Preço Vendas	-	-	-	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
% Variação Qtde Vendida	-	-	-	10,0%	15,0%	20,0%	25,0%
Janeiro	10.050	100%	10.050	11.055	12.713	15.256	19.070
Fevereiro	10.050	100%	10.050	11.055	12.713	15.256	19.070
Março	10.050	100%	10.050	11.055	12.713	15.256	19.070
Abril	10.050	100%	10.050	11.055	12.713	15.256	19.070
Mai	10.350	100%	10.350	11.385	13.093	15.711	19.639
Junho	18.100	100%	18.100	19.910	22.897	27.476	34.345
Julho	18.100	100%	18.100	19.910	22.897	27.476	34.345
Agosto	8.600	100%	8.600	9.460	10.879	13.055	16.319
Setembro	9.000	100%	9.000	9.900	11.385	13.662	17.078
Outubro	12.300	100%	12.300	13.530	15.560	18.671	23.339
Novembro	23.050	100%	23.050	25.355	29.158	34.990	43.737
Dezembro	23.600	100%	23.600	25.960	29.854	35.825	44.781
Total Geral	163.300	100%	163.300	179.630	206.575	247.889	309.862

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Em uma análise pessimista no primeiro ano os apartamentos não serão totalmente lotados, ademais nos anos seguintes foi feita uma previsão de crescimento, pois a maioria dos clientes deixa reservado para o ano seguinte.

4.9.7 Custos e despesas variáveis

Os custos e despesas variáveis são aqueles que sofrem mudança na compra dos produtos.

Quadro 12 – Custos variáveis no 1º ano

Preço de Compra	Descrição	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6
70,00	Apartamento Stander	490	490	490	490	490	700
100,00	Apartamento Master	700	700	700	700	700	1.000
150,00	Apartamento Luxo	1.050	1.050	1.050	1.050	1.050	1.200
180,00	Pacote turismo educativo	540	540	540	540	360	720
25,00	Almoço	900	750	750	750	1.250	1.500
10,00	Café da tarde	300	300	300	300	300	800
	Total	3.980	3.830	3.830	3.830	4.150	5.920

Preço de Compra	Descrição	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
70,00	Apartamento Stander	700	420	420	490	700	700
100,00	Apartamento Master	1.000	600	600	700	1.000	1.000
150,00	Apartamento Luxo	1.200	750	900	1.050	1.500	1.500
180,00	Pacote turismo educativo	720	360	360	1.080	1.800	1.800
25,00	Almoço	1.500	1.000	1.000	1.000	1.750	2.000
10,00	Café da tarde	800	300	300	300	450	500
	Total	5.920	3.430	3.580	4.620	7.200	7.500

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Quadro 13 - Os custos e despesas variáveis nos 5 primeiros anos

Preço de compra	Descrição	Ano 1	Ano 2		Ano 3		Ano 4		Ano 5	
		Valor	Valor	% Aumento Faturamento	Valor	% Aumento Faturamento	Valor	% Aumento Faturamento	Valor	% Aumento Faturamento
70,00	Apartamento Stander	6.580	7.238	10,00%	8.324	15,00%	9.988	20,00%	12.486	25,00%
100,00	Apartamento Master	9.400	10.340	10,00%	11.891	15,00%	14.269	20,00%	17.837	25,00%
150,00	Apartamento Luxo	13.350	14.685	10,00%	16.888	15,00%	20.265	20,00%	25.332	25,00%
180,00	Pacote turismo educativo	9.360	10.296	10,00%	11.840	15,00%	14.208	20,00%	17.761	25,00%
25,00	Almoço	14.150	15.400	10,00%	17.710	15,00%	21.252	20,00%	26.565	25,00%
10,00	Café da tarde	4.950	5.445	10,00%	6.262	15,00%	7.514	20,00%	9.393	25,00%
	Total	57.790	63.404	10,00%	72.915	15,00%	87.498	20,00%	109.372	25,00%

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

O quadro 12 projetou o custo para cada serviço ou produto oferecidos, exemplificando, quando for vendido 1 pacote para o quarto luxo que custa R\$ 400,00 ele vai sair com um custo de R\$ 150,00 para cobrir as manutenções, salários, alimentação entre outros. Foram 7 vendas dentro do mês de janeiro, portanto, (150,00 * 7=1.050 reais).

4.9.8 Fluxo de caixa e a DFC (Demonstração dos Fluxos de Caixa)

Fluxo de caixa é uma ferramenta que viabiliza a decisão dos gestores, mostrará os valores para pagamento das obrigações que foram feitas com fornecedores por exemplo e os valores a receber de clientes.

Quadro 14 - Fluxo de caixa

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
1. Saldo Inicial	0	571.349	486.497	418.939	418.939
2. Entradas					
Recebimentos de Vendas	139.700	177.270	202.681	241.919	300.906
Financiamentos de Terceiros	0				
Integralização dos Sócios	1.039.030				
Empréstimos de Curto Prazo	0	0	0	34.853	0
Total Entradas	1.178.730	177.270	202.681	276.772	300.906
3. Saídas					
Custos Fixos: Salários	42.900	49.374	51.882	54.476	57.200
Custos Fixos: Encargos salariais	9.514	16.011	16.871	17.714	18.600
Custos Fixos: Operacionais	115.360	125.120	125.120	125.120	125.120
Custos Fixos: Juros do Financiamento	0	0	0	0	0
Custos Variáveis - Fornecedores	50.290	57.640	57.640	57.640	57.640
Impostos s/Vendas	6.287	7.977	12.726	15.821	19.679
Estoque Iniciais	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
Investimentos	377.030				
Pagamento Empréstimos de Curto Prazo	0	0	0	0	16.667
Total Saídas	607.381	262.122	270.238	276.772	300.906
4. Saldo Período	571.349	-84.852	-67.558	0	0
5. Saldo Final	571.349	486.497	418.939	418.939	418.939

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Em análise a projeção do fluxo de caixa da empresa, observa-se que nos anos 2 e 3 a empresa não conseguiria saldar as dívidas com recurso das entradas. No 4º ano para ter as contas equilibradas optou-se por um empréstimo de R\$ 34.853 com familiares como estratégia, pois o juro é de 11,11% ao ano. No ano 5 pagou-se um montante de R\$15.000,00+11,11% de juro para mais. Ademais, o saldo final item 5, é composto da somatória do saldo do item 1 e 4, exemplo ano 1 (0+571.349= 571.349).

4.9.9 Demonstrativo do Resultado (DR)

No demonstrativo de resultado deve conter a receita(vendas) do período, ainda que não estão pagas. Demonstrará o lucro ou prejuízo da empresa. É um indicador econômico, ou seja, não gerar diretamente dinheiro para a companhia.

