

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA DOMÉSTICA E HOTELARIA
CURSO DE BACHARELADO EM HOTELARIA**

**WATERFALL CAMA E CAFÉ: UM
MEIO DE HOSPEDAGEM EM SÃO JOSÉ DO IMBASSAÍ,
CIDADE DE MARICÁ - RJ**

MERIJANE CALDEIRA DA SILVA

SEROPEDICA - RIO DE JANEIRO - BRASIL
2017

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA DOMÉSTICA E HOTELARIA
CURSO DE BACHARELADO EM HOTELARIA**

MERIJANE CALDEIRA DA SILVA

**WATERFALL CAMA E CAFÉ: UM
MEIO DE HOSPEDAGEM EM SÃO JOSÉ DO IMBASSAÍ, NA
CIDADE DE MARICÁ – RJ**

Plano de negócios apresentado ao Curso de Bacharelado em Hotelaria da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ – Campus Seropédica) como pré-requisito para a obtenção do grau de Bacharelado em Hotelaria.

ORIENTADORA: PROFA. DRA. LENICE FREIMAN DE OLIVEIRA.

SEROPÉDICA – RJ
2017

MERIJANE CALDEIRA DA SILVA

**WATERFALL CAMA E CAFÉ: UM
MEIO DE HOSPEDAGEM EM SÃO JOSÉ DO IMBASSAÍ, CIDADE DE
MARICÁ - RJ**

Plano de negócios apresentado ao Curso de Bacharelado em Hotelaria da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ – Campus Seropédica) como pré-requisito para a obtenção do grau de Bacharelado em Hotelaria.

Apresentada em:

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Dra. Lenice Freiman de Oliveira
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Orientadora

Profa. Msc. Maria Lúcia de Almeida Martins
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Examinadora

Profa. Msc. Stella Magaly de Andrade Sousa
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Examinadora

SEROPÉDICA – RJ
2017

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer a Deus pelas oportunidades oferecidas a mim e pelo teu cuidado todo o tempo.

A minha família, que é o meu alicerce, que mesmo nos momentos mais difíceis não mediram esforços para me apoiar.

As meus amigos que sempre torceram pela minha trajetória universitária.

Em especial a minha orientadora Prof.^a Dra. Lenice Freiman, por ter acreditado no meu projeto.

Aos meus professores que nestes últimos anos me proporcionaram experiências únicas que levarei para sempre em minha carreira profissional.

Aos meus amigos ruralindos, vocês são mil!!!

SUMÁRIO

1.0	SUMÁRIO EXECUTIVO.....	08
1.2	Descrição do projeto.....	08
1.3	Dados do empreendimento.....	09
1.4	Forma jurídica.....	09
1.5	Enquadramento tributário.....	10
1.6	Setor de atividades.....	10
1.7	Dados das empreendedoras.....	11
1.8	Capital social.....	11
2.0	ANÁLISE DE MERCADO.....	11
2.1	Perfil dos hóspedes.....	12
2.2	Análise da concorrência.....	19
2.3	Análise dos fornecedores.....	21
2.4	Análise SWOT.....	23
3.0	PLANO DE MARKETING.....	25
3.1	Serviços oferecidos.....	26
3.2	Serviços ofertados.....	27
3.3	Preço.....	28
3.4	Distribuição.....	28
3.4.1	Localização.....	28
3.5	Comunicação.....	30
4.0	PLANO OPERACIONAL.....	31
4.1	Layout.....	32
4.2	Fluxograma.....	37
4.2.1	Atividades dos colaboradores.....	37
4.3	Organograma.....	38
4.4	Equipe necessária.....	38
4.5	Capacidade de atendimento.....	38
5.0	PLANO FINANCEIRO.....	39
5.1	Estimativa do investimento total.....	39
5.1.1	Estimativa dos investimentos fixos.....	35
5.1.2	Estimativa dos investimentos financeiros.....	39
5.1.3	Estimativa dos investimentos pré-operacionais.....	40
5.1.4	Estimativa do investimento total (resumo).....	41
5.2	Estimativa do faturamento mensal da empresa.....	41
5.3	Estimativa dos custos com materiais e/ou insumos.....	41
5.4	Apuração do custo dos materiais e/ou mercadorias vendidas.....	42
5.5	Estimativa dos custos de comercialização.....	42
5.6	Estimativa dos custos com mão-de-obra.....	42
5.7	Estimativa do custo com depreciação.....	43
5.8	Estimativa dos custos fixos mensais.....	43
5.9	Demonstrativo de resultados.....	43
5.10	Indicadores de viabilidade.....	43
5.10.1	Ponto de equilíbrio.....	45
5.10.2	Lucratividade.....	45
5.10.3	Rentabilidade.....	45
5.10.4	Payback.....	45
5.11	Cenários.....	45
6.0	AVALIAÇÃO DO EMPREENDIMENTO.....	46
7.0	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	48

Apêndice A.....	50
Anexos.....	

RESUMO:

O público viajante pelo Brasil tem buscado meios de hospedagens diferentes dos segmentos tradicionais. Em busca de mais liberdade na estadia, procura meios de hospedagens que trazem benefícios para a localidade e que o custo benefício seja melhor, sendo o segmento cama e café uma promessa entre esse público. O perfil do público de São José do Imbassaí, na cidade de Maricá demonstrou a necessidade de meios de hospedagem alternativos, visto que é composto por jovens e adultos em busca de contato com a natureza e esportes. Portanto, devido a inexistência deste empreendimento na cidade e visando atender este público que busca por estadia mais barata, mas com conforto de um lar, é que foi proposto neste trabalho o Cama e Café Waterfall. O Waterfall é um projeto a ser implantado no Bairro de São José do Imbassaí e levará para a comunidade local um crescimento social e econômico em conformidade com a hotelaria sustentável.

Palavras-chave: Cama e Café; Hospedagem; Maricá.

SUMMARY:

The public traveling through Brazil has sought means of lodging different from the traditional segments. In search of more freedom in the stay, it seeks means of lodging that brings benefits to the locality and that the cost benefit is better, being the segment bed and coffee a promise among this public. The public profile of São José do Imbassaí, in the city of Maricá, demonstrated the need for alternative accommodation facilities, since it is composed of young people and adults in search of contact with nature and sports. Therefore, due to the inexistence of this venture in the city and aiming to meet this public who seeks to stay cheaper, but with comfort of a home is what has been proposed in this work the Bed and Coffee Waterfall. Waterfall is a project to be implemented in the São José do Imbassaí Neighborhood and will bring to the local community a social and economic growth in accordance with sustainable hotel management.

Keywords: Bed and Breakfast; Accommodation; Maricá.

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

1.2 Descrição do projeto

O empreendimento a ser construído é do tipo cama e café, que é uma hospedagem doméstica, na qual as empreendedoras abriram a sua residência para receber pessoas como forma de incrementar o orçamento doméstico. A moradia tem que ter no máximo três unidades habitacionais, com serviços de café da manhã e limpeza. Segundo o site cama e café¹, este tipo de hospedagem é uma adaptação brasileira do sistema bed and breakfast, de origem irlandesa em que o visitante se hospeda na casa de um habitante local, que lhe oferece café da manhã incluso na diária. O Cama e Café Waterfall corresponde a categoria 4 estrelas, do SB Class², pois atende todos os requisitos de infraestrutura, serviços e sustentabilidade. Para cada estrela adicional, o meio de hospedagem deve atender a uma série de requisitos adicionais que diferenciam as categorias entre si. Comparando a infraestrutura e os serviços oferecidos, assim como das ações de sustentabilidade executadas pelo meio de hospedagem, o consumidor poderá fazer uma melhor escolha.

Este plano visa destacar os aspectos mais importantes para a construção do empreendimento, bem como sua implantação, organização e comercialização.

O cama e café proposto será inserido no bairro São José do Imbassaí, cidade de Maricá, às margens da Rodovia Amaral Peixoto, via principal que liga Maricá ao centro do Rio de Janeiro. São José do Imbassaí é um bairro planejado que possui empreendimentos como: *Fast Foods*, posto de gasolina, supermercados, farmácia e futuramente o shopping Plaza Maricá, um empreendimento que será construído e que está sendo idealizado como o maior shopping da região dos lagos.

Segundo os moradores da cidade, Maricá se caracteriza pela tranquilidade e pela sua proximidade com a cidade de Niterói e a capital do Rio de Janeiro. Seu crescimento tem se tornado cada vez maior, obtendo assim, olhares e oportunidades para o setor turístico. De acordo com o Sebrae (2014) a copa do mundo ampliou a oferta de meios de hospedagem alternativos, dentre eles está o cama e café. Desta

¹ Disponível em: <https://camaecafe-com-br.webnode.com/> site oficial do meio de hospedagem cama e Café.

² SBClass é o Sistema brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem. Disponível em: <http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/Sobre.action>.

forma, direcionaram-se olhares perante tais estabelecimentos, devendo-se ampliar a oferta.

O imóvel é herança de família das empreendedoras, é composto de 3 (três) quartos, sendo uma suíte e dois quartos triplos, em um padrão de construção econômico, preocupando-se com o bem-estar do cliente, a fim de promover um ambiente aconchegante e confortável, proporcionando uma exclusividade perante os outros estabelecimentos, pelo menor número de quartos.

O Cama e Café será cadastrado no Sistema de Cadastro de pessoas físicas e jurídicas (CADASTUR), que atuam no setor do turismo.

O capital a ser investido será no valor de R\$114.000,00 reais, sendo R\$79.000,00 destinados a obra do estabelecimento, bem com os móveis e decoração e R\$ 35.000,00 como capital de giro próprio. Espera-se obter o lucro de 120.000,00 por ano e aguarda-se que o capital investido retorne em até 4 anos.

1.3 Dados do empreendimento

Razão social: Cama e Café Imbassaí

CNPJ/CPF: 150.529.187-98

Nome Fantasia: Waterfall Cama e Café

Endereço: Estrada Joaquim Afonso Viana, Rua 03 nº 55 – São Jose do Imbassaí, Maricá – Rio de Janeiro – Cep: 24900-000

1.4 Forma jurídica

- Sociedade Limitada

1.5 Enquadramento tributário

- SIMPLES NACIONAL

Segundo o Sebrae (2013) este tipo de enquadramento.

Destina-se às empresas que se beneficiarão da redução e simplificação dos tributos, além do recolhimento de um imposto único. O enquadramento no Simples está sujeito à aprovação da Receita Federal e considera a atividade e a estimativa de faturamento anual da empresa. A Lei também prevê benefícios quanto à desburocratização, acesso ao mercado, ao crédito e a justiça, o estímulo à inovação e à exportação. (SEBRAE, 2013, p. 31).

Objetivos:

- Quanto aos clientes: ter associados e fidelizar cada cliente, a fim de tê-los novamente no estabelecimento.
- Para aos funcionários: treiná-los, e a cada novo empreendimento enviá-los para supervisionar.
- Quanto a comunidade local: oferecer cursos de capacitação e criando parcerias com fornecedores da região. Divulgar os estabelecimentos e promover descontos aos hóspedes para visitação ao local.

Missão: Proporcionar ao hóspede maior comodidade, proporcionando tranquilidade e bem-estar, fazendo-o se sentir em casa, oferecendo uma localiza o próxima a diversos estabelecimentos a fim de sanar suas necessidades.

Visão: Tornar-se uma rede de cama e café, captando moradores de Maricá e outros municípios e oferecendo o know how.

Meta: A meta é estar no mercado competitivo, e no período de 3 anos estar entre os 5 melhores empreendimentos de hospedagem em Maricá.

Valores:

- Preservar o ambiente;
- Autenticidade;
- Qualidade no atendimento;
- Fideliza o do hóspede;
- Beneficiar a comunidade local.
- Medidas permanentes para valorizar a cultura local.