Quadro 15 - Demonstrativo do Resultado

<i>Descrição</i>	<i>Ano 1</i>	<i>Ano 2</i>	<i>Ano 3</i>	<i>Ano 4</i>	<i>Ano 5</i>
(+) Receita de Vendas	163.300	179.630	206.575	247.889	309.862
(-) Impostos	7.349	8.083	13.510	16.212	20.265
(-) Comissão	0	0	0	0	0
(-) Royalties	0	0	0	0	0
(=) Receita Líquida	155.952	171.547	193.065	231.677	289.597
(-) Custos Variáveis	57.790	57.640	57.640	57.640	57.640
(=) Margem de Contribuição	98.162	113.907	135.425	174.037	231.957
(-) Custos Fixos	225.363	229.097	232.396	235.860	239.497
(-) Despesas/Receitas Financeiras	0	0	0	0	0
(=) Lucro Antes do I. de Renda	-127.202	-115.191	-96.972	-61.822	-7.540
(-) Resultado Operacional Líquido	-127.202	-115.191	-96.972	-61.822	-7.540
(-) Imposto de Renda e CSSL	0	0	0	0	0
(=) Resultado Líquido do Exercício	-127.202	-115.191	-96.972	-61.822	-7.540

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

O DR da empresa não comportou positivamente ao se tratar de lucro, porém pode-se observar que o grande responsável é os custos fixos que quase se igualam com a receita. Os impostos sobre o faturamento, foram utilizadas a porcentagem da tabela do Simples Nacional para empresas que prestam serviço, que é 4,5% para as empresas que faturaram até R\$ 180.000,00 e 6,54% para empresas que faturam de R\$ 180.000,01 até 360.000,00. Para representar o cálculo, segue exemplo: Faturamento ano 1(quadro 11, previsão de vendas ano 1) * 4,5% (tabela SIMPLES) = R\$163.300,00 * 4,5%= R\$ 7.349 que deve ser pago ao governo.

4.9.10 Balanço Patrimonial

No balanço patrimonial é o demonstrativo onde os ativos (bens e direitos) serão relacionados com os passivos (obrigações). Nele analisamos a situação patrimonial da empresa.

Quadro 16 - Balanço Patrimonial

	Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Ativo	CIRCULANTE					
	Disponível	571.349	486.497	418.939	418.939	418.939
	Contas a Receber	23.600	25.960	29.854	35.825	44.781
	Estoques	6.000	12.000	18.000	24.000	30.000
	NÃO CIRCULANTE					
	Realizável a Longo Prazo					
	Imobilizado					
	Construção Civil	-	-	-	-	-
	Maquinas e Equipamentos	161.800	161.800	161.800	161.800	161.800
	Veículos	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
	Equipamentos Infomática/Comunicação	5.480	5.480	5.480	5.480	5.480
	Software	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	Móveis e Utensílios	122.950	122.950	122.950	122.950	122.950
	Instalações - Obras e Reformas	55.800	55.800	55.800	55.800	55.800
Terrenos	-	-	-	-	-	
Depreciações	(38.003)	(76.006)	(114.009)	(152.012)	(190.015)	
Total do Ativo	939.976	825.481	729.814	703.782	680.735	
Passivo	CIRCULANTE					
	Contas a Pagar	17.260	17.260	17.260	17.260	17.260
	Salários e Encargos a Pagar	9.826	10.415	10.936	11.483	12.057
	Comissões e Royalties a Pagar	-	-	-	-	-
	Impostos a Pagar	1.062	1.168	1.952	2.343	2.929
	Empréstimos de Curto Prazo	-	-	-	34.853	18.186
	NÃO CIRCULANTE					
	Exigível de Longo Prazo					
	Empréstimos para financiamento	-	-	-	-	-
	PATRIMÔNIO LÍQUIDO					
	Capital Social	1.039.030	1.039.030	1.039.030	1.039.030	1.039.030
	Capital a Integralizar					
	Lucros (Prejuízos) Acumulados	(127.202)	(242.392)	(339.364)	(401.186)	(408.726)
	Total do Passivo	939.976	825.481	729.814	703.782	680.735

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

O balanço da empresa apresentou saldo em contas a receber no ano 1 de R\$23.600,00, isto aconteceu devido a forma de recebimento foi em trinta dias (pagamento com cartão), entende-se que as vendas de dezembro do ano 1 devem entrar no caixa em janeiro do ano 2. Nesse demonstrativo apresentou um prejuízo acumulado nos 5 anos. Todavia, sua disponibilidade é alta que significa que o

negócio tem liquidez e dinheiro para subsidiar as necessidades de pagamento ao fornecedor que será à vista. Outro fator importante é que o saldo do fluxo de caixa acompanhe a contabilidade, portanto no balanço patrimonial no item disponível tem que conter o saldo final do fluxo de caixa (quadro 11).

4.9.11 Indicadores de Viabilidade

Os indicadores responderam muito sobre a viabilidade e lucratividade da empresa.

Quadro 17 – Base de cálculos para as análise

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
1. Bases de Cálculo					
Faturamento Bruto	163.300,00	179.630,00	206.574,50	247.889,40	309.861,75
Investimento Inicial	409.030,00				
Saldo Líquido de Caixa Total	571.349,10	-84.852,08	-67.557,65	0,00	0,00
Custos Fixos	225.363	229.097	232.396	235.860	239.497
Margem de Contribuição	98.162	113.907	135.425	174.037	231.957
Lucro Líquido do Exercício	(127.202)	(115.191)	(96.972)	(61.822)	(7.540)

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

O quadro demonstra os valores que serão utilizados para servir de base para a análise do negócio. O item faturamento os dados foram tirados do DR da receita de vendas ou faturamento (quadro 15). No investimento Inicial foi utilizado o valor referente aos total dos usos (quadro 5). O saldo líquido de caixa foi tirado do fluxo de caixa item 4 (quadro14). Os custos fixos estão disponíveis no item custos fixos ou DR (quadro 9 somente ano 1 e quadro15, todos os anos). Também

importante ressaltar a margem de contribuição que é encontrada no demonstrativo de resultado (quadro 15) ela foi medida da seguinte forma: (receita líquida – custos e despesas variáveis), o resultado contribui para ver se a margem de contribuição cobri os custos fixos, receitas financeiras, impostos e gerar lucro. E o lucro líquido do exercício é encontrado no DR (quadro 15).

Quadro 18 – Cálculo das análises

Identificação	O que representa	Cálculo	Interpretação	Obsevações
a) Ponto de Equilíbrio	Volume de vendas suficiente para recuperação dos custo fixos, variáveis e impostos s/venda.	$\frac{\text{Custos Fixos}}{\text{Margem de Contribuição}} * 100$	Quanto maior, pior	*100 quando quer utilizar para porcentagem
b) Lucratividade	Determina o percentual do resultado em relação a Receita de Vendas	$\frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Faturamento Bruto}} * 100$	Quanto maior, melhor	*100 quando quer utilizar para porcentagem
c) TIR - Taxa Interna de Retorno	Taxa em que o VPL é Igual a Zero. Taxa de retorno efetiva do Projeto	$\frac{\text{Média Saldo de Caixa}^{(*)}}{\text{Investimento inicial}}$	Quanto maior, melhor	(*) Média do Saldo de Caixa do Período(todos os saldos/ por 5 anos)
d) Retorno de Payback	Tempo do retorno do investimento.	$\frac{\text{Investimento Inicial}}{\text{Média Saldo de Caixa}^{(*)}}$	Quanto maior, pior	(*) Média do Saldo de Caixa do Período(todos os saldos/ por 5 anos)

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Quadro 19 - Resultado dos indicadores de viabilidade

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
2. Análises					
a) Ponto de Equilíbrio - %	229,58%	201,13%	171,61%	135,52%	103,25%
- R\$	374.911	361.285	354.494	335.946	319.934
b) Lucratividade - Período	-77,89%	-64,13%	-46,94%	-24,94%	-2,43%
- Acumulada	-77,89%	-70,68%	-61,76%	-50,31%	-36,91%
c) TIR - Taxa Interna de Retorno	4,90%				
Fluxo de Caixa Total					
d) Período de Payback (1) em anos	4,88				
Fluxo de Caixa Total					

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Por meio da análise o *payback* indicou aproximados 5 anos para o retorno do investimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O intuito deste trabalho é fazer uma pesquisa e plano de negócio para saber a viabilidade de implantação de um hotel fazenda no município de Bom Jardim da Serra /SC. Essa tarefa consiste em um levantamento de dados, pesquisa do consumidor, simulação de negócio para que possa nortear a pessoa que tem interesse em abrir um empreendimento nessa modelagem.

Esse plano de negócio têm diferenciais, pois foi idealizado com o objetivo de trazer tecnologias para tornar a estrutura sustentável e será aberto a visitação de crianças que irão vivenciar a origem do alimento em uma propriedade rural.

O plano teve um resultado de lucro a longo prazo e retorno aproximadamente somente depois dos cinco anos de trabalho e precisaria de injeção de capital para subsidiar o negócio até o retorno previsto. No entanto esse plano servirá para que erros calculados não aconteçam.

O investidor deve pensar que se os números não forem favoráveis, o significado pode ser que demande repensar e adequar o plano, porque o plano de negócio ele tem que ser mutável e modificado de acordo com o tempo e necessidades.

A pesquisa de público consistiu que muitos dos visitantes na serra gostariam de um local desse modelo, porém os indicadores de viabilidade demonstraram que o negócio não seria viável. Ademais, as ferramentas de contabilidade e análise servem para que dirijem os empreendedores nas suas tomadas de decisões, para minimizar os erros.

Espero que esse trabalho auxilie aqueles que tenham o intuito de realizar a construção de uma hospedagem rural ou turismo educativo. Ele pode servir também para criar ou montar algo diferenciado nessa região.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Magda. **Como escrever teses e monografias**: Um roteiro passo a passo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- ANDRADE, Arnaldo Rosa de. **Planejamento estratégico**: formulação, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 2012.
- ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão**: fundamentos, estratégias e dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2003.
- BIZZOTTO, Carlos Eduardo Negrão. **Plano de negócio para empreendimentos inovadores**. São Paulo: Atlas, 2008.
- BREALEY, Richard A.; MYERS, Stewart C.; ALLEN, Franklin. **Princípios de finanças corporativas**. 10. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.
- CARVALHO JÚNIOR, Moacir Ribeiro de. **Gestão de projetos**: da academia à sociedade. Curitiba: Ibpex, 2011.
- CASAROTTO Filho, Nelson; KOPITTKKE, Bruno Hartmurt. **Análise de investimentos**: matemática financeira, engenharia econômica, tomada de decisão, estratégia empresarial. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- DIEGUEZ CASTRILLON, Isabel et al. Turismo Rural, Empreendedorismo e Gênero: um estudo de caso na comunidade autônoma da Galiza. **RESR**, São Paulo, n.2, mai. 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/resr/v50n2/v50n2a10.pdf>>. Acesso em: 07 maio 2016.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Plano de negócios**: seu guia definitivo: O passo a passo para você planejar e criar um negócio de sucesso. 1.ed. 6ª tiragem. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- DORNELAS, José; SPINELLI, Stephen; ADAMS, Robert. **Criação de novos negócios**: empreendedorismo para o século 21. São Paulo: Elsevier, 2014.
- FERREIRA, José Antonio Stark. **Contabilidade de custos**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- FERREIRA, Roberto G. **Matemática financeira aplicada**: mercado de Capitais, administração financeira, finanças pessoais. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Empreendedorismo no Brasil 2015**,2015. Disponível em:

<[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf)>. Acesso em: 16 maio 2016.

GOOGLE MAPS. Bom jardim da serra-SC/São José dos Ausentes/RS.2016.

Disponível em:

<<https://www.google.com.br/maps/dir/bom+jardim+da+serra/sao+jose+dos+ausentes/@-28.486953,->

50.2615253,71134m/data=!3m2!1e3!4b1!4m13!4m12!1m5!1m1!1s0x9521b41c02e9f959:0x65633c1bc2e59789!2m2!1d-49.6262464!2d-

28.3403994!1m5!1m1!1s0x951f5e30f084b119:0xfebfee7b291c362d!2m2!1d-

50.0653313!2d-28.748844?hl=pt-BR>. Acesso em: 11 nov.2016.

GÜNTHER, Hartmut. Pesquisa Qualitativa Versus Pesquisa Quantitativa:

Esta É a Questão?. **Revista Psicologia: teoria e pesquisa**, Brasília, v. 22, n. 2, p.

1- 9, mai./ago.2006.Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ptp/v22n2/a10v22n2>>.

Acesso em: 09 maio 2016.

FONTENELE, Raimundo Eduardo Silveira. Empreendedorismo, Competitividade e Crescimento Econômico: Evidências Empíricas. **RAC**, Curitiba, v. 14, n. 6, p. 1094-1112, nov./dez.2010. Disponível em:

<<http://www.scielo.br/pdf/rac/v14n6/v14n6a07.pdf>>. Acessado em: 16 maio 2016.

FÓRUM DE OPERADORES HOTELEIROS NO BRASIL- FOHB. **Hotelaria em**

números - Brasil 2015: Lodging Industry in Numbers Brazil 2015. São Paulo: 2015.

Disponível em: <http://fohb.com.br/wp-content/uploads/2015/08/Hotelaria-em-n%C3%BAmeros_2015.pdf>. Acesso em: 26 maio 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA-IBGE. **Pesquisa de de serviços de hospedagem 2011**: municípios das capitais, regiões metropolitanas das capitais e regiões integradas de desenvolvimento.2012. Disponível em:

<ftp://ftp.ibge.gov.br/Comercio_e_Servicos/Pesquisa_Servicos_de_Hospedagem/2011/psh2011.pdf>. Acessado em: 09 nov. 2016.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1992.

LOBATO, David Menezes et al. **Estratégias de empresas**. 9. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009.

LOPES, Denise Bonfim Ferreira. **Plano de viabilidade de implantação de estufa de cultivo de hortaliças hidrônicas por meio de criação de um plano de negócios**. 2015. 67 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Grau de Bacharel) – Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2015.

MOORMAN, Christine; DAY, George S. Organizing for Marketing Excellence.

Journal of de Marketing, Chicago, v.80, p. 6-35, nov., 2016. Disponível em:

<<https://www.ama.org/publications/JournalOfMarketing/Documents/jm.15.0423-organizing-for-marketing-excellence.pdf>> . Acesso em: 28 out.2016.

MÜLLER, Cláudio José. **Planejamento estratégico, indicadores e processos: uma integração necessária.** São Paulo: Atlas, 2014.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Controladoria estratégica e operacional: conceitos, estrutura e aplicação.** 2. ed. São Paulo: Thomson, 2009.

ROSS, Stephen A. et al. **Administração financeira: versão brasileira de corporate finance.** 10. ed. Porto Alegre: AMGH, 2015.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade intermediária.** 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

SANTOS, Lucas Maia dos; FERREIRA, Marques; Marco Aurélio; FARIA, Evandro Rodrigues de. Gestão Financeira de Curto Prazo: Características, Instrumentos e Práticas Adotadas por Micro e Pequenas Empresas. **Revista de administração da UNIMEP**, São Paulo, v. 7, n. 3, p. 70-92, set./ dez. 2009. Disponível em: <www.regen.com.br/ojs/index.php/regen/article/viewFile/145/386>. Acessado em: 04 de jun. 2016.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios.** 2016. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\\$File/2021.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/$File/2021.pdf)>. Acesso em: 10 nov.2016.