1.6 Setor de atividade

O setor de serviços tem se expandido de forma impar. Segundo o IBGE (2014) o setor de serviços de hospedagem obteve um crescimento de 7,6%

comparado a 2013. Tal crescimento mostra que o setor possui grande procura, fazendo-se necessário sanar esta necessidade. De acordo com o SBClass (2010) um meio de hospedagem cama e café deve possuir até três quartos para hospedagem. O objetivo é empreender no setor de serviços hoteleiros, a fim de obter um negócio próprio em nossa residência, tendo controle em todo o estabelecimento, promovendo comodidade e preço diferenciado, além de um café da manhã característico deste estabelecimento.

1.7 Dados das empreendedoras

Sócia 1: Thamires Ricardo da Silva

Bacharel em Hotelaria, 25 anos, inglês fluente. Experiência em eventos e em hotelaria. Responsável pela administração, divulgação, marketing e contato com os fornecedores.

Sócia 2: Merijane Caldeira da Silva

Bacharel em Hotelaria, 36 anos. Espanhol intermediário. Pesquisadora na área de hospedagem e gastronomia regional. Experiência em recepção e setor de alimentos e bebidas em pousada de pequeno porte. Responsável pelo setor de alimentos e bebidas e governança.

1.8 Capital Social

Tabela 1. Capital Social a ser investido no empreendimento.

	Nome do Sócio	Valor	Participação
1	Merijane Caldeira da Silva	R\$57.000,00	50,00%
2	Thamires Ricardo da Silva	R\$57.000,00	50,00%
Total			100,00%

O capital a ser investido foi obtido por fundo financeiro das proprietárias aplicado em uma corretora de investimento.

2. ANÁLISE DE MERCADO

Para traçar o perfil dos futuros hóspedes, foi aplicado um questionário aos

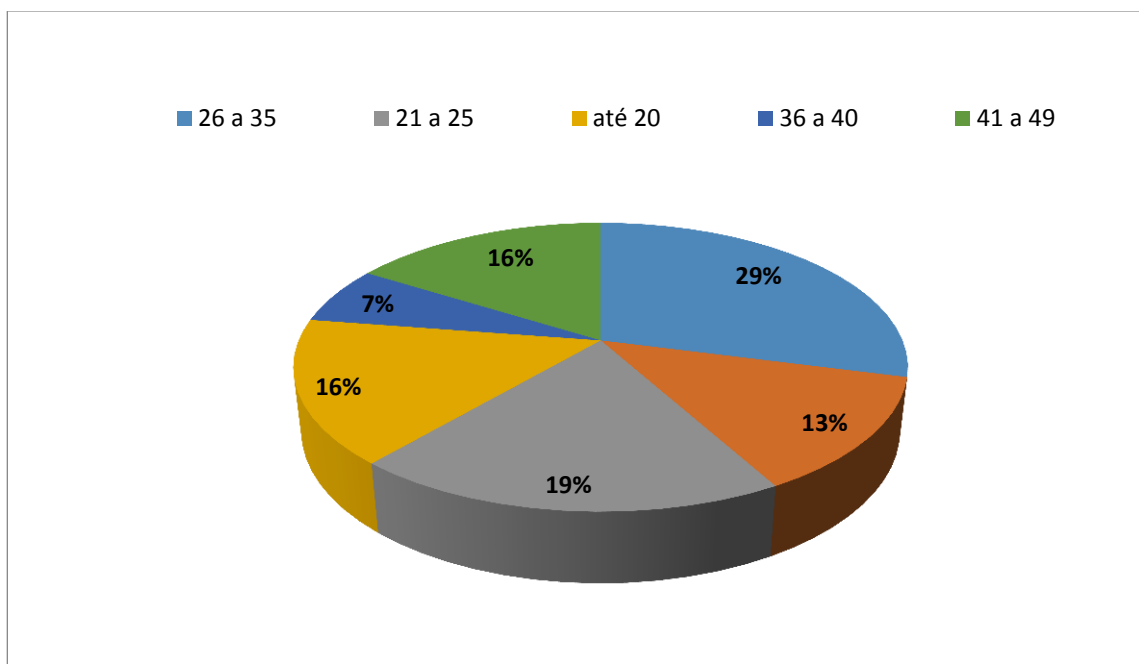
turistas de Maricá contendo perguntas fechadas. A pesquisa e aplicação foram realizadas entre os dias 12 e 14 de dezembro de 2016 (modelo em apêndice).

2.1 Perfil dos hóspedes

Conforme Figura. 1, os resultados apontam que a faixa etária dos turistas entrevistados é entre 15 a 49 anos, são jovens e adultos que vão a Maricá em busca de tranquilidade, contemplação da natureza, esportes radicais e clima agradável.

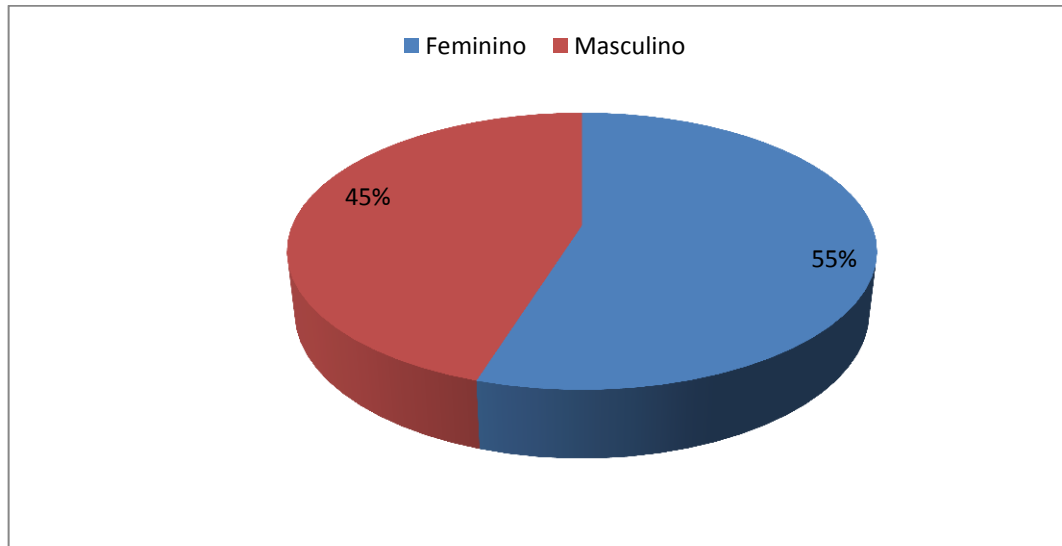
Pode-se observar um maior percentual na faixa de 26 a 35 anos (29%), seguindo por um público de 21 a 25 anos (16%). Desse modo, os resultados sugerem que o perfil dos hóspedes é de jovem. Embora o público seja de jovem em busca de aventura, muitos casais também procuram por espaços culturais na cidade.

Figura 1.



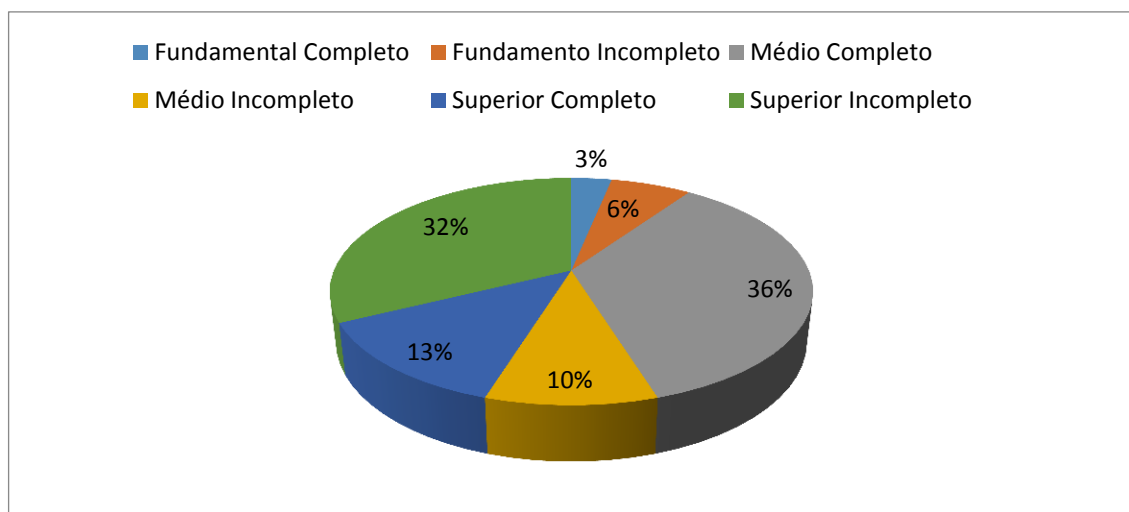
Faixa etária dos entrevistados.

A cidade de Maricá atrai pessoas de ambos os sexos que desejam aventura, adrenalina e lazer ao ar livre. E esse estilo de vida com práticas de atividades físicas na rotina diária, está sendo inserida também no mercado de hospitalidade, não havendo distinção de sexo para as atividades (FIGURA 2).

Figura 2.

Sexo dos entrevistados.

O grau de escolaridade dos visitantes é diversificado, o que mostra que é irrelevante para o meio de hospedagem. Porém, há uma predominância na pesquisa de turistas com ensino médio completo e superior incompleto. (FIGURA 3).

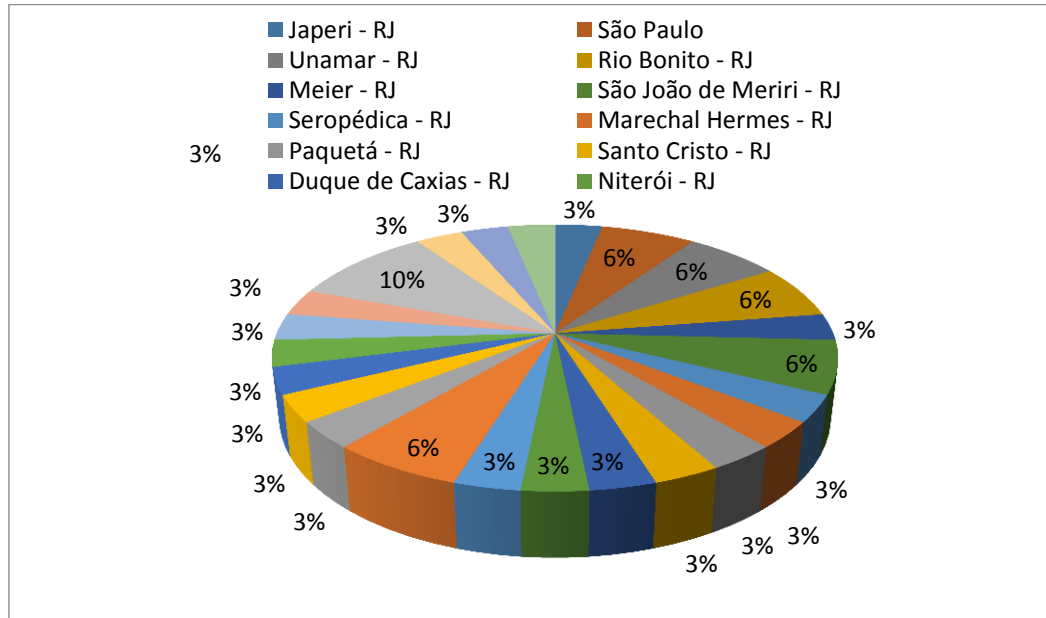
Figura 3.

Grau de escolaridade dos entrevistados.

Conforme FIGURA 4, os visitantes são em sua grande maioria (96 %)

provenientes do Estado do Rio de Janeiro. Esta visão parece ser pela falta de divulgação da cidade no cenário turístico nacional.