SERRA, Fernando; TORRES, Maria Cândido S.; TORRES, Alexandre Pavan. **Administração Estratégica: Conceitos, Roteiro Prático e Casos.** Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 2004.

SILVA, Antônio Carlos Ribeiro da; MARION, José Carlos. **Manual de contabilidade para pequenas e médias empresas.** São Paulo: Atlas, 2013.

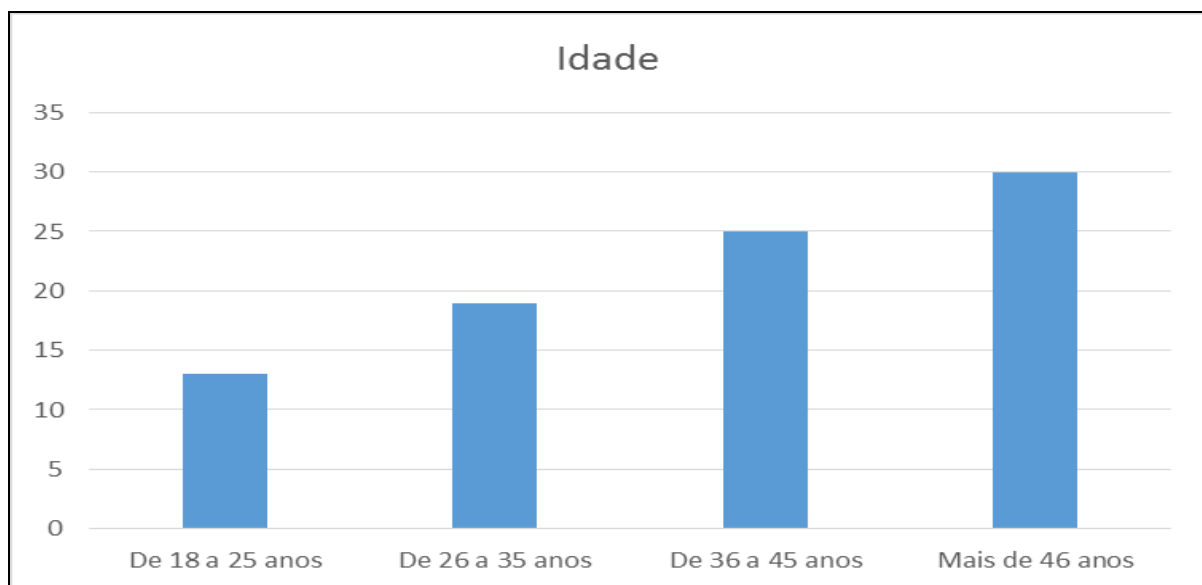
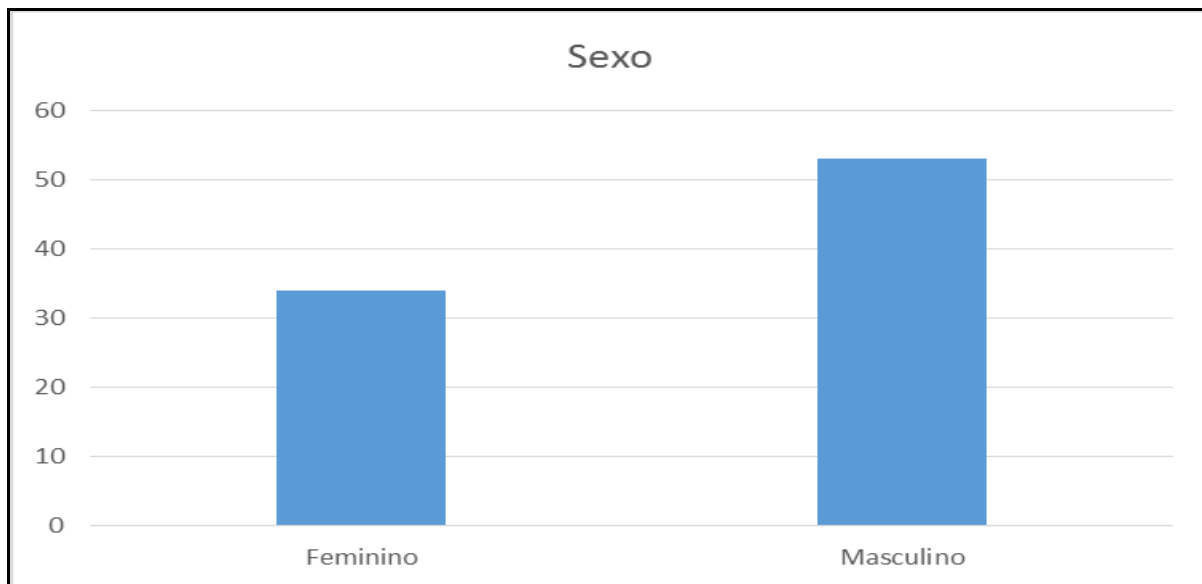
SILVA, Lourivaldo Lopes da. **Contabilidade avançada e tributária.** 4. ed. São Paulo: IOB SAGE, 2015.

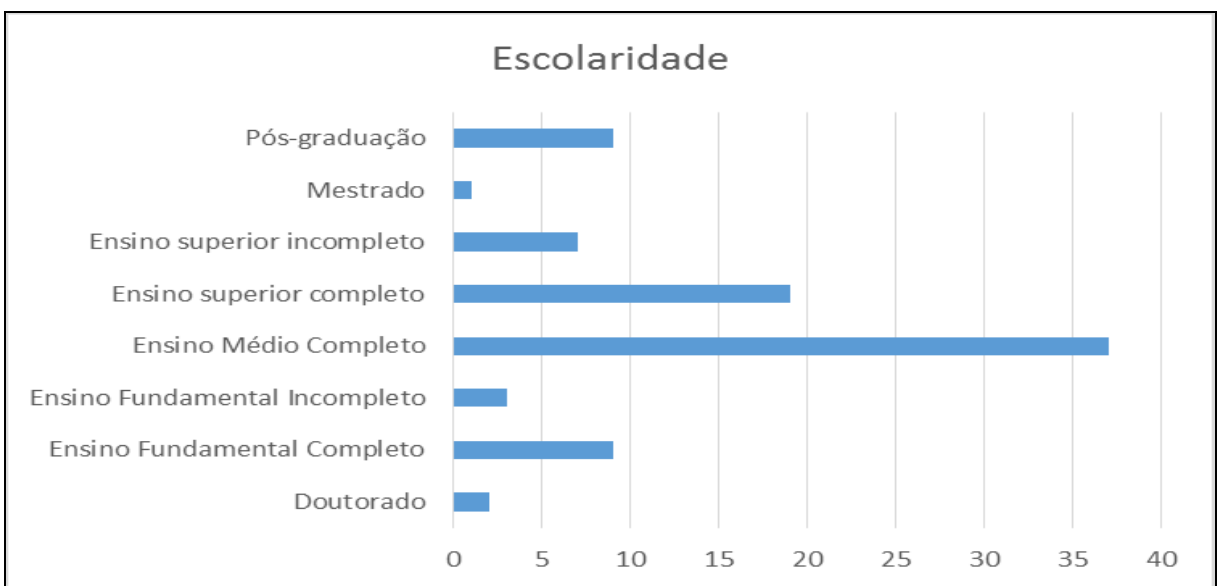
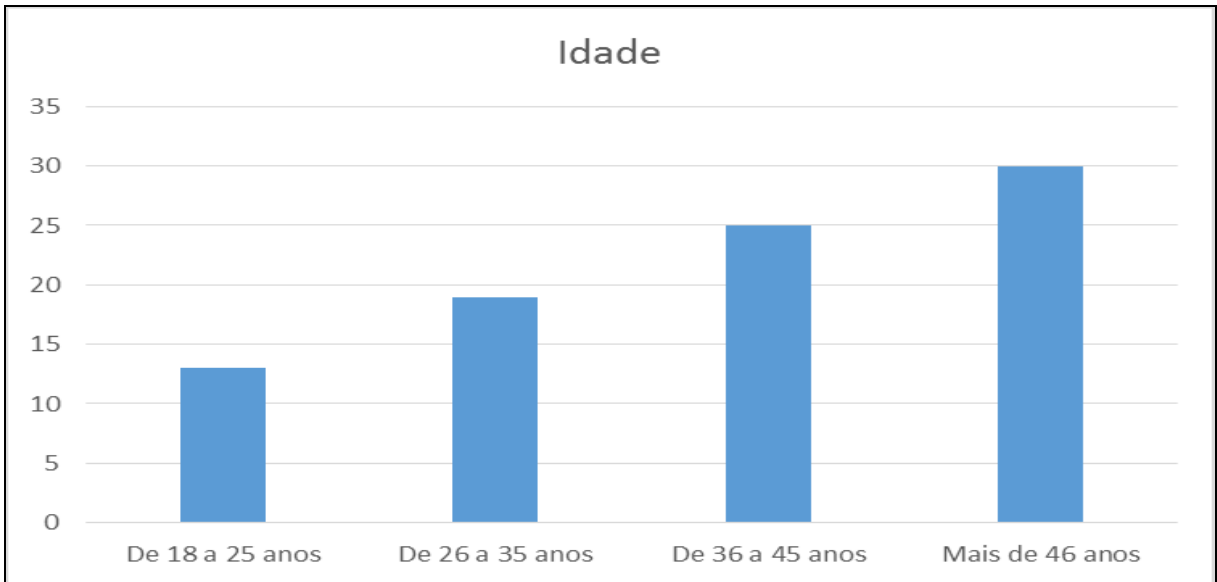
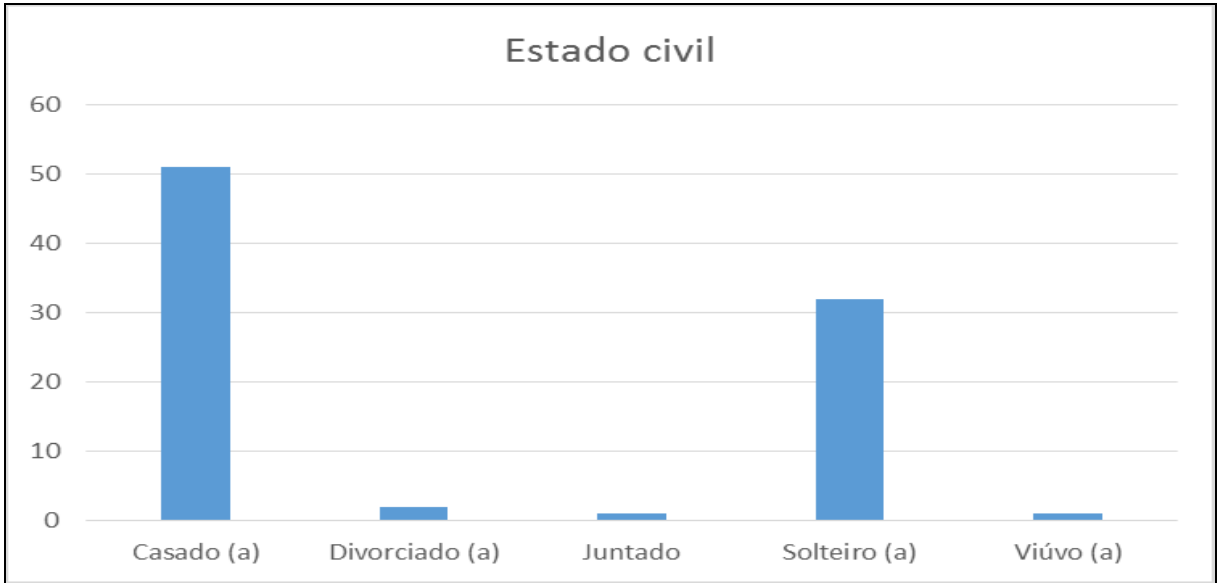
SOUZA, Acilon Batista de. **Curso de administração financeira e orçamentária: princípios e aplicações.** São Paulo: Atlas, 2014.

WERNKE, Rodney. **Gestão de custos: uma abordagem prática.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