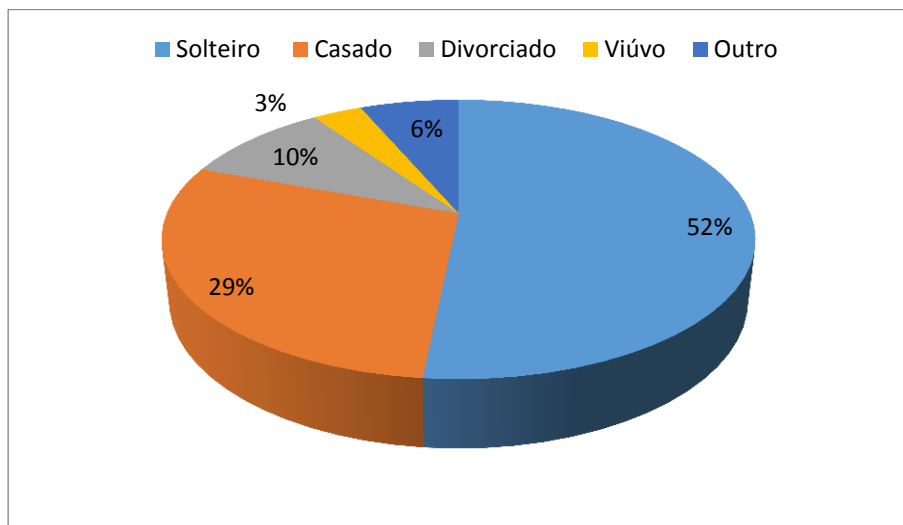
Figura 4.



Local de residência dos entrevistados.

Quanto ao estado civil 52% dos entrevistados são solteiros e 48 % entre casados, viúvo, divorciado e outros (FIGURA 5).

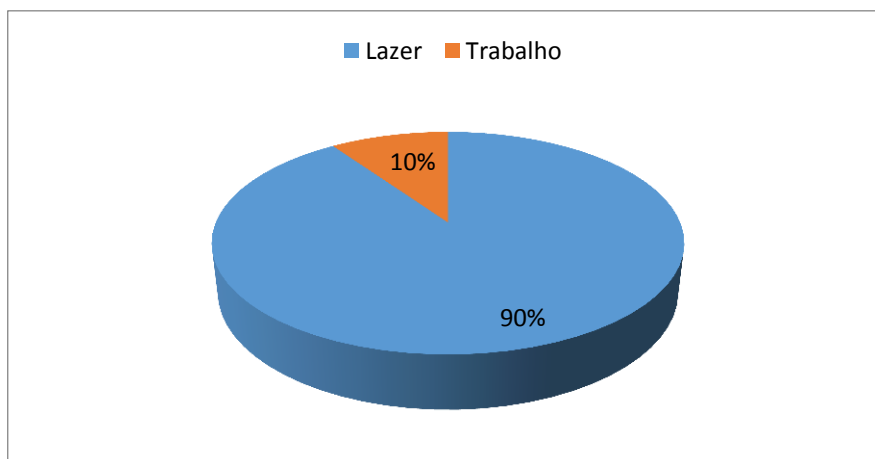
Figura 5



Estado civil dos entrevistados.

A cidade de Maricá é uma região turística. Entre os entrevistados 90% estavam viajando a lazer (FIGURA 6). Devido a proximidade com as indústrias nas cidades de Niterói e Itaboraí, Maricá recebe trabalhadores em seus meios de hospedagens. Porém, ainda tem receio de se hospedar num meio de hospedagem extra hoteleiro, visto que ainda são mais reservados e buscam um ambiente mais formal.

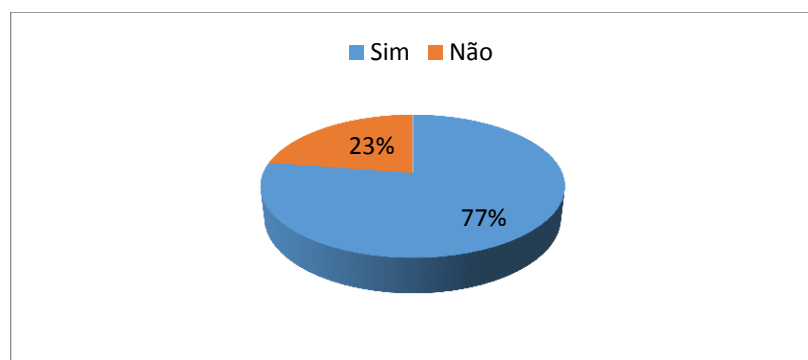
Figura 6



Motivo da viagem dos entrevistados.

O segmento cama e café não era conhecido entre os visitantes, como pode ser observado na FIGURA 7, após apresentar o empreendimento, 77% dos pesquisados afirmaram que se hospedariam no empreendimento, pois vivenciando uma experiência de cotidiano familiar. Porém, 23% ainda ficaram na dúvida, por pensar que a modalidade de hospedagem pode tirar a privacidade dos hóspedes, mas deixaram claro que poderiam no futuro testar essa modalidade.

Figura 7



Hospedagem no Cama e Café.

A FIGURA 8 demonstrou que os entrevistados relataram que costumam viajar com a família não apenas nas férias, mas sempre que tem um feriado prolongado, preferencialmente nos feriados de páscoa e carnaval. Dada a importância desses períodos comemorativos, o cama e café irá disponibilizar pacotes para grupo de até 8 pessoas.

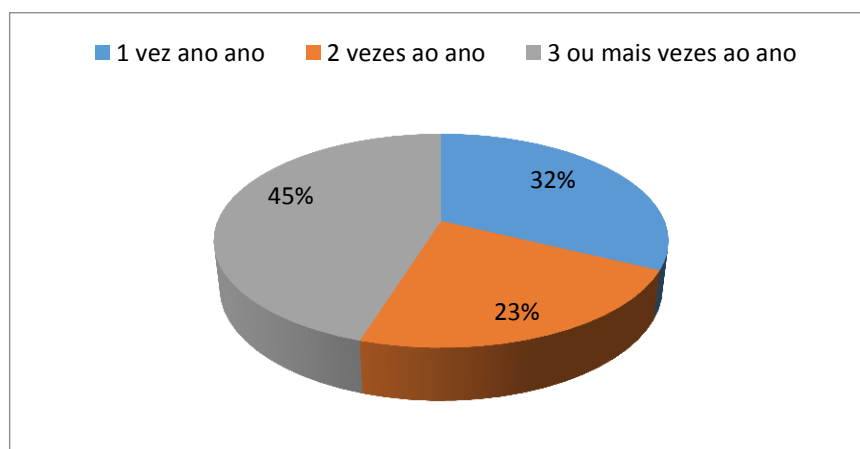
Figura 8



Viagem com a família.

As viagens mencionadas se referem a férias e pequenas viagens de final de semana ou feriado (FIGURAS 8 e 9). Ficou evidenciado que 45% dos entrevistados viajam 3 ou mais vezes ao ano para Maricá.

Figura 9

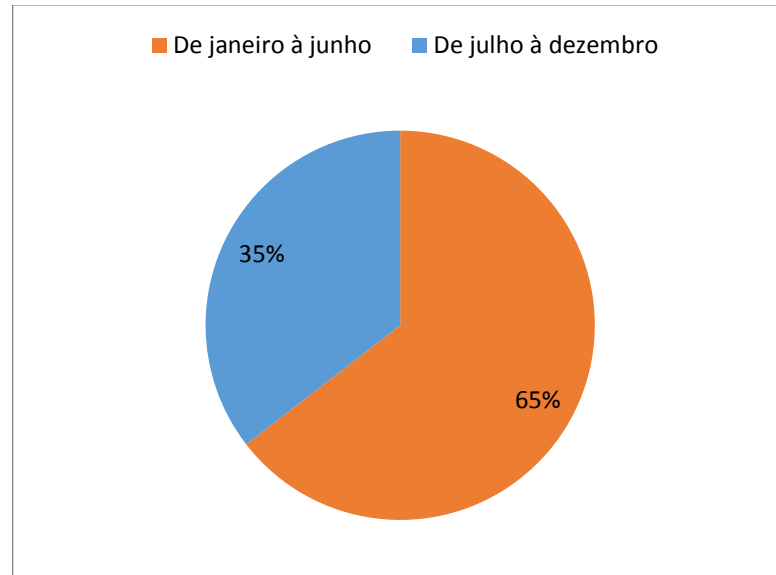


Frequência dos passeios.

Mais da metade dos entrevistados costumam viajar no primeiro semestre do

ano, pois alegam aproveitar mais as praias e cachoeira da região (FIGURA 10).

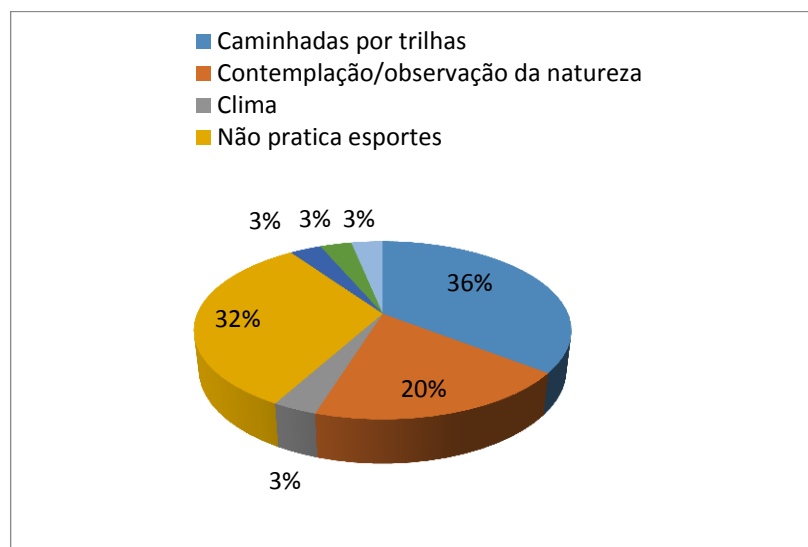
Figura 10



Período da viagem.

Conforme demonstrado nas FIGURAS 11 e 12, Maricá atrai pessoas que buscam tranquilidade, contemplação da natureza, pois é conhecida por ter uma linda paisagem que proporciona muitas trilhas e clima agradável.

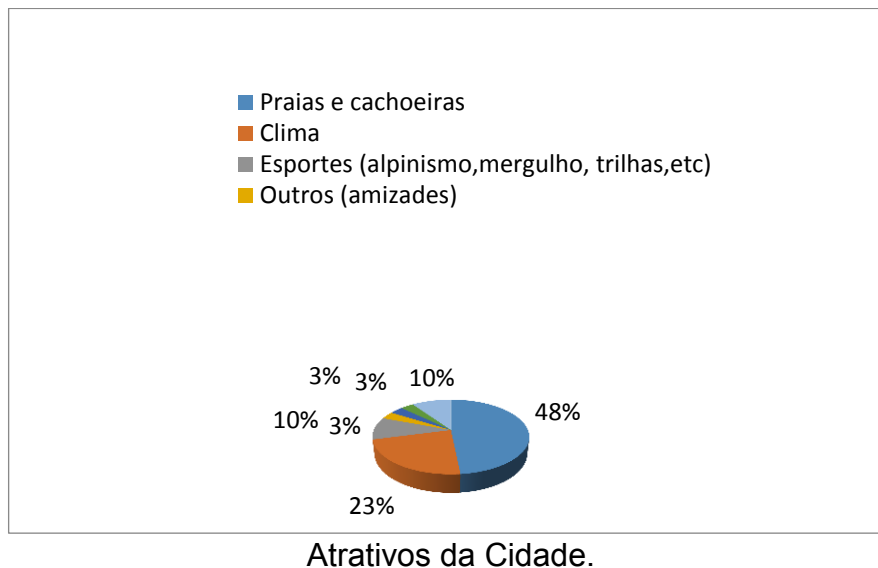
Figura 11



A escolha da Cidade de Maricá.

Verificou-se que mais da metade dos entrevistados estavam em Maricá a lazer. Parece claro que vão pra conhecer a natureza, informaram ter vontade de se aventurar pelos esportes oferecido na cidade. O que evidencia o turismo de aventura³ na cidade.