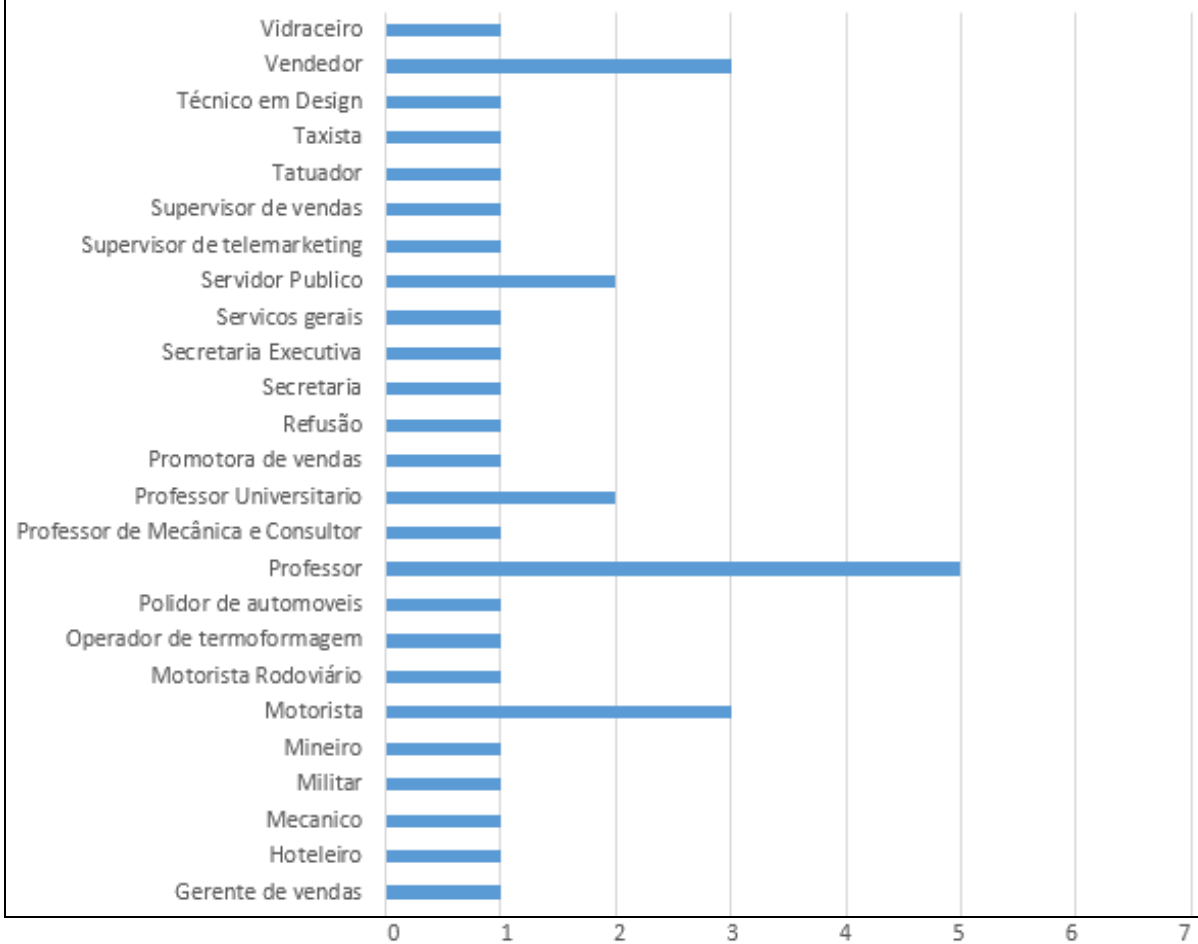
ANEXO

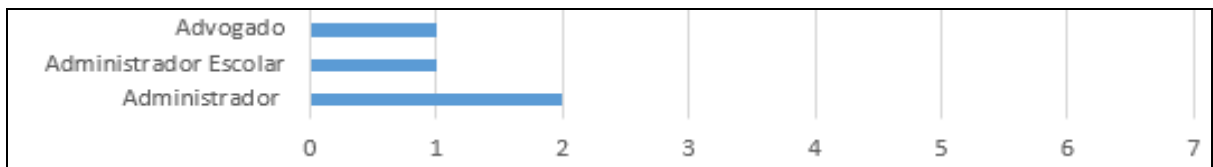
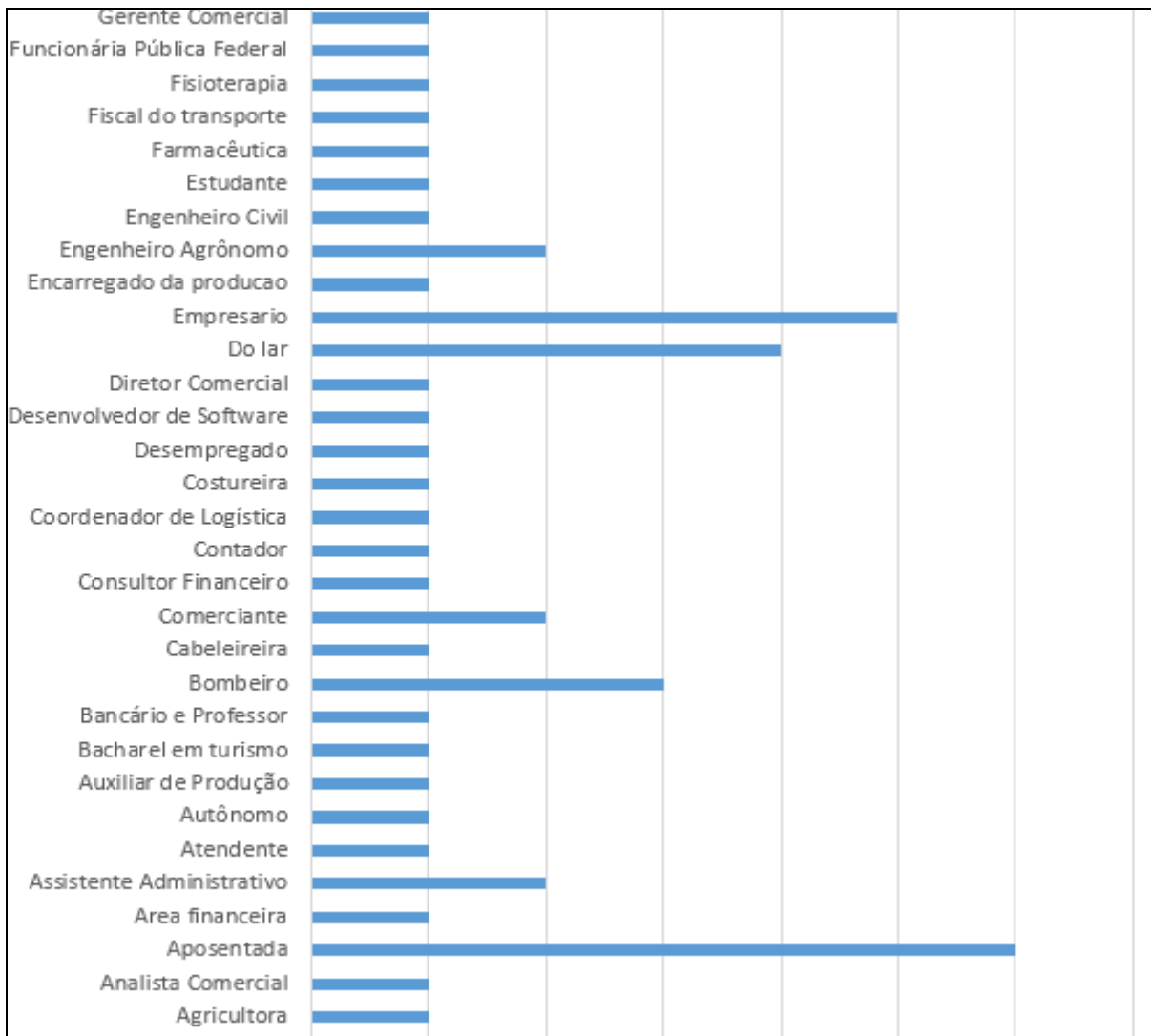
ANEXO A – RESPOSTA DA PESQUISA DE VIABILIDADE ECONÔMICA FINANCEIRA

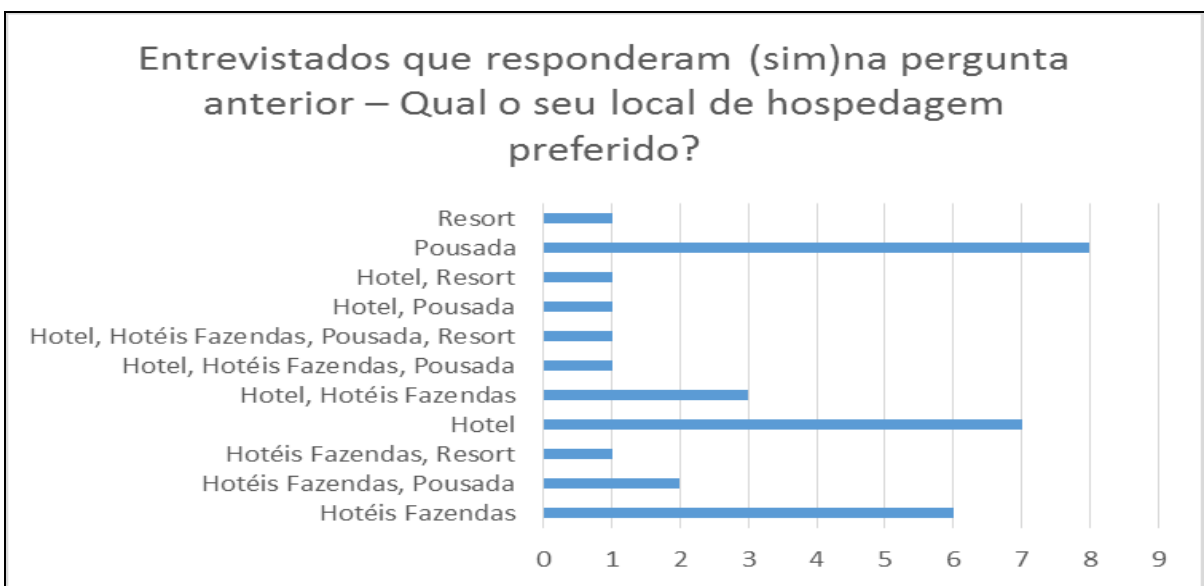
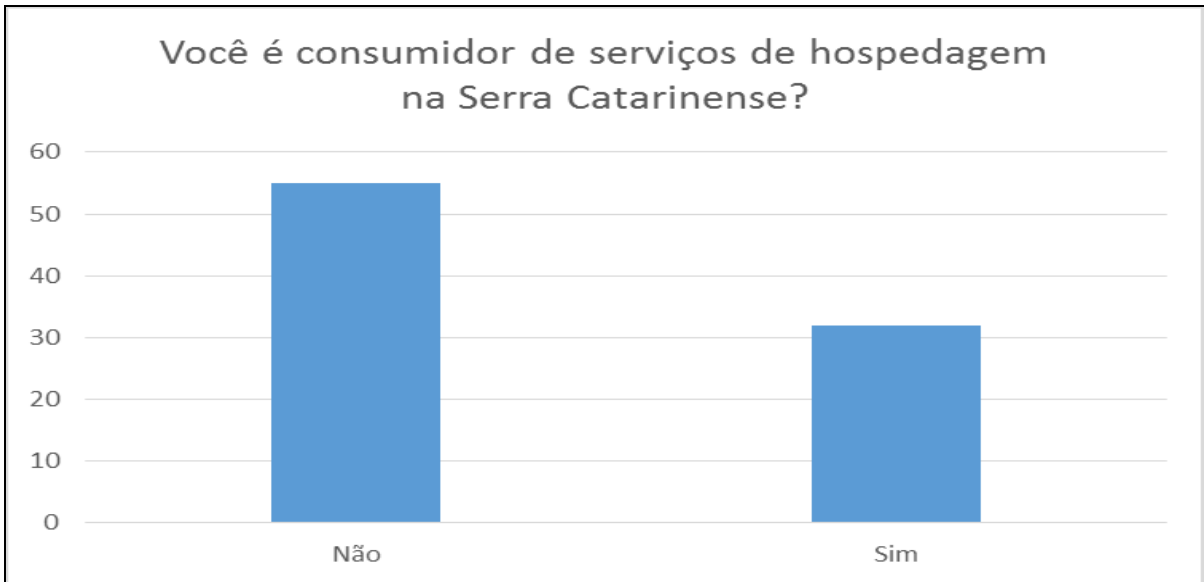
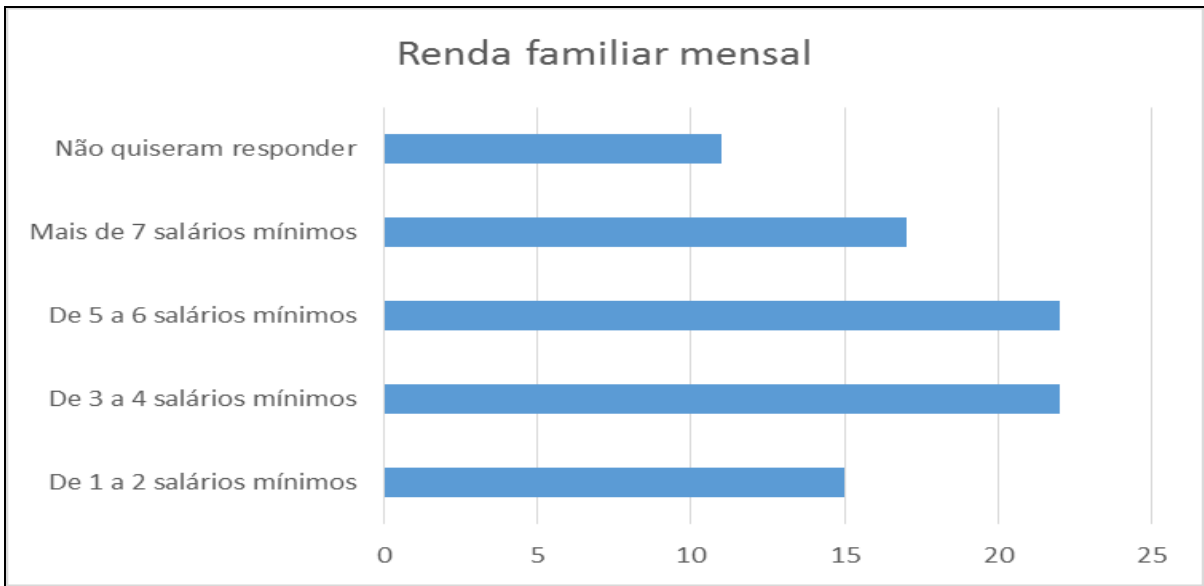