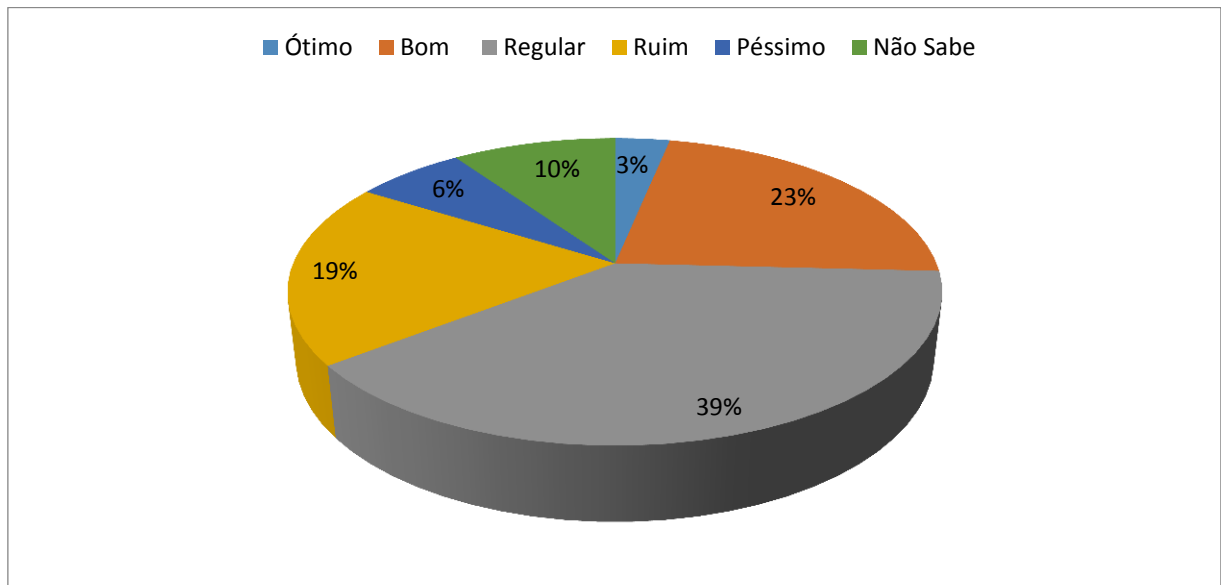
Figura 12



Segundo os visitantes, a cidade precisa melhorar em sua infraestrutura. Dada a importância de para atender bem os visitantes, precisa ter estradas asfaltadas e com boa iluminação, serviços médicos, serviços bancários e qualificação de mão de obra. Porém, a falta dela não é impedimento para passear na cidade, pois a tranquilidade e a natureza compensa a falta de infraestrutura. (Fig. 13).

³ Turismo de Aventura compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo. **BRASIL, Ministério do Turismo. Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais. Brasília: Ministério do Turismo, 2006** Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo de Aventura Versxo Final IMPRESSxO .pdf. Acesso em: 20 de mar. 2018

Figura 13



Infraestrutura da Cidade de Maricá.

Fundamentado nesses dados, pode se dizer que o perfil dos futuros hóspedes do Cama e Café é de pessoas que buscam experiências no Turismo de Aventura e Turismo Cultural⁴.

2.2 Análise da Concorrência

A pesquisa da concorrência se deu por entrevista telefônica com colaboradores (gerente e recepcionista) e por coleta de dados nos sites oficiais de três pousadas, por se tratar de um concorrente similar e por serem os mais próximos do cama e café. As pousadas não são classificadas no SBCLAss, mas se avaliam como 3 estrelas. As pousadas informaram a média da taxa de ocupação anual e os turistas entrevistados alegaram preferir a hospedagem em pousadas, por oferecer um serviço mais familiar.

⁴ Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura. **BRASIL, Ministério do Turismo. Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais. Brasília: Ministério do Turismo, 2006** Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf. Acesso em: 20 de mar de 2018.

Quadro 1. Demonstrativo dos concorrentes em Maricá.

Concorrentes	Taxa de ocupação	Preço	Pagamento	Reserva	Instalações	Serviços
Pousada da Vovó Natureza Não segue a classificação SBCLASS. Período de funcionamento: 24 horas.	Média anual (%): 80 % Maior ocupação: dezembro a julho Menor ocupação: agosto a novembro	Valor médio das diárias com café da manhã: R\$ 180,00	Dinheiro e cartão de crédito e débito	Por telefone e e-mail	A pousada possui 10 apartamentos com: TV a cabo Internet Telefone Frigobar Ar Ventilador Cozinha	Restaurante/ Churrasqueira Estacionamento Serviços bilíngues Lavanderia Informações turísticas Esportes Eventos (200 pessoas)
Pousada Colinas de Maricá O concorrente não segue a classificação SBCLASS. Período de funcionamento: 24 horas.	Média anual (%): 90 % Maior ocupação: dezembro a julho Menor ocupação: agosto a novembro	Valor médio das diárias com café da manhã: R\$ 165,00	Dinheiro, cartão de crédito e débito	Reservas somente por e-mail ou telefone	Suítes, quartos sem banheiro e chalés para grupos com: TV por assinatura Internet Telefone Frigobar Ar condicionado Ventilador Cozinha	Restaurante Estacionamento Serviços bilíngue Lavanderia Informações turísticas Esportes Área pra eventos
Pousada Luar da Barra O concorrente não segue a classificação SBCLASS. Período de	Média Anual (%): 90 % Maior ocupação: dezembro a julho Menor	Valor médio das diárias com café da manhã: R\$ 180,00	Dinheiro e cartão de crédito e débito	Reservas somente por e-mail ou telefone	Possui 10 Suítes com: TV por assinatura Internet Telefone Frigobar Ar	Restaurante Churrasqueira Estacionamento Serviços bilíngues Lavanderia Informações

funcionamen- to: 24 horas	ocupação: agosto a novembro				condicionado Ventilador Cozinha	turísticas Esportes
------------------------------	-----------------------------------	--	--	--	---------------------------------------	------------------------

2.3 Fornecedores

Os fornecedores de móveis, informática e enxoval serão do site Submarino, Casas Bahia, Paulo Cezar Enxovais e Conamore – enxovais para hotelaria. Para o café da manhã e lavanderia, será efetuada a compra no supermercado local (Rede Economia) e Supermercado Guanabara. Os *amenities* (shampoo, condicionador e sabonete) serão de fabricação do cama e café, sob a supervisão de um técnico em química, que fará a produção duas vezes ao ano.

Não haverá custos com os utensílios para o café da manhã, visto que a residência já possui os utensílios necessários para o atendimento aos hóspedes.

O levantamento dos fornecedores foi realizado através de pesquisa na internet.

Quadro 2. Fornecedores de enxoval, mobiliário e equipamentos.

Itens	Qdt.	Fornecedor	Preço	Valor total	Prazo de entrega	Localização
Cama Box Mônaco Casal	1	Casas Bahia	R\$ 349,90	R\$ 349,90	33 dias úteis	Niterói
Cama Box Conjugada Solteiro	6	Casas Bahia	R\$ 269,00	R\$ 1.614,00	33 dias úteis	Niterói
Guarda-roupa 2 Portas	3	Casas Bahia	R\$ 899,00	R\$ 2.697,00	33 dias úteis	Niterói
Balcão de recepção	1	Submarino	R\$ 899,00	R\$ 899,00	11 dias úteis (frete normal)	Rio de Janeiro

Criado mudo	8	Casas Bahia	R\$ 89,99	R\$ 719,92	33 dias úteis	Niterói
Cabeceira Casal	1	Casas Bahia	R\$ 179,98	R\$ 179,98	33 dias úteis	Niterói
Cabeceira Solteiro	6	Casas Bahia	R\$ 139,90	R\$ 839,40	33 dias úteis	Niterói
Armário com Chave	1	Submarino	R\$ 367,99	R\$ 367,99	11 dias úteis (frete normal)	Rio de Janeiro
Tábua de Passar Roupas	1	Submarino	R\$ 200,04	R\$ 200,04	11 dias úteis (frete normal)	Rio de Janeiro
Edredom Casal	3	Paulo Cesar enxovais	R\$ 341,90	R\$ 1.025,70	15 dias úteis	São Paulo
Jogo de Cama Solteiro	18	Submarino	R\$ 69,90	R\$ 1.258,20	11 dias úteis (frete normal)	Rio de Janeiro
Protetor de Colchão	7	Paulo Cezar Enxovais	R\$ 104,80	R\$ 733,60	15 dias úteis	São Paulo
Cobertor Solteiro	6	Submarino	R\$ 43,90	R\$ 263,40	11 dias úteis (frete normal)	Rio de Janeiro
06 kits Travesseiros	6	Submarino	R\$ 99,92	R\$ 599,52	11 dias úteis (frete normal)	Rio de Janeiro
Almofadas Decorativas	6	Submarino	R\$ 29,90	R\$ 179,40	11 dias úteis (frete normal)	Rio de Janeiro
Fronha Avulsa	20	Submarino	R\$ 21,99	R\$ 439,80	11 dias úteis (frete normal)	Rio de Janeiro

Protetor de travesseiro	20	Conamore	R\$ 9,50	R\$ 190,00	15 dias úteis	São Paulo
Toalha Banho	24	Conamore	R\$ 26,90	R\$ 645,60	15 dias úteis	São Paulo
Toalha de Rosto	24	Conamore	R\$ 5,90	R\$ 141,60	15 dias úteis	São Paulo
Cortina Algodão	3	Submarino	R\$ 59,90	R\$ 179,70	11 dias úteis (frete normal)	Rio de Janeiro
Toalha de piso	12	Conamore	R\$ 10,36	R\$ 124,32	15 dias úteis	São Paulo
Lençol solteiro	38	Conamore	R\$ 19,90	R\$ 752,20	15 dias úteis	São Paulo
Lençol casal	12	Conamore	R\$ 25,90	R\$ 310,80	15 dias úteis	São Paulo

Computador Intel Dual	1	Casas Bahia	R\$ 1.449,00	R\$ 1.449,00	33 dias úteis	Niterói
Impressora Multifuncional	1	Casas Bahia	R\$ 305,99	R\$ 305,99	33 dias úteis	Niterói
Suporte Bi-Articulado de Parede	3	Casas Bahia	R\$ 49,90	R\$ 149,70	33 dias úteis	Niterói

Telefone Sem Fio Digital	1	Submarino	R\$ 179,10	R\$ 179,10	11 dias úteis (frete normal)	Rio de Janeiro
Máquina de Calcular	1	Submarino	R\$ 26,90	R\$ 26,90	11 dias úteis (frete normal)	Rio de Janeiro
Tv LED 32"	3	Submarino	R\$ 999,00	R\$ 2.997,00	11 dias úteis (frete normal)	Rio de Janeiro
DVD Player	3	Submarino	R\$ 139,90	R\$ 419,70	11 dias úteis (frete normal)	Rio de Janeiro
Geladeira Duplex 459 Litros -	1	Submarino	R\$ 2.528,50	R\$ 2.528,50	11 dias úteis (frete normal)	Rio de Janeiro
Lavadora de Roupas 15 Kg	1	Submarino	R\$ 1.599,00	R\$ 1.599,00	11 dias úteis (frete normal)	Rio de Janeiro
Frigobar Consul 80 Litros	3	Submarino	R\$ 809,00	R\$ 2.427,00	11 dias úteis (frete normal)	Rio de Janeiro
Ar Condicionado Split 24.000 Btus	3	Submarino	R\$ 2.639,00	R\$ 7.917,00	11 dias úteis (frete normal)	Rio de Janeiro
TOTAL					R\$ 36.450,26	

2.4 Análise SWOT

Segundo o SEBRAE, a matriz SWOT é um instrumento gerencial que auxilia o gestor a organizar o seu processo de planejamento no mercado. É indicada para empreendimentos de todos os portes. É dividida em análise interna e análise externa, conforme pode ser observada na tabela 2.

Tabela 2. Análise SWOT de gestão.

ANÁLISE INTERNA: PONTOS FORTES E PONTOS FRACOS	
Pontos Fortes	Pontos Fracos
<p>Conhecimento de demanda real e potencial. A demanda real é o hóspede que consome o serviço do cama e café e a demanda potencial, é o futuro hóspede.</p> <p>Exemplos: sazonalidade e marketing.</p> <p>O cama e café é o primeiro da região de Maricá, próximo a Cervejaria Artesanal São José do Imbassaí.</p>	<p>São os efeitos negativos que podem causar impacto ao cama e café.</p> <p>Os problemas ao redor podem ser minimizados, mas não dá para anular.</p> <p>Exemplo: Ainda pode haver desconfiança quanto à hospedagem nesse segmento, por não ser conhecido na região.</p>
ANÁLISE EXTERNA: OPORTUNIDADES E AMEAÇAS	
Oportunidades	Ameaças
<p>São ações externas que acontecem dentro da localidade onde o empreendimento está inserido e podem influenciar positivamente a política de gestão.</p> <p>Exemplo: oferecer um tour guiado ressaltando a cultura local, as concorrências e os eventos. Por ter parceria com os órgãos que promovem os eventos da cidade, que atrai muitos turistas voltados para os esportes radicais, esse público vê no cama e café um jeito mais despojado de se hospedar.</p>	<p>São ações externas que podem influenciar negativamente o processo de comercialização da imagem do empreendimento.</p> <p>Exemplo: concorrência, falta de infraestrutura na localidade, onde está inserido o meio de hospedagem. As pousadas da região são fortes concorrentes ao cama e café, por serem empreendimento há mais tempo no mercado, podem dividir a preferência entre os turistas.</p>

3. ESTRATÉGIAS DE MARKETING

Segundo Castelli (2003), o marketing é uma espécie de radar, na qual se pode captar as necessidades, os desejos e as expectativas dos clientes. É uma função na qual se visualiza as mudanças no comportamento do consumidor.

3.1 Infraestrutura e Serviços oferecidos para hospedagem

Com base no SBclass o empreendimento classificado em 4 estrelas contará com serviços exclusivos para um maior conforto do hóspede:

- ✓ Café da manhã - café, leite, bolo caseiro, torrada, tapioca, ovos mexidos, sucos, queijo, presunto, achocolatado em pó, chá, uma fruta, iogurte, manteiga ou margarina, pão, geleias caseiras, açúcar e adoçante;
- ✓ Uso da churrasqueira;
- ✓ Uso da piscina;
- ✓ Adaptador de tomada à disposição sob pedido;
- ✓ Ferro de passar roupa à disposição sob pedido;
- ✓ Espelho de corpo inteiro nas UHs;
- ✓ Lavatório com espelho;
- ✓ Ducha manual nos banheiros;
- ✓ Mesa e cadeiras nas UHs;
- ✓ Lâmpada de leitura junto a cabeceira;
- ✓ Serviço de despertador;
- ✓ Ventilador e ar condicionado nas UHs e nas áreas sociais;
- ✓ TV com controle nas UHs
- ✓ Cortinas nas UHs;
- ✓ Cesta de lixo e guarda roupas nas UHs;
- ✓ Porta mala nas UHs;
- ✓ Água quente no chuveiro;
- ✓ Cesto de lixo nos banheiros;
- ✓ Suporte para produtos de banho no box;
- ✓ Sabonete e toalhas de banho e rosto por hóspedes;
- ✓ Tapete no banheiro;
- ✓ Chá e café à vontade a qualquer hora do dia solicitado pelo hóspede;
- ✓ Frigobar nas UHs;
- ✓ Água potável disponíveis nas UHs;
- ✓ Copos;
- ✓ Sala de estar com televisão;
- ✓ Filmes solicitados pelo hóspede;

- ✓ Anfitrião deve ser acessível por telefone durante 24 horas;
- ✓ Telefone para uso do hóspede;
- ✓ Notebook com acesso a internet a pedido;
- ✓ Serviço bilíngüe (inglês e espanhol);
- ✓ Limpeza diária nos quartos em uso;
- ✓ Cofre em todas as UHs;
- ✓ Guarda chuva a pedido;
- ✓ Regras da casa no quarto por escrito em português e mais dois idiomas;
- ✓ Serviço de abertura de cama;
- ✓ Travesseiro e cobertor extra na UHs;
- ✓ Serviço de troca de roupa de banho em dias alternados;
- ✓ Serviço de troca de roupa de cama a cada 3 dias;
- ✓ Disponibilização de kit de costura a pedido;
- ✓ Disponibilização de amenities (creme dental, creme de barbear e escova de dente) a pedido;
- ✓ Serviço de *wi fi* em todas as áreas do empreendimento;
- ✓ Serviço de lavanderia;
- ✓ *Check out 12 h*;
- ✓ *Check in 15h*;
- ✓ Serviço de atendimento médico de urgência (hospital, clínica ou no empreendimento)
- ✓ Parceria com os empreendimentos comerciais do bairro, para divulgar o cama e café para os clientes passantes e habituais.
- ✓ Parceria com táxis da região;
- ✓ Informações e folhetos turísticos;
- ✓ Divulgação na mídia da cidade.

3.2 Serviços Ofertados para a comunidade

O empreendimento possui o plano de beneficiar o bairro de São José do Imbassaí, promovendo cursos de capacitação (como por exemplo, produtos de higiene e beleza, entre outros) para a comunidade, que necessita ter uma qualificação profissional por possuírem baixos níveis de escolaridade. Tais cursos,

oferecidos pelas proprietárias do empreendimento além de servirem para a produção do estabelecimento servirão também para ajudar a comunidade mais carente a obter seu próprio lucro com artesanatos e confeitaria.

3.3 Preço

A precificação da diária do cama e café tem como concorrência e ponto de orientação, a média da diária do concorrente mais próximo que R\$ 180,00 duplo. A diária do cama e café é de R\$ 205,00, duplo R\$ 215,00 e triplo R\$ 240,00. Pacotes com pensão completa para réveillon e carnaval terão descontos de acordo com o número de pessoas. O hóspede poderá cancelar as reservas em até 48 horas de antecedência. Condições de pagamento: cartão em até 6 vezes ou dinheiro.

A tarifa será única em qualquer dia da semana, crianças de até 5 anos não pagará diária. As reservas serão por whats app, facebook ou e-mail.

De acordo com o motivo de viagem dos entrevistados, que é de 90 % lazer e que buscam atividade cultural e de aventura, pode-se dizer que a taxa de ocupação prevista será de 80%, em baixa temporada entre os meses de agosto a novembro e, 100 % na alta temporada entre dezembro e julho.

No mesmo bairro do empreendimento está situado o Rancho do Tomate, local de eventos que atrai turistas para a cidade. Os eventos acontecem em várias edições do ano, e o cama e café fará promoções nesses períodos para atrair hóspedes, elevando a ocupação na baixa temporada. O waterfall fará parceria com a Cervejaria São Jose do Imbassaí, para visitas guiadas dos hóspedes nos meses de baixa temporada.

3.4 Distribuição

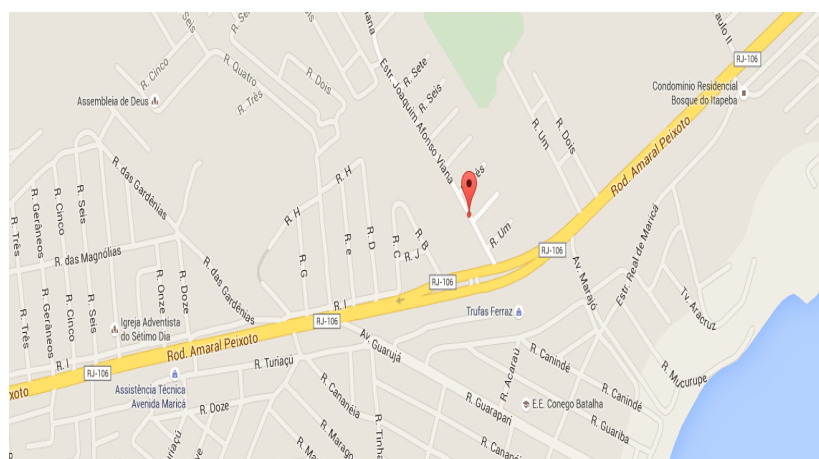
3.4.1 Localização do negócio

O bairro de São José do Imbassaí está localizado Rodovia Amaral Peixoto, chamando a atenção dos viajantes que passam pela rodovia com o destino às praias e lagoas de Maricá, é um local tranquilo que recebe muitos viajantes que procuram tranquilidade, bom clima e ecoturismo. Saindo do Rio de Janeiro de transporte

público, vai direto pra Rodoviária no Centro de Maricá e depois pegar um ônibus ou Van para o Bairro São José do Imbassaí e descer em frente ao Mc Donald da Rodovia.

No mesmo bairro está inserido a Pousada da Vovó Bellina, o que deixa claro ser a concorrente mais próxima, conforme FIGURA. 14.

Figura 14. Vista da localização pelo mapa da cidade de Maricá – RJ



Fonte: Google maps.

Os atrativos turísticos existentes na região de Maricá são caracterizados por praias, lagoas, eventos e esportes radicais. Contudo, a cidade está ampliando seu nicho de mercado, está previsto para os próximos dois anos a inauguração do Plaza Shopping Maricá, intitulado como o maior shopping da região dos Lagos. Segundo informações obtidas no site da prefeitura, foi ressaltado que os planos para reabrir o aeródromo Laélis Baptista será um marco no desenvolvimento da cidade de Maricá.

No mesmo bairro do cama e Café foi inaugurado um empreendimento chamado “Rancho do Tomate”, onde há eventos sertanejos ao longo do ano. O bairro também tem a cervejaria artesanal São José do Imbassaí.

Os canais de vendas serão as OTAs⁵ (Tripadvisor, Booking e Airbnb), o investimento nas agencias online trará uma visibilidade maior ao empreendimento, visto que o consumidor cada vez mais procura o buscador Trivago⁶, para realizar sua compra com o valor mais acessível. O Trivago não efetiva venda, só organiza as buscas, ele recebe por click. Porém, as agencias online recebem por comissão, se

⁵ OTA – Online Travel Agencies

⁶ TRIVAGO – Site de distribuição hoteleira (meta busca)

as reservas forem efetivadas por eles.

O Waterfall cama e café terá um site próprio, na qual não pagará por intermediário, não terá custos com altos investimentos, visto que a sócia 1 será a responsável pela execução do mesmo. O empreendimento será registrado no site cama e café, que se intitula a primeira rede bed and breakfast do Brasil. Para ser registrado o empreendimento precisa receber a equipe da rede para averiguação se o estabelecimento estiver de acordo com as especificações do bed and breakfast.

Futuramente o waterfall poderá ser encontrado no Guide Michelin, que é um guia turístico mundial. As estratégias de divulgação serão as redes sociais, nas quais teremos um feedback dos pontos negativos e positivos, o site terá versão móvel, visando facilitar a navegação do usuário.

O sistema operacional do empreendimento será o Hosped in⁷, pois é um sistema completo e acessível para empreendimentos de médio porte.

3.5 Comunicação

A divulgação será realizada através de sites na internet e na versão para smartphone, páginas no FACEBOOK, INSTAGRAM e TWITTER com fotografias e vídeos institucionais. Os canais de comunicação serão o jornal local, outdoors e no site da rede cama e café. A divulgação local é importante para a comunidade conhecer o novo empreendimento, visto que será o primeiro a ser inaugurado na cidade, e o cadastro na rede bed and breakfast visa a divulgação nacional e internacional e por ser uma referência no segmento de hospedagem não oficial.

3.5.1 Marca

A definição do nome do cama e café foi pela história do bairro, na qual na rua do empreendimento há uma cachoeira que é um atrativo para os moradores .

A marca foi desenvolvida no programa Wordpad, com criação das proprietárias do empreendimento.

⁷ O Hospedin é um software em nuvem desenvolvido para administrar pousadas, hotéis ou qualquer conjunto de acomodações de forma simples e profissional. Disponível em: <http://blog.hospedin.com/sobre-o-hosped-in/> Acesso em: 04 jun de 2018.

Figura 15



Cartão de visita do empreendimento

Figura 16



Logomarca do Cama e Café Waterfall

4. PLANO OPERACIONAL

O plano operacional é a descrição do fluxo operacional do empreendimento. Deve ser apresentado um plano de ações em seu sistema produtivo, ou seja, mostrará o passo a passo das medidas para o funcionamento do cama e café.

4.1 Layouts

Para inserir o empreendimento na residência, foi necessário realizar reformas para atender a classificação do SBCLASS.

A propriedade é própria, o que facilitou a reforma para inserir o cama e café. No andar inferior, era composto por uma sala de estar, sala de jantar, cozinha, lavanderia e banheiro.

Na sala de estar foi criado um ambiente para recepção e na sala de jantar, foi construído o quarto das proprietárias. O banheiro e a cozinha foram mantidos, a área externa continuou com a mesma infraestrutura.

No andar superior, foi mantido a suíte e um quarto e no lugar da varanda, foi construído mais um quarto, totalizando dois quartos com banheiros privativos e uma suíte.

Nas Figuras 17, 18, 19 e 20 são apresentados os *layouts* da residência antes e depois da reforma para adequação do ambiente.



Figura 17. Primeiro andar da residência antes da reforma.

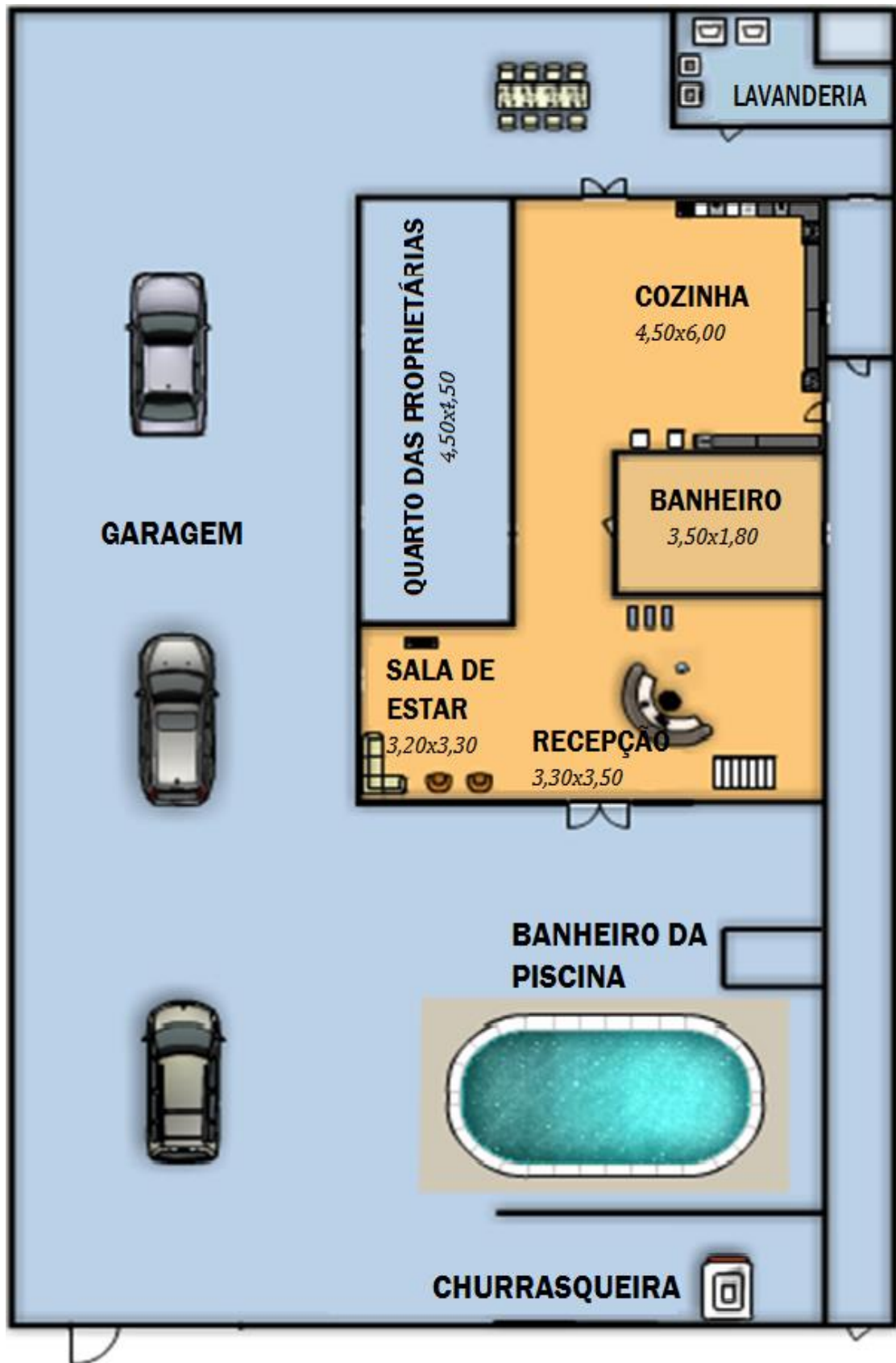


Figura 18. Primeiro andar da residência depois da reforma.

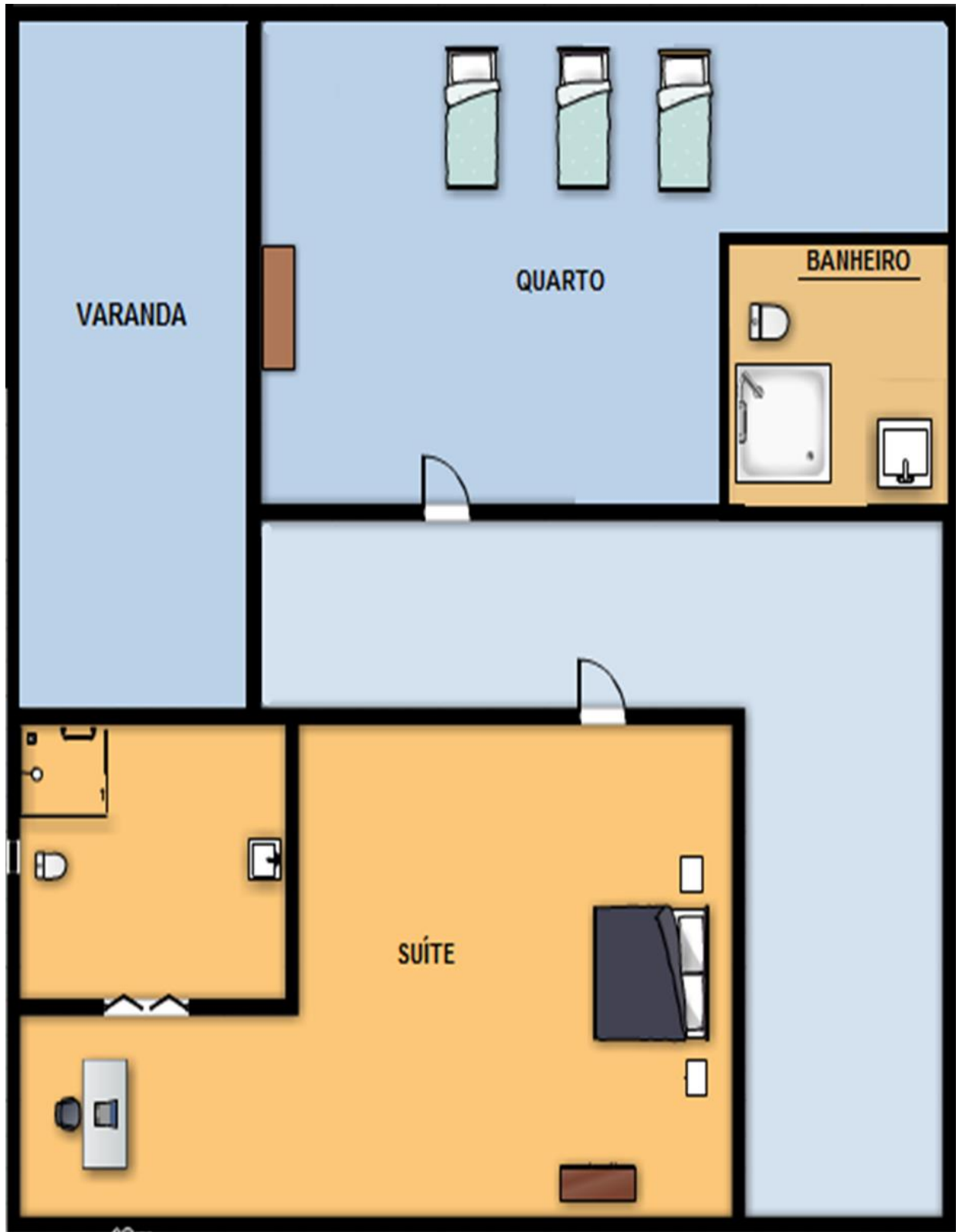


Figura 19. Segundo andar da residência antes da reforma.

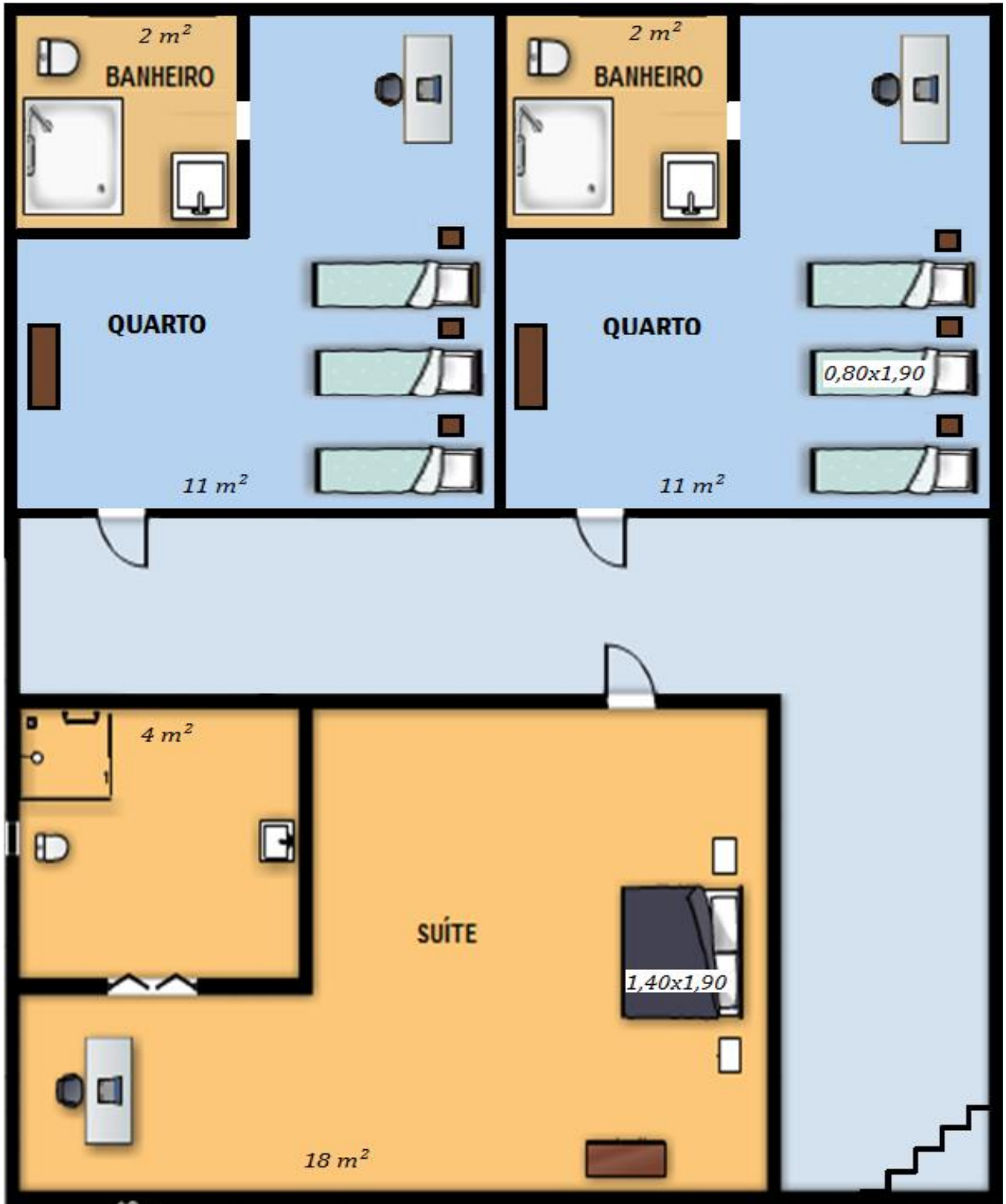


Figura 20. Segundo andar da residência depois da reforma.

4.2 Fluxograma processual

O hóspede para concretizar a reserva deverá realizar o pré-pagamento, ao chegar à recepção no horário do *check-in*, apenas terminará de preencher os dados para a Ficha Nacional Registro de Hóspedes (FNRH), a recepcionista irá lhe informar as regras do empreendimento e logo será direcionado ao quarto reservado.

Quando chega um cliente que não fez reserva, este é recebido na recepção, então se verifica a disponibilidade de quartos e se estiver disponível, o cliente passa seus dados para o preenchimento da FNRH e para a hospedagem, como: RG, CPF, endereço, forma de pagamento, dias de estadia, tipo de quarto, dentre outros. Enquanto os dados são preenchidos, verifica-se o quarto que o cliente irá permanecer, informa para checagem de todos os itens presentes neste, a recepcionista lhe entrega os folders de divulgação de serviços oferecidos pelo cama e café e após esse atendimento, o cliente então é direcionado até seu quarto.

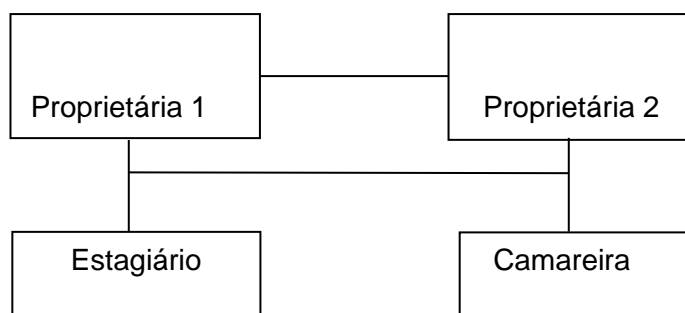
4.2.1 Colaboradores e suas atividades

Proprietárias – Gerenciar a parte administrativa, governança, café da manhã, conferir recados na agenda, abrir garagem, serviço de despertador, *check-out*, *check-in*, conferir caixa, conferir a ficha de limpeza da governança, checar as ocupações e as saídas, checar sites e fazer reservas, informar ao hóspede os serviços oferecidos e o horário do café da manhã, fazer cadastro de clientes e emitir nota fiscal para o cliente.

Camareira – Checar o frigobar, realizar a limpeza das Unidades Habitacionais e áreas sociais, fazer o serviço de lavanderia e preparar o café da manhã quando necessário.

Estagiário – Auxiliar as proprietárias na preparação do café da manhã, realizar as compras de papelaria e café da manhã, alternar seus horários na governança e recepção.

4.3 Organograma



4.4 Equipe necessária

Quadro 5. Colaboradores

CARGO/FUNÇÃO	QUALIFICAÇÃO	SALÁRIOS
Proprietárias	Inglês intermediário, Ensino superior completo.	R\$ 2.862,00
Camareira	Experiência de pelo menos 1 ano na função e ensino fundamental completo.	R\$ 954,00
Estagiário de hotelaria	Cursando hotelaria (técnico ou graduação). Auxiliar na preparação do café da manhã e a governança.	R\$500,00

4.5 Capacidade de atendimento

O cama e café tem a disponibilidade de hospedar 10 clientes nos três quartos (pedindo-se cama extra) e também oferece pacotes com pensão completa no carnaval e réveillon.

O serviço de lavanderia é terceirizado no período de carnaval e réveillon, para assegurar a limpeza de todo o enxoval. A priori, usufruir apenas de 80% do espaço (8 pessoas, sendo duas na suíte e 3 em cada quarto triplo), com a ocupação média de 90%, para posteriormente acrescentar mais duas camas a pedido do cliente.

5. PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro mostrará o comportamento da empresa ao curto, médio e longo prazo. Deve apresentar o fluxo de caixas, os cenários, análise de investimentos e sua situação histórica.

5.1 Estimativa do investimento total

O valor a ser investido com compras de mobiliário, equipamentos e reformas necessárias para a sua instalação será R\$79.000,00. Não haverá custo com o imóvel, visto que é herança de família. Para capital de giro será destinado o valor de R\$35.000,00, totalizando R\$114.000,00 no investimento, sendo investidos 50% de cada uma das sócias.

5.1.1 Estimativa dos investimentos fixos

A - Máquinas e Equipamentos

Tabela 3. Máquinas e Equipamentos

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
Computador	1	R\$ 1.449,00	R\$ 1.449,00
Impressora	1	R\$ 305,99	R\$ 305,99
Suporte para TV	3	R\$ 49,90	R\$ 149,70
Telefone	1	R\$ 179,10	R\$ 179,10
Calculadora	1	R\$ 26,90	R\$ 26,90
TV LED	3	R\$ 999,00	R\$ 2.997,00
DVD player	3	R\$ 139,90	R\$ 419,70
Geladeira	1	R\$ 2.528,50	R\$ 2.528,50
Lavadora	1	R\$ 1.599,00	R\$ 1.599,00
Frigobar	3	R\$ 809,00	R\$ 2.427,00
Ar condicionado	3	R\$ 2.639,00	R\$ 7.917,00
SUBTOTAL (A):			R\$ 19.998,89

B – Mobiliário e enxoval

Tabela 4. Mobiliário e Enxovais

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
Cama Box	1	R\$ 349,90	R\$ 349,90
Cama Box Solteiro	6	R\$ 269,00	R\$ 1.614,00
Criado mudo	8	R\$ 89,99	R\$ 719,92

Cabeceira casal	1	R\$ 179,98	R\$ 179,98
Cabeceira solteiro	6	R\$ 139,90	R\$ 839,40
Guarda Roupa	4	R\$ 899,00	R\$ 3.596,00
Balcão	1	R\$ 899,00	R\$ 899,00
Armário com chave	1	R\$ 367,99	R\$ 367,99
Tábua de passar	1	R\$ 200,04	R\$ 200,04
Kit de cama casal	3	R\$ 341,90	R\$ 1.025,70
Kit de cama solteiro	18	R\$ 69,90	R\$ 1.258,20
Protetor de colchão	7	R\$ 104,80	R\$ 733,60
Cobertor solteiro	6	R\$ 43,90	R\$ 643,90
kit 4 travesseiros	6	R\$ 99,92	R\$ 599,52
Almofadas	20	R\$ 29,90	R\$ 598,00
Fronha avulsa	20	R\$ 21,99	R\$ 439,80
Capa protetora de travesseiros	24	R\$ 9,50	R\$ 228,00
Toalha de banho	24	R\$ 26,90	R\$ 645,60
Toalha de rosto	24	R\$ 5,90	R\$ 141,60
Cortina	3	R\$ 59,90	R\$ 179,90
Toalha de piso	12	R\$ 10,36	R\$ 124,32
Lençol solteiro	38	R\$ 19,90	R\$ 756,20
Lençol casal	12	R\$ 25,90	R\$ 310,80
			SUBTOTAL
			(B):
			R\$ 16.451,37

Total de estimativa dos investimentos fixos

SUB -TOTAL (A+B): R\$ 19.998,89 + R\$ 16.451,37 = R\$ 36.450,26

5.1.2 Estimativa dos investimentos financeiros

Estimativa de Capital de Giro:

Tabela 5. Capital de giro

Estimativa dos investimentos financeiros	Total
Reserva de Caixa (Cobertura dos custos)	R\$35.000,00

5.1.3 Estimativa dos investimentos pré-operacionais

Tabela 6. Pré-operacionais

Investimentos pré-operacionais	Total
Despesas de Legalização	R\$ 3.000,00
Obras civis e/ou reformas	RS 30.000,00

Divulgação	RS 4.000,00
Cursos e treinamentos	RS 2.000,00
Mão de Obra da reforma	RS 3.000,00
Total	R\$ 42.000,00

5.1.4 Estimativa do investimento total (resumo)

Tabela 7. Investimento total

Descrição	Total
Investimentos fixos	R\$ 36.450,26
Investimentos Financeiros	RS 35.000,00
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 42.000,00
Total (1+2+3):	R\$ 113.450,26

5.2 Estimativa do faturamento mensal

Tabela 8. Faturamento mensal

Produto/Serviço	Quantidade (estimativa de vendas)	Preço unitário de	Faturamento total
Hospedagem tripla	50	R\$ 240,00	R\$12.000,00
Hosp. Suíte	20	R\$ 215,00	R\$ 4.300,00
Hosp. Single	30	R\$ 205,00	R\$ 6.150,00
TOTAL	R\$ 22.450,00 X 12 meses		R\$ 269.400,00

5.3 Apuração do custos dos materiais e/ou mercadorias vendidas

Tabela 9. Custos dos materiais

Produto/Serviço	Estimativa de vendas (em unidades)	de Custo Unit. = CMP/ CMV (\$) (em Mater./Aquisição (\$))	
Hospedagem	50	R\$ 20,00	R\$ 1.000,00
Hosp. Suíte	20	R\$ 30,00	R\$ 600,00
Hosp. Single	30	R\$ 20,00	R\$ 600,00
TOTAL			R\$ 2.200,00

5.4 Estimativa dos custos de comercialização

Tabela 10. Custos de comercialização

Descrição	Alíquota Imposto	Faturamento estimado	Custo Total
1. Impostos SIMPLES NACIONAL	17,72%	R\$ 22.450,00	R\$ 3.978,14
2. Gasto com vendas			
Propaganda	7%	R\$ 22.450,00	R\$ 1.571,50
Total Custos		R\$ 5.549,64	

5.5 Estimativa dos custos com mão-de-obra

Tabela 11. Custos mão-de-obra

Função	QTD	Salário	Passagem	Vale Refeição	Café da manhã	TOTAL
Camareira	1	R\$ 954,00	R\$ 0,00	R\$ 264,00	R\$ 120,00	R\$ 1.338,00
Proprietárias	2	R\$ 2.862,00	R\$0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 5.724,00
Estagiário	1	R\$ 500,00	R\$ 160,00	R\$ 0,00	R\$ 120,00	R\$ 780,00
Total	3	R\$ 7.178,00	R\$ 160,00	R\$ 264,00	R\$ 240,00	R\$ 6.536,00

Total dos Salários R\$ 7.178,00

Encargos Sociais Camareira (33,77%) = R\$ 322,17

Estagiário não incide encargos

INSS Sócias (11%) = 789,58

Alimentação/Transporte = R\$ 664,00

Total do custo com mão-de-obra: R\$ 8.953,75

5.6 Estimativa do custos com depreciação

Tabela 12. Custos de depreciação

Ativos fixos	Valor do Bem	Vida útil em anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
A - Máquinas e equipamentos	R\$19.998,89	10 anos	R\$1.999,89	R\$166,66
B - Mobiliário e utensílios	R\$16.451,37	5 anos	R\$ 3.290,27	R\$ 274,19
Total				R\$ 440,85

5.7 Estimativa dos custos fixos mensais

Tabela 13. Custos fixos

Descrição	Custo Total Mensal
IPTU	R\$ 120,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 180,00
Custo com mão-de-obra (salários/encargos/despesas)	R\$ 8.953,75
Lavanderia	R\$ 546,90
Material de escritório	R\$ 100,00
Serviços de contabilidade	R\$ 500,00
Gás	R\$ 60,00
Depreciação	R\$ 440,85
Total	R\$ 10.901,50

5.8 Estimativa dos custos variáveis

Tabela 14. Custos variáveis

Descrição	Custo Total Mensal
Água	R\$ 100,00
Energia elétrica	R\$ 500,00
Telefone com internet	R\$149,00
Café da Manhã (hóspedes)	R\$730,97
Total	R\$1.479,97

5.9 Demonstrativo de resultados

Tabela 15. Resultados Financeiros

Descrição	Mensal	Anual
1. Receita Total com Vendas	R\$ 22.450,00	R\$ 269.400,00
2. Custos com materiais e/ou CMV(*)	R\$ 2.200,00	R\$ 26.400,00
3. Margem de Contribuição (1 - 2)	R\$ 20.250,00	R\$ 243.000,00
4. Gastos com vendas	R\$ 1.571,50	R\$ 18.858,00
5. Custos Fixos Totais	R\$ 10.901,50	R\$ 130.818,00

6. Custos Variáveis Totais	R\$ 1.479,97	R\$ 17.759,64
7. Subtotal (3 - 4 - 5 - 6)	R\$ 6.297,03	R\$ 75.564,36
8. Impostos sobre vendas	R\$ 3.978,14	R\$ 47.737,68
9. Lucro/Prejuízo Líquido (7 - 8)	R\$ 2.318,89	R\$ 27.826,68

5.10 Indicadores de viabilidade

5.10.1 Ponto de equilíbrio

A) PE faturamento = Custo Fixo Total anual/ Margem de Contribuição Unitária
 (Margem de Contribuição Unitária = Preço de Venda Unitário – Custo Variável Unitário) = $130.818,00/0,90 = 145.353,33$

5.10.2 Lucratividade

Lucratividade = Lucro Líquido anual/ Receita Total anual x 100
 $27.826,68/269.400,00 \times 100 = 10,33$

5.10.3 Rentabilidade

Rentabilidade = Lucro Líquido/ Investimento Total x 100
 $27.826,68/113.450,26 \times 100 = 24,53\%$

5.10.4 Payback

Prazo de Retorno do Investimento = Investimento Total/Lucro Líquido
 $113.450,26/27.826,68 = 4,07$ (Retorno em quatro anos e sete meses).

5.11 Cenários

Tabela 14. Cenário realista

RESUMO GERAL	
Receita Total	R\$ 318.611,06
Receita Mensal Média	R\$ 26.550,92
Gastos Totais	R\$ 262.027,90
Gasto Fixo Mensal Médio	R\$ 10.901,50
Gasto Variável Mensal Médio	R\$ 1.479,97
Investimento Total	R\$ 113.450,26
Investimento Mensal Médio	R\$ 9.454,19

Lucro Total	R\$ 56.583,16
Lucro Mensal Médio	R\$ 4.715,26
Taxa Interna de Retorno	0%
Lucratividade	17,76%

Tabela 15. Cenário Otimista

RESUMO GERAL	
Receita Total	R\$ 378.730,18
Receita Mensal Média	R\$ 31.560,85
Gastos Totais	R\$ 262.027,90
Gasto Fixo Mensal Médio	R\$ 10.901,50
Gasto Variável Mensal Médio	R\$ 1.479,97
Investimento Total	R\$ 113.450,26
Investimento Mensal Médio	R\$ 9.454,19
Lucro Total	R\$ 116.702,28
Lucro Mensal Médio	R\$ 9.725,19
Taxa Interna de Retorno	5,71%
Lucratividade	30,81%

Tabela 16. Cenário pessimista

RESUMO GERAL	
Receita Total	R\$ 284.722,19
Receita Mensal Média	R\$ 23.726,85
Gastos Totais	R\$ 262.027,90
Gasto Fixo Mensal Médio	R\$ 10.901,50
Gasto Variável Mensal Médio	R\$ 1.479,97
Investimento Total	R\$ 113.450,26
Investimento Mensal Médio	R\$ 9.454,19
Lucro Total	R\$ 22.694,29
Lucro Mensal Médio	R\$ 1.891,19
Taxa Interna de Retorno	-4,50%
Lucratividade	7,97%

Tabela 17. Comparativos entre os cenários realista, otimista e pessimista.

RESUMO GERAL	CENÁRIO REALISTA	CENÁRIO OTIMISTA	CENÁRIO PESSIMISTA
Receita Total	R\$318.611,06	R\$378.730,18	R\$284.722,19
Receita Mensal Média	R\$26.550,92	R\$31.560,85	R\$23.726,85
Gastos Totais	R\$262.027,90	R\$262.027,90	R\$262.027,90

Gasto Fixo Mensal Médio	R\$10.901,50	R\$10.901,50	R\$10.901,50
Gasto Variável Mensal Médio	R\$1.479,97	R\$1.479,97	R\$1.479,97
Investimento Total	R\$113.450,26	R\$113.450,26	R\$113.450,26
Investimento Mensal Médio	R\$9.454,19	R\$9.454,19	R\$9.454,19
Lucro Total	R\$56.583,16	R\$116.702,28	R\$22.694,29
Lucro Mensal Médio	R\$4.715,26	R\$9.725,19	R\$1.891,19
Taxa Interna de Retorno	0,02%	5,71%	-4,50%
Lucratividade	17,76%	30,81%	7,97%

6- AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS

Na cidade de Maricá não há meio de hospedagem do segmento cama e café. O Waterfall é o primeiro a ser inaugurado na cidade. Ao aplicar o questionário, foi percebido a aceitação do público entrevistado para essa modalidade de hospedagem, que para muitos entrevistados era novidade. Ao se inteirar do funcionamento do cama e café, se mostraram interessados em se hospedar, visto que poderá ter mais liberdade na estadia. Portanto, pode-se concluir que é um negócio viável para a região de Maricá, que com seu crescimento, tende a expandir a hotelaria local.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Fábio. **Como calcular o Faturamento Bruto e Líquido da Empresa**. 2014. Disponível em: <http://www.industriahoje.com.br/como-calculiar-o-faturamento-bruto-e-liquido-da-empresa>>. Acesso em: 20 abr. 2015.

Cama e café. **Cama e Café no Rio de Janeiro por bairros**. Disponível em: <https://camaecafe-com-br.webnode.com/> Acesso em: 20 abr. 2015.

Cartilha de empreendedorismo SEBRAE. **Empreendedorismo**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/Perfil%20de%20negocios_hotelaria_.pdf>. Acesso em: 01 mai. 2015.

Enxoval governança. Disponível em <https://www.conamore.com.br/>. Acesso em: 10 dez. 2016.

Fornecedor. Disponível em: <http://www.submarino.com.br/loja/258551/eletrodomesticos>>. Acesso em: 05 jan. 2017.

Hotelaria. Disponível em: <http://www.sebrae2014.com.br/Sebrae2014/Alertas/Meios-de-hospedagem-alternativos-ampliam-oferta-de-leitos>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

IBGE. **Receita dos serviços cresce 6,4% em setembro 2014**. Disponível em: <http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias?view=noticia&id=1&busca=1&idnoticia=2762>> Acesso em: 19 abr. 2015.

Marketing para hoteleiros. Disponível em: <http://blog.hospedin.com/dicas-de-marketing-para-hoteleiros-uma-estrategia-que-da-certo-mesmo-em-meio-a-crise/>>. Acesso em: 08 jan. 2017.

Microempreendedor individual. Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual>>. Acesso em: 22 abr. 2015.

Ministério do turismo. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/legislacao/portarias/20130711-5.html>>. Acesso em: 22 abr. 2015.

Plano de negócios. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/leticiaaquino10/plano-de-negcios-hotelaria>>. Acesso em: 10 abr. 2015.

Precificação na Hotelaria. Disponível em: <<http://blog.gazinatacado.com.br/5-estrategias-de-precificacao-para-hotelaria/>>. Acesso em: 05 jan. 2017.

Prefeitura Municipal de Maricá. Disponível em: <http://www.marica.rj.gov.br/2017/02/03/retomada-operacao-do-aerodromo-municipal/>>. Acesso em: 10 fev. 2017.

Pousadas em Maricá. Disponível em: <<http://www.maispousadas.com.br/pousadas-em-marica-rj/pousada-vovo-bellina.html>>. Acesso em 05 mai. 2015.

Pousada Vovó Bellina. Disponível em: <<http://www.pousadadavovobellina.com.br/>>. Acesso em: 05 mai. 2015.

SBCLASS. **Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass)** 2015. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/acesso-a-informacao/63-aco-es-e-programas/5021-sistema-brasileiro-de-classificacao-de-meios-de-hospedagem-sbclass.html>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

SEBRAE. **Meios de hospedagem alternativos ampliam oferta de leite 2014.** Disponível em: <[://www.sebrae2014.com.br/Sebrae2014/Alertas/Meios-de-hospedagem-alternativos-ampliam-oferta-de-leitos](http://www.sebrae2014.com.br/Sebrae2014/Alertas/Meios-de-hospedagem-alternativos-ampliam-oferta-de-leitos)>. Acesso em 19 abr. 2015.
<<http://odia.ig.com.br/noticia/economia/2014-07-24/sucesso-nos-negocios-como-abrir-um-cama-e-cafe.html>>. Acesso em: 10 mai. 2015.

_____. **Análise SWOT.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/6-ferramentas-para-o-planejamento-estrategico-da-sua-empresa,281479e90d205510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 21 abr. 2018.

VASQUEZ, Cezar. **Sucesso nos negócios: Como abrir um 'cama e café'. 2014.** Disponível em: <http://odia.ig.com.br/noticia/economia/2014-07-24/sucesso-nos-negocios-como-abrir-um-cama-e-cafe.html>>. Acesso em: 19 abr. 2015.

APÊNDICE

Pesquisa: Perfil dos hóspedes



1 - Qual a sua idade?

Até 20 21 a 25 26 a 35 36 a 40 41 a 49

2 – Sexo: Feminino Masculino

3 – Qual seu grau de escolaridade?

Fundamental Incompleto
 Fundamental Completo
 Médio Incompleto
 Médio Completo
 Superior Incompleto
 Superior Completo

4 – Onde o Sr. (a) reside ? _____

5 – Qual o seu estado civil?

Solteiro Casado Divorciado Viúvo
 Outro.

6- Motivo de viagem: trabalho Lazer

7- O Sr. (a) se hospedaria em um Cama e Café? sim não

8 – Você costuma sair com sua família?

sim não

9– Qual a frequência em que viaja a lazer com sua família?

1 vez ao ano 2 vezes ao ano 3 ou mais vezes ao ano

10 – Qual época do ano o Sr.(a) costuma viajar com mais frequência?

de Janeiro à Junho de Julho a Dezembro

11 – Porque escolher Maricá como destino de viagem?

Clima
 Gastronomia
 Praias e cachoeiras

- () Esportes (alpinismo, mergulho, trilhas, etc.)
 () Outros: _____

12- Quais as modalidades de turismo de aventura, ecoturismo ou esportes ligados à natureza que mais lhe atraem?

- () Contemplação/observação da natureza
 () Caminhadas por trilhas (“trekking”)
 () Pesca esportiva
 () Asa delta
 () Mountain bike
 () Mergulho (apnéia e autônomo)
 () Arvorismo
 () Rapel
 () Parapente
 () Alpinismo/montanhismo

13 - Classifique a infraestrutura da cidade de Maricá:

ASPECTOS	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	PÉSSIMO	NÃO SABE
Serviços Médicos						
Comunicação (Telefone, Correios, Internet)						
Sinalização Urbana						
Segurança Pública						
Ônibus Urbano						
Estradas de Acesso						