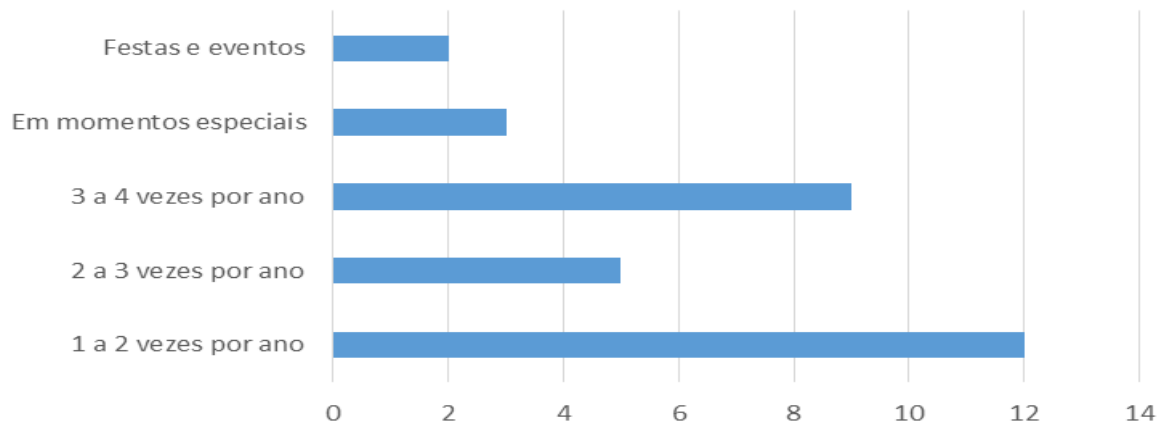
Atividade/Profissão



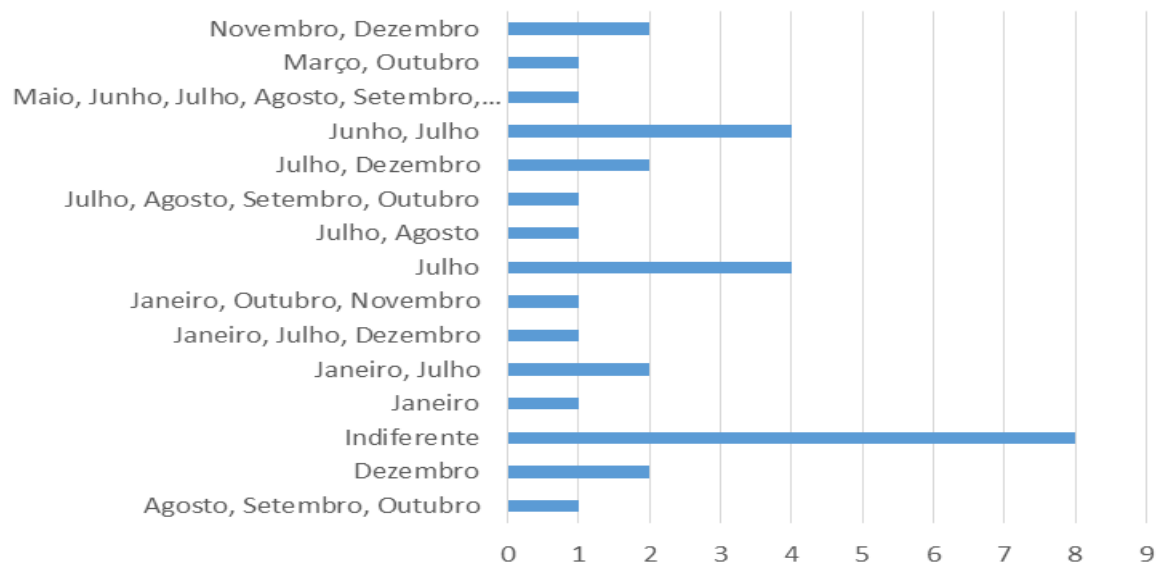




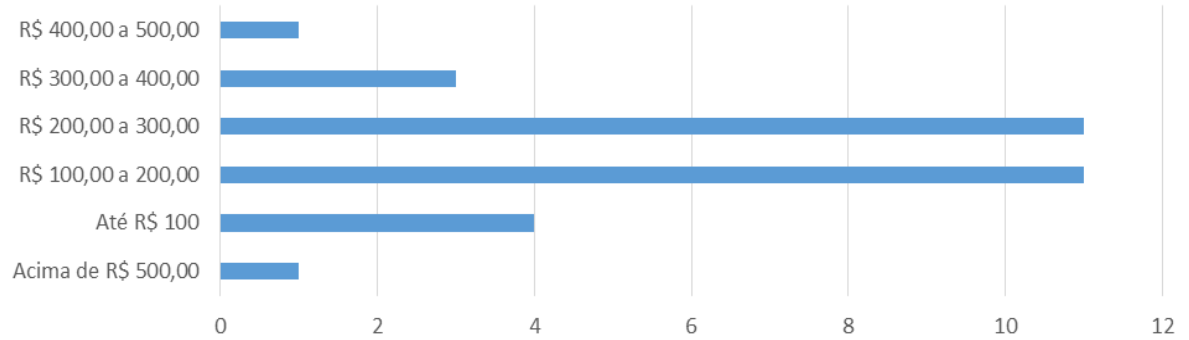
Com que frequência você usa os serviços hospedagem?



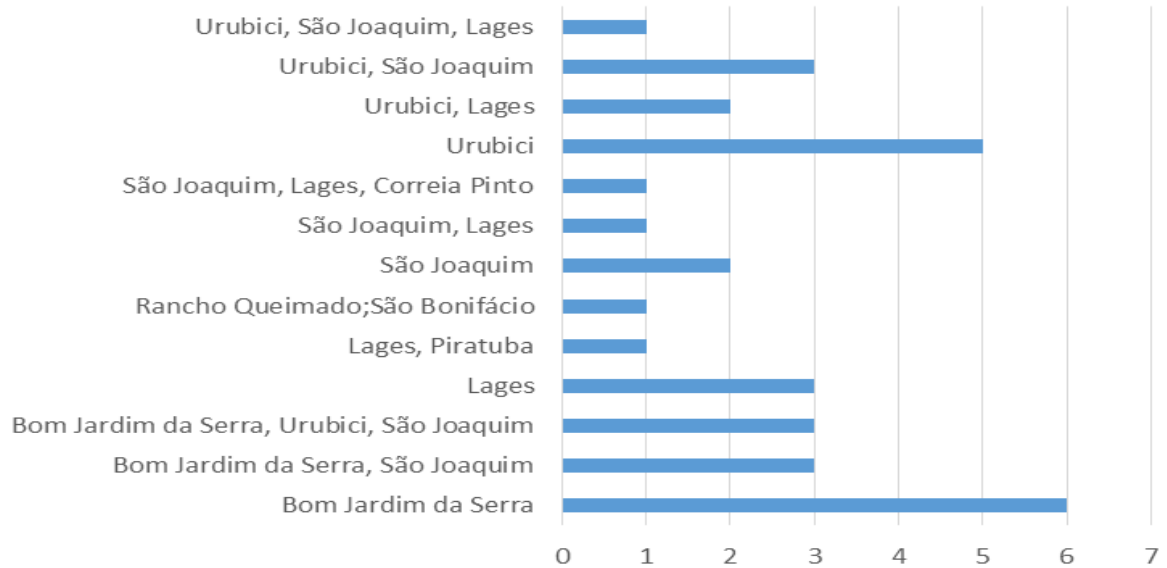
Em que período do ano você costuma hospedar-se para lazer?



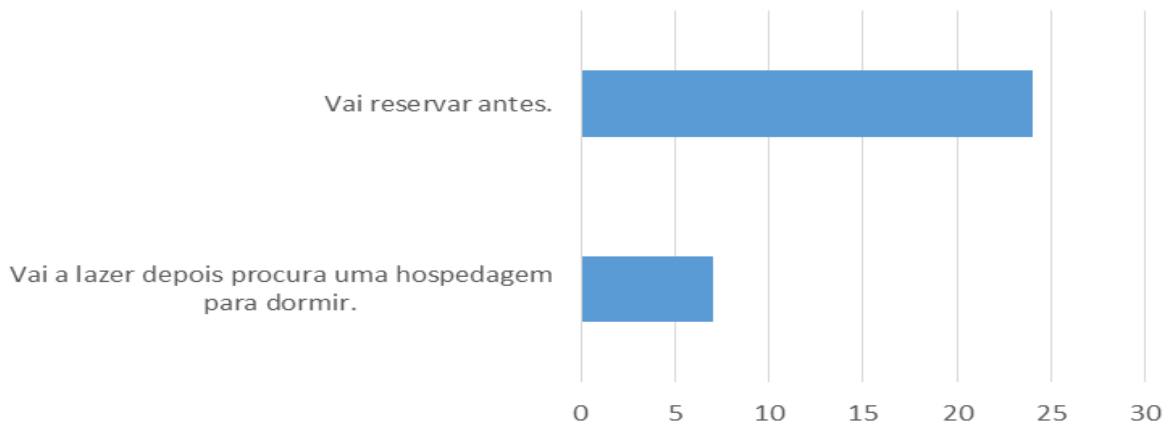
Que valores você esta disposto a pagar em uma diária em hospedagem?



Em quais cidades da serra catarinense você costuma utilizar para lazer? fico



Geralmente, quando você vai utilizar esse serviço você:



Quando quer saber onde encontrar serviço de hospedagem ou obter mais informações sobre locais, preços, estrutura e serviços disponíveis você procura em:

