

ESAGS – Escola Superior de Administração e Gestão

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Santo André

Nov./2011

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Studio Hostel

Guilherme Santorbano Faustino RM: 081100538 – 8º semestre

Fábio Frachetta RM: 081100539 – 8º semestre

Fernando Satoshi Iwamoto RM: 081100608 – 8º semestre

Leonardo de Oliveira Quadrado RM: 081100563 – 8º semestre

Letícia Baldim Weiller RM: 081100613 – 8º semestre

Santo André

Nov./2011

"Não é a força, mas a constância dos bons sentimentos que conduz os homens à felicidade." (Nietzsche, Friedrich).

Quadro de Figuras

<i>Figura 1: Logo Studio Hostel.....</i>	<i>17</i>
<i>Figura 2: Tabela de TIR, VPL e Payback.....</i>	<i>26</i>

Sumário

1. Sumário Executivo	6
1.2. Missão e Objetivo	6
2. Visão Geral de Mercado	7
3. Conceito do Negócio	8
4. Análise dos Concorrentes	10
4.1. Concorrentes Diretos	10
4.2. Concorrentes Indiretos	12
4.3. Análise SWOT	13
5. Vantagem Competitiva	13
6. Plano de Marketing	14
6.1. Produto	14
6.2. Preço	14
6.3. Praça	15
6.4. Promoção	17
6.4.1. Nome	17
6.4.2. Publicação e Ações	17
7. Plano Operacional	18
8. Plano Organizacional	20
8.1. Organograma	20
8.2. Cargos, salários e benefícios	20
8.3. Horário de trabalho	21
8.4. Recrutamento e Seleção	21
8.5. Análise de desempenho dos profissionais e política de remuneração	21
8.5.1. Análise de desempenho	22
8.5.2. Política de remuneração	22
9. Plano Financeiro	23
9.1. Investimento Inicial	23
9.2. Despesas	24
9.3. Demanda	24
9.4. Receita	25
9.7. Análises TIR, VPL e Payback do projeto	26
10. Anexos	28
11. Apêndices	30

1. Sumário Executivo

Este projeto visa à criação de um hostel (albergue) chamado "Studio Hostel", no bairro da Aclimação em São Paulo, devido às oportunidades de crescimento encontradas no mercado de hospedagens, como por exemplo, o crescimento de 6% a 8% que o mercado tem apresentado nos últimos anos.

Na busca por atender da melhor forma, realizamos uma pesquisa quantitativa, sendo possível identificar as prioridades do público jovem de 18 a 30 anos em busca de eventos culturais e eventos. Analisamos também os concorrentes em relação a sua infraestrutura e serviços prestados para que fosse possível estruturar nosso hostel a fim de suprir todas as necessidades e expectativas de nossos clientes.

Oferecemos para maior conforto de nossos hóspedes: quartos para 12 ou 8 pessoas além de quartos privativos; café da manhã; maior quantidade de toilettes que os concorrentes; biblioteca; redes para descanso e sala de TV com DVD.

Como diferenciais apresentamos o serviço de "Leva e Traz" que conduz nossos hóspedes com segurança no trajeto dos eventos e /ou passeios até o Studio Hostel, e, um pequeno estúdio com os instrumentos necessários para se formar uma banda, criando assim um ambiente de diversão e integração entre os hóspedes.

Para uma visão detalhada da viabilidade financeira do projeto foram calculados seus indicadores econômicos e financeiros. O seu investimento inicial será de R\$ 100.838,50, sendo que neste montante já está incluso o capital de giro necessário para suprir os gastos da empresa em condições pessimistas.

O prazo de Payback (retorno sobre o investimento) é de aproximadamente 2 anos e 4 meses com TIR (taxa interna de retorno) de 31,03% e VPL (Valor Presente Líquido) de R\$ 96.551,45.

Com o apresentado acima sobre nosso plano de negócio, pode-se verificar a atratividade do investimento, mostrando assim, os pontos positivos e negativos, bem como o risco e as chances de sucesso do empreendimento.

1.2. Missão e Objetivo

O Objetivo do Studio Hostel é se consolidar no ramo hoteleiro da cidade de São Paulo visando à oportunidade de crescimento do turismo nacional na região metropolitana de São Paulo e do alto número de shows e eventos realizados na cidade, se diferenciando pelo baixo custo, integração entre os hóspedes e conforto, sendo a melhor opção para os que buscam lazer e diversão, com intuito de frequentar shows e eventos na região.

Nossa missão é fornecer total conforto e segurança aos hóspedes antes e depois de frequentarem shows e eventos de sua preferência, proporcionando integração entre os mesmos e um clima de harmonia.

2. Visão Geral de Mercado

Segundo dados do IBGE¹, o brasileiro tem hoje maior poder aquisitivo do que na última década. Esse acúmulo maior de capital nas famílias brasileiras é convertido em melhor qualidade dos produtos e bens consumidos além de maior qualidade de vida e mais tempo gasto com atividades de lazer e turismo.

Ainda com base nos dados do IBGE, pode-se afirmar que São Paulo é a maior cidade do Brasil e de todo o hemisfério sul, além de ser considerada a 19ª cidade mais rica do mundo e a 14ª mais globalizada. Sozinha, a cidade é detentora de 12,26% do PIB de todo o país. Devido a toda esta riqueza, e ao crescimento da área de turismo, a cidade de São Paulo tem se tornado muito atrativa não só aos turistas internacionais como também aos nacionais devido aos grandes eventos que ocorrem várias vezes no ano como shows nacionais, internacionais e eventos anuais (Carnaval, Parada Gay, Congressos, Bienal Internacional do Livro, Bienal Internacional de Arte de São Paulo), entre outros.

A Parada Gay, por exemplo, é atualmente responsável pelo maior número de turistas em São Paulo, totalizando 403.000 no mês de Junho/11 e movimenta em torno de R\$ 200 milhões. Do total do público, 57% possui renda de 1 a 5 salários mínimos. Além disso, a parcela de 70,6% do total de visitantes do evento é proveniente de cidades do estado de São Paulo como Campinas, Sorocaba, São José dos Campos, Santos e Piracicaba.

A Virada Cultural que também é um evento anual contabilizou 4 milhões de participantes, sendo 328.000 visitantes no mês de Abril/11 e movimenta em torno de R\$ 90 milhões somente com turismo. Do total do público, 35,3% tem renda de 6 a 10 salários mínimos e, desta forma, elegíveis dentro da classificação do público alvo explanado no decorrer do trabalho.

Como se pode observar no apêndice A há uma demanda que anualmente está presente nos eventos que ocorrem em São Paulo além do público que varia a cada ano, mas que sempre está presente quando ocorrem shows internacionais, feiras e congressos².

Além dos eventos listados anteriormente, podemos citar também um dos maiores eventos que está programado para ocorrer no Brasil a Copa do Mundo FIFA® de futebol em 2014³ que irá direcionar os olhos do mundo para o nosso país, trazendo turistas de vários lugares do globo e fazendo com que os nacionais, circulem por outros estados brasileiros. Com a Copa, espera-se um maior crescimento na procura por hospedagem, pois segundo a gerente sênior da América Latina da Escola de Hotelaria Suíça, Daiane Lagger, até 2014 espera-se que 770 mil postos de trabalhos sejam criados no setor, com 600 mil turistas estrangeiros visitando o país durante a Copa do Mundo e mais de 3 milhões de brasileiros viajando pelo Brasil.

¹ <http://www.ibge.gov.br/>

² De acordo com “Indicadores e Pesquisas do Turismo da Cidade de São Paulo”. Página 30 à 78. Disponível no site: www.spturis.com

³ Dados extraídos do site oficial da Copa do Mundo 2014: <http://www.copa2014.org.br/noticias/298/OS+DESAFIOS+DE+SAO+PAULO+PARA+A+COPA+2014.html>

Segundo dados do site oficial da Copa do Mundo de 2014, deste volume esperado, cerca de 1,6 milhões devem passar pela cidade de São Paulo, não só para assistir aos jogos, mas também para conhecer os pontos históricos, turísticos, gastronômicos entre outros.

Embora não seja o público alvo do projeto, entende-se que o turista internacional também deve ser aproveitado principalmente nesse período de copa. Pois, de acordo com o site *Gente e Mercado*⁴ três anos antes da Copa, a África do Sul obteve um crescimento do fluxo de turistas mais do que a média internacional, e as chegadas de turistas cresceram 7,6% nos primeiros meses de 2008. Segundo o site de globo, a África do Sul, por exemplo, apresentou um crescimento de 23% na área de turismo⁵ devido à boa imagem do país que o evento expôs ao mundo.

Pelo o que afirma a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH) atualmente o setor hoteleiro possui um déficit de cerca 62 mil quartos, e com os investimentos previstos pelo Ministério do Turismo até 2014, serão construídos somente mais 19 mil quartos, o que deixa uma lacuna de 43 mil quartos⁶. Do montante total de turistas que virá ao Brasil no período da Copa (3,6 milhões) 44,44% passarão por São Paulo (1,6 milhões). Utilizando-se da mesma proporção, podemos concluir que do total de 43 mil quartos que faltam a ser construídos no Brasil, 44,44%, ou seja, 19 mil quartos podem ser construídos em São Paulo para atender a demanda.

Apesar da grande exposição e do futuro aumento de demanda por serviços de hospedagem derivados desses eventos, a cidade ainda não é capaz de atender de forma plena e eficiente tanto a demanda por hospedagem quanto o crescimento de usuários dos já deficientes meios de locomoção públicos, ruas e vias automotivas em geral conforme análise do livro “Infraestruturas e crescimento: reforma do estado e inclusão social” de Josef Barat.(2010)

Dadas essas informações descritas anteriormente, percebe-se a necessidade de criação de um hostel, seria uma excelente forma de se obter visibilidade durante esses eventos além de auxiliar na melhora de infraestrutura do país para atender a demanda prevista de turistas locais, uma vez que os projetos alinhados ao Ministério do Turismo até o momento não serão suficientes para suprir a procura por hospedagem.

3. Conceito do Negócio

Os hostels a princípio foram criados como hospedagens simples (somente quarto, banheiro e recepção) nas quais os hóspedes permaneciam apenas poucos dias, as estruturas eram simples e a diária extremamente barata. Com o passar do tempo, observou-se que hostels ou albergues poderiam se tornar algo mais aconchegante para que seu público não fosse tão restrito⁷.

⁴ <http://gentemercado.com.br/marketing-turistico-e-a-copa-do-mundo-oportunidades-para-o-trade/>

⁵⁵ <http://gi.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2011/06/apos-1-ano-copa-da-africa-da-exemplos-bons-e-ruins-para-o-brasil.html>

⁶ Dados extraídos no site da ABIH: <http://www.abih.com.br/abih-site/>

⁷ Informação extraída de: <http://turismologosavante.blogspot.com/2009/01/origem-da-hospitalidade.html>

Com base nesta evolução, encontramos atualmente hostels que se equiparam ou superam hotéis de pequeno porte. Com uma infraestrutura capaz de proporcionar aos seus hóspedes, conforto e entretenimento (a maioria possui cozinha comunitária, sala de TV, computadores e rede wi-fi, biblioteca, jardim e redes de descanso), os hostels estão cada vez mais se tornando uma opção a ser considerada para quem deseja realizar uma viagem com baixo custo, porém com algum conforto.

Ao observarmos este crescimento e oportunidade no mercado, além da mudança de infraestrutura e atendimento que está ocorrendo no ramo hoteleiro, verificamos que a abertura de um hostel seria uma excelente forma de aproveitar estas oportunidades. Sendo assim, sugerimos a abertura do Studio Hostel, sendo este um hostel que apresenta uma infraestrutura mais completa (com os tradicionais quartos, banheiros, cozinha, sala e recepção além de uma pequena biblioteca com puffs, uma sala com sinuca, internet wi-fi e redes para descanso), porém com uma novidade, com o intuito de ajudar na integração dos hóspedes, teremos um pequeno estúdio com isolamento acústico e os principais instrumentos necessários para se formar uma banda, uma vez que grande parte de nossa demanda será o público que procura eventos voltados à música.

Para a segmentação do público alvo foram usados, principalmente, os critérios de segmentação demográfica e geográfica, e em menor escala, critérios psicográficos e comportamentais⁸. O hostel tem como público alvo, pessoas provenientes das classes B à D. São pessoas com faixa etária de 18 a 30 anos, residentes do interior do estado de São Paulo e de outros estados brasileiros, que se hospedam na cidade durante o período em que ocorrem os eventos de sua preferência. Não fazendo discriminação de gênero, cor, credo e classe social, buscando atender a todos da melhor forma possível, fornecendo café-da-manhã de qualidade (frios e leite frescos, pães quentes e boa apresentação), um ambiente limpo e confortável onde os funcionários são simpáticos e solícitos, com biblioteca, TV, entre outros atrativos, proporcionando assim além do conforto, lazer, atividade cultural, interação, o suporte adequado para todas as dificuldades encontradas por nossos hóspedes, como, por exemplo, de localização e transporte pela cidade.

Voltado para pessoas que gostam de viajar, fazer novos contatos, “curtir” eventos e vivenciar diferentes culturas, o Studio Hostel proporciona excelente infraestrutura e instalações, decoração com temática dos diferentes estilos musicais encontrados (por exemplo: samba, rock, sertanejo, pop, eletrônico entre outros), café da manhã e eventos de integração com os demais hóspedes. Ofereceremos serviços de “leva e trás” para os eventos pré-programados com a comodidade e segurança esperados sempre visando o maior aproveitamento e conforto.

Com base na pesquisa quantitativa realizada por meio de questionário fornecido pela ferramenta Google Docs⁹ e enviado por e-mail, facebook e outras redes de relacionamento obteve-se 123 pessoas entrevistadas durante os meses de agosto e setembro de 2011 (apêndice B) verificamos que 96% dos entrevistados sabem o que é um albergue, porém 71% não se hospedariam em um albergue com estrutura básica (apenas quartos, sala, recepção, cozinha e banheiros), já 86% dos entrevistados se hospedariam em um albergue completo (com biblioteca, redes, salas de entretenimento, cabines de banheiros individuais, wi-fi e quartos

⁸ Explicação dos conceitos utilizados como base disponível em:
http://pt.wikipedia.org/wiki/Segmentação_de_mercado#Geogr.C3.A1fica

⁹ <http://docs.google.com>

privativos). Embasados no resultado obtido pela pesquisa, optamos por fornecer aos nossos hóspedes uma infraestrutura mais completa.

Visando atender melhor nossos hóspedes em questão de infraestrutura e conforto, nossos quartos coletivos serão separados entre masculinos, femininos e mistos, assim como os banheiros coletivos também serão separados entre masculinos e femininos para evitar constrangimentos.

Para 64% dos entrevistados o preço por diária de R\$35 seria o ideal. Sendo que 23% dos 64% aceitariam um preço de até R\$ 50. Isso nos possibilitaria fornecer um serviço de maior qualidade e com uma estrutura mais elaborada. Desta forma atingindo as principais exigências do público alvo. Destas exigências podemos destacar a limpeza do local, cabines de banheiro individuais (assim como as fornecidas em vestuários e/ou banheiros de locais públicos como shoppings), internet wi-fi gratuita, instruções a respeito do transporte público (como lista dos transportes disponíveis, seus itinerários e pontos), mapa dos arredores, café da manhã, cozinha e lavanderia.

Na pesquisa, 54% dos entrevistados oriundos de cidades do interior de São Paulo e outros estados, informaram que visitariam a cidade para conhecer pontos históricos e turísticos, 45% para eventos culturais (como , por exemplo, a Virada Cultural) e 48% para atividades culturais (como feiras e bienais), como 49% dos entrevistados teriam o tempo de estadia de aproximadamente uma semana, nossa oportunidade surge ao oferecer roteiros de visitas para os pontos turísticos da cidade bem como oferecer o serviço de “leva e trás” para os eventos culturais.

Mesmo com o intuito de oferecer uma estrutura elaborada aos hóspedes, com a pesquisa pudemos identificar que um bar no hostel não é algo considerado relevante ao público (apêndice C), bem como parcerias com empresas turísticas e “vending machines”. Porém, visando o melhor atendimento ao nosso público alvo, caso nossos hóspedes queiram beber algo, serão vendidas água, refrigerantes e bebidas alcoólicas (cervejas e vodkas ice) na recepção.

Ao analisar a concorrência pode-se verificar que os hostels geralmente estão localizados próximos às estações de metrô e pontos de ônibus, em sua maioria no centro da cidade. Os hotéis não se localizam tão próximos aos transportes públicos, porém ainda possuem fácil acesso pela utilização de serviço de táxi e ônibus públicos. Devido a isto buscou-se instalar o Studio Hostel na Aclimação, pois não há muita concorrência no local.

4. Análise dos Concorrentes

Aos poucos os hostels passaram a ganhar espaço e valorização no mercado hoteleiro, no início estes concorriam apenas entre si (concorrentes diretos), com as inovações e alterações na estrutura, atualmente seus concorrentes são também hotéis de pequeno porte, pousadas, casas de amigos e parentes (concorrentes indiretos).

4.1. Concorrentes Diretos

Foi realizada uma pesquisa a respeito da estrutura de quatro principais concorrentes do Studio Hostel (apêndice D) e obteve-se as seguintes informações:

1) Okupe Hostel Jardins¹⁰: localizado no Jardim Paulista, não possui uma temática de decoração específica, embora os móveis sejam novos e remetam a um ambiente “clean”. É o concorrente direto com a estrutura mais completa. Ótima infraestrutura que contém armários, wi-fi, computador, TV a cabo, DVD, biblioteca, bar, sala de conveniência, cozinha, banheiro, roupa de cama e toallas. Funciona 24h e fornece café da manhã.

- Possui diárias que vão desde R\$ 35 para quartos com 8 camas até a diária de R\$ 120 para a suíte privativa.

2) Gol Backpackers¹¹: localizado na Bela Vista, possui decoração voltada para a temática do futebol. É o segundo mais completo dos concorrentes (não fornece serviços de lavanderia), possui infraestrutura excelente contendo armários, wi-fi, computador, TV a cabo, DVD, biblioteca, bar, sala de conveniência, cozinha, banheiro, roupa de cama e toallas. Além disso, fornece café da manhã e funciona durante 24h.

- Possui diárias que vão desde R\$ 30 (caso seja efetuada reserva prévia) a R\$ 50. Não possui quarto privativo como outros hostels.

3) Saci Hostel¹²: localizado no Sumaré, sua decoração, assim como a do Okupe Hostel Jardins, não tem uma temática em específico. É o concorrente que fornece a terceira estrutura mais completa. Possui armários, wi-fi, TV a cabo, DVD, bar, sala de conveniência, cozinha, banheiro, roupa de cama e toallas. Embora não forneça computadores e não possua biblioteca, funciona 24h e fornece café da manhã.

- Possui diárias que vão desde R\$ 33 para quartos com 6 camas até a diária de R\$ 90 para a suíte.

4) Vila Madalena Hostel¹³: localizado na Vila Madalena e com decoração com temática artística. No Hostel, os clientes são permitidos e incentivados a se expressar nas diversas paredes da área de convivência do Hostel. Dentre os concorrentes é o que menos fornece recursos que foram utilizados como parâmetros para avaliação pelo grupo. Em contrapartida, possui armários, wi-fi, TV a cabo, DVD, biblioteca, bar, sala de conveniência, cozinha, banheiro, roupa de cama e toallas (disponíveis para aluguel). Funciona 24h e não fornece café da manhã nem serviços de lavanderia.

- Possui diárias que vão desde R\$ 35 para quartos com 12 camas até a diária de R\$ 110 para o quarto com banheiro compartilhado.

A maioria dos concorrentes apresenta tanto uma infraestrutura básica (quartos, roupa de cama, toalha, armário, sala de conveniência, banheiros, recepção, cozinha e TV). Já

¹⁰ Informações disponíveis também no site: <http://www.okupehostels.com.br/jardins/pt/>

¹¹ Informações disponíveis também no site: www.golbackpackers.com

¹² Informações disponíveis também no site: www.sacihotel.com

¹³ Informações disponíveis também no site: www.vilamadalenahotel.com.br

observando uma infraestrutura mais elaborada pudemos constatar que os concorrentes Gol Backpackers e Okupe Hostel Jardins são mais completos que os demais (no caso: Vila Madalena Hostel e Saci Hostel).

O objetivo deste projeto é manter o Studio Hostel no mesmo patamar dos que possuem uma infraestrutura mais elaborada, porém com o diferencial do “leva e trás” (que será explorado no Plano Operacional do projeto), podendo assim competir de maneira direta com outros hostels e indireta com as demais modalidades de hotelaria.

Em relação ao preço pode-se analisar que entre os concorrentes diretos não há muita variação nos preços de um hostel para o outro, eles são cobrados de acordo com as quantidades de camas por quarto (conforme apresentado no apêndice D), já os concorrentes indiretos possuem preços mais altos que os dos hostels devido quartos com menor quantidade de camas, além de possuírem banheiros privativos, frigobar e em alguns quartos uma pequena sala de estar.

4.2. Concorrentes Indiretos

Como os concorrentes indiretos são os inúmeros hotéis, pousadas e casas de parentes e amigos espalhados pela cidade de São Paulo, utilizamos para efeito de análise os dois hotéis mais próximos ao Studio Hostel. O EZ Aclimação Hotel e Apeninos Hotel (para efeito de análise, o mapa de distância está no apêndice E).

1) EZ Aclimação Hotel¹⁴: localizado na Aclimação. Por se tratar de um hotel, sua infraestrutura é voltada para o atendimento de um público alvo muito menos específico que os hostels listados. Possui armários, wi-fi, TV a cabo, bar, sala de conveniência, cozinha, banheiro, roupa de cama e toallas e serviços de lavanderia (cobrados à parte). Funciona 24h e fornece café da manhã a um preço de R\$ 14 reais. Ao compararmos com o Hostel de infraestrutura mais completa, observamos que não disponibiliza computador, DVD e biblioteca. Em contrapartida, possui piscina e um frigobar por quarto.

- As diárias variam em menor proporção que a dos hostels. Indo de R\$ 115 por quarto privativo durante o final de semana. Já em dias úteis esse preço sobe para R\$ 135. Além disso, temos o quarto Premium de R\$ 135 a R\$ 155 e a opção de dormitórios duplos partindo de R\$ 170 a R\$ 190.

2) Hotel Apeninos¹⁵: também localizado na Aclimação. Assim como o EZ Aclimação Hotel, não possui um público alvo tão específico como os hostels listados acima. Apresenta em sua infraestrutura armários, wi-fi, TV a cabo, bar, sala de conveniência, cozinha (disponível apenas para mensalistas), banheiro, roupa de cama e toallas e serviços de lavanderia (apenas para mensalistas). Funciona 24h e fornece café da manhã a um custo de R\$ 14 reais. Ao compararmos com o Hostel com a infraestrutura mais completa, observamos que, assim como o EZ Aclimação Hotel não disponibiliza computador, DVD e biblioteca.

¹⁴ Informações disponíveis também no site: www.ezaclimacao.com.br

¹⁵ Informações disponíveis também no site: www.hotelapeninos.com.br

- Levando em consideração que se trata de um hotel o preço se torna convidativo. Suas diárias vão de R\$ 78 para 1 (um) hóspede (com direito a café da manhã) até R\$ 172 para 4 (quatro) hóspedes.

4.3. Análise SWOT

O aumento da exposição do Brasil no exterior, fez com que diversos artistas que haviam deixado o Brasil fora de suas turnês mundiais, voltassem a ver o país como um público atrativo e capaz de oferecer um rendimento diferenciado, assim como o que estão habituados nos países que atuam com mais frequência. Esta visão diferenciada do país é uma grande oportunidade para o Studio Hostel, uma vez que seu público alvo é de jovens de 18 a 30 anos que buscam diversão e eventos na capital de São Paulo.

Uma força que os hostels apresentam contra seus concorrentes indiretos, é o preço. Devido ao baixo custo da hospedagem, o público muitas vezes prefere optar pelo hostel onde há menor privacidade devido a quantidade de pessoas por quarto, porém esse apresenta um conforto similar aos de hotéis de pequeno porte para uma estadia de curto prazo, não tendo assim a necessidade de ficar em um lugar mais custoso. O Studio hostel também oferece opções de entretenimento antes mesmo de ir aos shows e eventos.

A fraqueza, que em alguns casos faz com que os clientes dêem preferência aos concorrentes indiretos, é em relação aos diferentes serviços oferecidos, como por exemplo, almoço ou janta e em relação a privacidade, pois no hostel alguns locais são compartilhados por todos os clientes.

A principal ameaça presente neste ramo se remete à sazonalidade, pois por se tratar de um investimento na área de infraestrutura de turismo, nem sempre o estabelecimento apresenta 100% da capacidade de hospedagem.

5. Vantagem Competitiva

Na busca por obter uma vantagem competitiva o Studio Hostel proporciona aos seus clientes algumas diferenciações. Pensando em facilitar a chegada dos hóspedes ao hostel e, também utilizando por base a boa aceitação da proposta do serviço nos resultados da pesquisa quantitativa, (apêndice C) o Studio Hostel disponibilizará o serviço de “leva e trás”. Este serviço será utilizado também para transportar os hóspedes em segurança a eventos, baladas e pontos turísticos. Para este serviço será cobrado uma pequena taxa por pessoa.

Diferentemente da maioria dos outros hostels, nosso público alvo será os brasileiros devido ao grande volume de viagens domésticas¹⁶ a procura de hospedagem durante os diversos eventos, tanto nacionais quanto internacionais, que acontecem anualmente na cidade de São Paulo. Visando proporcionar um maior conhecimento e valor agregado ao cliente, o Studio Hostel contará com decoração voltada a instrumentos e diversos gêneros musicais. Além disso, disponibilizará um pequeno estúdio musical com todos os instrumentos

¹⁶ Documento Referencial Turismo no Brasil 2011/2014 na página 41 e 119. Disponível no site: http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/noticias/todas_noticias/Noticias_download/Documento_referencial.pdf

necessários para a formação de uma banda com os instrumentos mais convencionais (bateria, contrabaixo, guitarra/violão, pandeiro, microfone e amplificadores).

6. Plano de Marketing

6.1. Produto

Nosso hostel contará com um total de 8 (oito) quartos, 2 (dois) banheiros, uma sala de convivência e recepção. Toda a decoração e atividades do hostel serão voltadas para a temática de eventos. Os serviços do Studio Hostel se mostram como uma alternativa complementar àquelas já existentes no mercado. Sendo uma opção mais em conta que os hotéis e o cliente ainda se beneficiará de toda a infraestrutura da estadia e as comodidades fornecidas pelo hostel.

Os fatores praticidade e integração são especialmente abordados nos serviços do Studio Hostel. Por facilidade entende-se que prover um sistema de “leva e trás” seria extremamente proveitoso aos nossos clientes uma vez que são pessoas que, na grande maioria das vezes, não conhecem a cidade e sua gama de transporte público. Será fornecido o sistema “leva e trás” Studio Hostel que transportaria os hóspedes até evento a ser atendido.

Em integração entendemos que eventos de socialização entre os clientes são de grande valia. A grande maioria de nossos clientes (totalizando 48% do público entrevistado) estaria sozinho ou acompanhados de apenas 1 (uma) pessoa. Tornando assim, interessante o fato de encontrar no ambiente do próprio hostel alguma pessoa para acompanhá-lo na atividade que tinha planejado. Para incentivar essa integração e por se tratar de um público voltado para eventos o Studio Hostel colocará à disposição dos clientes um “mini estúdio” musical com toda a estrutura necessária para uma banda convencional tocar conforme já citado anteriormente. Caso o cliente traga consigo seu próprio instrumento, a infraestrutura do estúdio estará à disposição para o uso e armazenamento.

Tomando-se como diretriz para análise de produtos com base na participação relativa de mercado e crescimento de mercado¹⁷, o Studio Hostel se enquadra como uma oportunidade, isso ocorre pelo fato de o hostel estar em um segmento de mercado com grandes taxas de crescimento de 6% a 8% nos últimos dois anos (2009 e 2010) na hotelaria independente¹⁸. Entretanto mesmo com esse crescimento, ainda tem pouca participação no mercado.

6.2. Preço

¹⁷ Conceitos utilizados como base para análise disponíveis em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Matriz_BCG.

¹⁸ Dados extraídos da reportagem “Classe C já troca casa de parente por hotel”. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2011/01/classe-c-ja-troca-casa-de-parente-por-hotel-diz-executivo-da-accor.html>

Para a elaboração do preço praticado pelo hostel foram levados em consideração o preço de mercado, o preço aceito pelos clientes entrevistados e os custos fixos, variáveis, impostos e margem de lucro esperada.

Nossos gastos fixos possuem uma média mensal de R\$ 20.367,37, este custo dividido pelos 44 leitos nos dá um valor de R\$ 462,89 que ao ser dividido pelos 30 dias que compõem um mês obtemos o valor de R\$ 15,43 por diária referente aos nossos custos fixos (apêndice F).

Com os custos variáveis foi utilizado o mesmo método de cálculo, mas foi utilizado o custo variável médio / mensal como base. Com esta conta encontrou-se o valor de R\$ 3,46 a ser acrescido no preço final referente aos custos variáveis.

Para acrescentarmos os custos oriundos dos impostos praticados pelo governo (ISS, IRPJ, CSLL, COFINS e PIS/PASEP), verificamos o valor ano pago no cenário realista, dividimos o mesmo pelos meses, depois pelos leitos e dias que compõem o mês, com isso encontramos o valor de R\$ 2,18 referente aos impostos que será incluso no preço da diária do hostel.

Estes custos somados a margem de lucro de R\$ 13,93 compõem o preço das diárias mais baratas (R\$ 35,00) sendo que os quartos que possuem um valor de preço maior possuem sua margem de lucro também mais elevada (apêndice F).

Os valores das diárias serão de R\$ 35,00 para os quartos com capacidade de 12 leitos, R\$ 45,00 para os quartos com 8 leitos e R\$ 120,00 para os quartos privativos.

6.3. Praça

O Studio Hostel se encontra próximo à estação de metrô (Vergueiro) e avenidas movimentadas (Av. Vergueiro e Av. Paulista, conforme exemplificado no mapa de distâncias apêndice E).

A localização do Studio Hostel é fundamental na estratégia do serviço, pois há a necessidade de integração com a gama de transportes públicos da cidade uma vez que 42% dos entrevistados utilizariam o transporte público para chegar ao hostel e 39% dos entrevistados se utilizariam do mesmo como meio de locomoção durante a estadia. Os demais utilizariam taxis, carros próprios ou alugados.

O Studio Hostel será localizado no bairro da Aclimação na Rua João do Prado nº 47, este está entre um dos maiores pólos de eventos culturais de São Paulo que é a Avenida Paulista, a Avenida 23 de Maio que dá acesso a uma grande parte da cidade e também da Avenida Dom Pedro I que dá acesso a 25 de Março (principal pólo de comércio popular do país)

Para chegar no hostel através do Terminal Jabaquara o cliente deve pegar o metrô linha azul no Jabaquara sentido Tucuruvi e descer nas estação Ana Rosa, assim que descer, o cliente deve andar a Rua Paul Valery até chegar à Rua João do Prado (cerca de 1km – 15min)

Caso o cliente chegue no terminal Tietê ele deverá andar até a estação Portuguesa-Tietê (cerca de 350mts – 3 a 5min), pegará o metrô linha azul na estação Portuguesa-Tietê

com destino ao Jabaquara e descer na estação Ana Rosa. Assim que descer, o cliente deve andar a Rua Paul Valery até chegar à Rua João do Prado (cerca de 1km – 15min)

Já em caso de chegada no Aeroporto de Congonhas, o cliente deverá se dirigir até o ponto de ônibus mais próximo localizado na Avenida Washington Luis onde pegará o ônibus 470 em direção a São Paulo (Aeroporto de Congonhas). Ficará dentro do ônibus durante 6 paradas (uma média de 15min) e descerá na Avenida Jabaquara e andarás cerca de 100mts até a estação São Judas do metrô linha azul. Tomará o trem sentido Tucuruvi e descerá na estação Ana Rosa. Após descer, andarás cerca de 10 min na Rua Paul Valery até a Rua João do Prado.

Caso o cliente chegue no Aeroporto de Cumbica, há o traslado gratuito até o Aeroporto de Congonhas realizado pelas principais companhias aéreas (TAM e Gol) e uma empresa privada Airport Bus Service que realiza este traslado pelo valor de R\$ 33,00

Já no quesito acessibilidade há uma gama de transportes públicos, contamos com as estações Vergueiro, Paraíso e Ana Rosa do metrô além dos ônibus municipais e intermunicipais que circulam pelas avenidas próximas ao hostel. Além disso, o hostel estará localizado próximo ao Aeroporto de Congonhas, Estádio do Morumbi e principais casas de shows da cidade de São Paulo¹⁹ (apêndice G).

O bairro é cercado de comércio e serviços de grande e médio porte, que facilitam a vida de seus habitantes. A região conta com serviços de supermercados, docerias, lavanderias, fast-foods, restaurantes, universidades e os Shoppings Jardim Sul, Metrô Santa Cruz e Paulista.

Durante o dia os hóspedes podem desfrutar do Parque da Aclimação, que é um exemplo de conservação e respeito ao meio-ambiente. Em uma área de 112.000m² de verde preservada, o parque possui trilha para caminhada, lago com aves e peixes, playground, quadra, pista de cooper com estações de ginástica e até um jardim japonês²⁰.

A noite há várias opções de entretenimento nas proximidades. A Rua Joaquim Távora no Bairro da Aclimação está localizada a 15min do hostel (o cliente poderá ir a pé ou até mesmo caminhar até a Rua Topázio e pegar o ônibus 805L-10 até a Avenida Vergueiro e depois o ônibus 5106-31 até a Rua Humberto, que é uma travessa da Rua Joaquim Távora) onde há diversos restaurantes e bares (Ex.: Gongo Bar & Grill²¹, Bar da Vila²² e Don Pancho²³). Outra opção que está localizada a 8 km do hostel é a Vila Madalena, que é o bairro mais “badalado” da cidade e contém diversos bares e casas noturnas, onde os clientes podem se divertir na noite paulistana.

¹⁹ <http://vejasp.abril.com.br/revista/edicao-2210/melhores-casas-de-show-de-sao-paulo>

²⁰ Para maiores informações a respeito do parque: http://pt.wikipedia.org/wiki/Parque_da_Aclimação

²¹ www.gongobar.com.br

²² www.bardavila.com.br

²³ www.donpancho.com.br

6.4. Promoção

Nosso objetivo de comunicação é demonstrar ao público alvo os benefícios que o Studio Hostel fornecerá perante a concorrência. Para tal, utilizaremos o nosso diferencial do sistema “leva e trás”, nosso “mini-stúdio” e também todo o charme que nossa decoração voltada à eventos propicia aos clientes. Dividiremos nossas ações em 3 (três) etapas e procuraremos atender o curto (1 ano), médio (2 a 3 anos) e longo prazo (5 anos em diante) por meio delas.

Tomaremos como conceito o fato de que possuiremos decoração baseada em música, principalmente, e eventos de integração entre os hóspedes, proporcionando aos clientes a possibilidade de se juntarem e tocarem como uma banda com pessoas de outras cidades e estados possibilitando assim uma grande mistura cultural.

Direcionaremos a propaganda tanto para o apelo racional, proporcionado pelo sistema “leva e trás”, quando o apelo emocional, proporcionando aos clientes o estúdio facilitando assim a integração entre os hospedados com vertentes musicais.

6.4.1. Nome

O nome Studio Hostel surge como uma alusão direta à música. Bandas em início de carreira e sem espaço para ensaios, normalmente se utilizam de estúdios para ensaiar e conhecer pessoas do ramo, algo muito parecido com o Hostel devido o publico alvo ser composto por pessoas jovens, com intuito de conhecer a cidade, entretenimento, com outras pessoas e através da musica. A partir do nome foi criado então o logo- tipo do Studio Hostel.



Figura 1: Logotipo Studio Hostel

6.4.2. Publicação e Ações

Utilizaremos diversos tipos de ações para atingir o público alvo:

- i. *Ação 1:* dar-se-á por meio da divulgação pela web no curto prazo. Utilizaremos como ferramentas nesse processo as redes sociais mais frequentadas pelos brasileiros²⁴ (Orkut, Sonico, MySpace, Via6, Facebook, Multiply e Twitter). Ações por meio de um perfil/comunidade/página com o perfil do Studio Hostel a ser monitorada e gerenciada por um funcionário designado especialmente e também pela

²⁴ De acordo com o link: <http://escoladeredes.ning.com/profiles/blogs/redes-sociais-mais-utilizadas> com dados do IBOPE/NetRatings.

empresa especializada em mídias sociais Skidun²⁵ para a inserção inicial e estabelecimento de um projeto de relacionamento social. Haverá também o site próprio do Studio Hostel com vídeos e relatos de hóspedes e funcionários.

ii. *Ação 2:* dar-se-á por meio da divulgação visual por meio de banners nas imediações de casas para shows e bares dos mais variados estilos musicais. Desta forma colocando o nome do Studio Hostel em evidência na cabeça de potenciais clientes. Outro meio de divulgação a ser utilizado no curto/médio prazo é a ferramenta a ser utilizada é o Google Adwords²⁶. Esta ferramenta nos proporcionaria uma visibilidade grande uma vez que funciona por meio de filtros em determinadas palavras previamente estabelecidas no momento que o cliente estiver à procura de um local para estadia

iii. *Ação 3:* Por último, visando atender a estratégia de divulgação no médio/longo prazo, o Studio Hostel procurará firmar parcerias com empresas de venda de ingressos para eventos nacionais e internacionais de destaque e estudando também a possibilidade de venda de ingressos no próprio hostel. Saindo na frente da concorrência devido ao contato imediato com o cliente na hora da compra do ingresso e, também, cativando-o com nossa estrutura voltada para exatamente aquilo que ele vivenciará.

7. Plano Operacional

O Studio Hostel irá permanecer em funcionamento por 24 horas. Haverá três recepcionistas e um gerente geral do hostel responsáveis pela recepção e acomodação dos hóspedes (seus turnos de trabalho serão de acordo com o apêndice H). Também será realizado o monitoramento de todo o albergue por câmeras para proporcionar maior segurança aos nossos clientes, e 4 (quatro) faxineiras para proporcionar um ambiente mais limpo e agradável (seus turnos serão de acordo com o apêndice I).

A capacidade máxima do hostel será de 44 pessoas e para melhor acomodar nossos clientes, iremos fornecer em nossa infraestrutura 8 quartos sendo: 2 quartos com 4 traliches, capaz de acomodar com segurança e conforto 12 pessoas por cômodo; 4 quartos com 2 beliches cada, para clientes que preferem quartos com um número menor de pessoas e 2 quartos privativos (suítes) para os clientes que prezam a privacidade. Os quartos possuirão uma decoração inspirada na música, com notas e instrumentos musicais, camas e ventiladores de teto e paredes.

O Studio Hostel contará com 2 banheiros sendo um masculino e um feminino. O maior, com 7 cabines com vasos sanitários e 5 cabines com chuveiro será destinado ao público do gênero masculino, devido à maioria dos viajantes serem desse gênero (66% de acordo com a pesquisa realizada) (apêndice C). Já o banheiro feminino contará com 5 cabines com vasos sanitários e 4 cabines com chuveiros, novamente de acordo com a proporção

²⁵ <http://www.skidun.com.br/>

²⁶ <https://adwords.google.com.br>

apresentada nas respostas obtidas por meio da pesquisa realizada (34% do público total). O maior banheiro irá apresentar 4 (quatro) pias para higienização e o menor 3 (três) pias. Maiores detalhes podem ser vistos no Layout (apêndice J).

O ciclo de atendimento do Studio Hostel consiste na chegada do cliente e verificação da reserva feito pelo cliente. Caso o cliente já tenha efetuado a reserva previamente ele será encaminhado ao seu quarto. Caso contrário, a consulta de disponibilidade é realizada no intuito de alocá-lo em um dos quartos disponíveis. Se não houver disponibilidade o mesmo é indagado a respeito de efetuar reserva pra uma próxima data. Concordando com isso, a reserva para a data é efetuada e o cliente deixa o hostel.

Durante o percurso até o quarto o funcionário oferece o tour pelo hostel caso seja a primeira estadia do cliente em nosso hostel. Se o cliente aceita, o tour é realizado. Caso não aceita, ele continua o percurso até o quarto e fica a vontade (apêndice K). Toda essa interface com cliente durante o tour será realizada pelo gerente do hostel ou pela recepcionista caso o gerente do hostel a substitua na recepção.

Os armários serão alocados em cada quarto e cada cliente receberá um cadeado e uma chave para assegurar seus pertences dentro do seu armário. Caso o cliente se hospede no quarto privativo, o mesmo terá direito a usar o baú disponível no quarto. Em caso de perda ou quebra do cadeado e/ou chave, o cliente será penalizado no montante de R\$ 15,00.

Será fornecido diariamente um café da manhã completo (pão, frutas, frios, margarina, requeijão, suco, leite e chá) das 8:30 às 11:00 que possui seu valor incluso nas diárias para que nossos clientes possam aproveitar sua estadia com a possibilidade de se alimentar bem na refeição mais importante do dia. Grande parte dos produtos disponíveis para o café da manhã serão comprados pelo gerente do hostel em uma rede de atacados quinzenalmente, os pães serão comprados diariamente na padaria Recanto Doce Pães e Doces²⁷ (situada nas imediações do hostel) por um dos funcionários presentes no horário do café da manhã, o mesmo será o responsável pela organização da mesa do café da manhã.

Durante todo o período de estadia estará disponível para uso dos clientes uma cozinha, equipada com geladeira, mesas, microondas e pia, caso os clientes queiram utilizá-la para realizar algumas refeições. As únicas regras são que posteriormente ao uso a cozinha seja limpa, sem nenhum tipo de resíduo, lixo ou sujeira e todos os pertences armazenados na geladeira devem ser identificados com etiquetas.

Para o entretenimento dos clientes, estarão disponíveis uma sala de TV (com DVD) e dois sofás, uma pequena biblioteca com alguns puffs, uma sala com sinuca, redes para descanso e um estúdio com alguns instrumentos musicais como bateria, guitarra, violão, baixo, microfone, tambores e isolamento acústico. O estúdio musical terá seu funcionamento permitido apenas até às 22h devido à “lei do silêncio”²⁸. Caso algum cliente reclame antes das 22h, será ponderado com os hóspedes usuários do estúdio um horário de encerramento que agrade ambas as partes.

²⁷ <http://recantodoce.com.br/>

²⁸ Mais detalhes no Artigo 42 no link: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del3688.htm

O serviço de lavanderia dos jogos de cama do hostel será feito por meio de uma parceria com a Lavanderia Paulista²⁹ a qual será responsável por transportar para a higienização e lavagem das roupas de camas e toalhas se solicitada pelo cliente, essa última será cobrada uma taxa que não está inclusa em sua diária. O serviço de lavanderia também será estendido aos clientes em forma de parceria.

O serviço de “leva e trás” será disponibilizado de acordo com as solicitações realizadas até com dois dias de antecedência, para que possa ser realizada uma logística entre o hostel e o parceiro responsável pelo transporte (anexo A). Desta forma sendo possível informar o valor que cada cliente deverá pagar pelo serviço em percentual, pela distância do hostel ao evento e proporcional pela quantidade de pessoas. Para a contratação do serviço o gerente geral ficará encarregado de realizar os contatos e agendamento. O serviço somente será disponibilizado caso o nº mínimo de 8 (oito) integrantes seja atingido. Na data do evento o transportador irá encontrar com os passageiros no hostel em um horário combinado e irá buscá-los nos eventos em um local e horário pré-determinado pelas partes, levando assim nossos clientes de volta ao Studio Hostel com total segurança. Este serviço impede que os clientes visitantes da cidade pela primeira vez, corram o risco de se perder e parar em locais indesejados.

8. Plano Organizacional

8.1. Organograma

O organograma do Studio Hostel é composto de 5 (cinco) sócios, 1(um) gerente geral e 7 (sete) recursos operacionais, destes 4 (quatro) serão faxineiras e 3 (três) serão recepcionistas (apêndice L). O gerente geral será responsável por monitorar as escalas, qualidade do serviço prestado, cortesia com clientes e reportar a operação diária do hostel como um todo para os sócios. Todas as faxineiras e recepcionistas serão recursos contratados pelo Studio Hostel.

8.2. Cargos, salários e benefícios

O Studio Hostel contará com 4 (quatro) cargos diferentes. São eles: sócio, gerente geral, faxineira e recepcionista (descrições dos cargos no apêndice M). O sócio, por se tratar de um investidor visa o retorno sobre o ativo, logo seu salário será a partilha do rendimento mensal com os demais sócios.

Por sua vez, o gerente geral receberá um salário mensal bruto de R\$ 1.900,00 (apêndice N – cálculo de salário do Gerente Geral) para trabalhar no próprio hostel auxiliando na recepção e supervisionando a operação de uma maneira geral. Seus benefícios serão o vale refeição diário no valor de R\$ 6,00 e plano de assistência médica com custo de R\$ 70,00 mensal para a empresa.

²⁹ <http://www.lavanderiapaulista.com.br/>

Já os demais cargos terão um piso salarial de R\$ 600,00 para as faxineiras e R\$ 800,00 para as recepcionistas. Como benefícios, ambos os cargos contarão com cesta básica, vale transporte limitado à R\$ 6,00 diários e vale refeição diário no valor de R\$ 6,00 que estão detalhados no apêndice N (cálculo dos salários pelo calculoexato.com.br³⁰).

O motorista responsável pela van do sistema “leva e trás” será contratado sob demanda. Não será funcionário do hostel em período integral. Caso ele não possa atender o hostel na data, será solicitado uma indicação ao próprio motorista de algum profissional que possa realizar o serviço.

8.3. Horário de trabalho

Tanto as faxineiras quanto as recepcionistas trabalharão em regime de escala 6x1. Seus horários de trabalho variam de acordo com o turno que serão escaladas, podendo ser das 5h às 14h48 (turno A), 12h15 às 22h (turno B) e 20h04 às 5h (turno C, este com adicional noturno). Nos dias de folga das faxineiras, a quarta faxineira será folguista, cobrindo as folgas das demais de acordo com a escala e o horário de trabalho. Já nos dias de folga das recepcionistas, o Gerente Geral será o responsável por cobrir as folgas (conforme apêndice H).

8.4. Recrutamento e Seleção

Como práticas e recrutamento, o Studio Hostel utilizará as mais variadas ferramentas disponíveis, dentre elas o anúncio das vagas via impresso (jornal de grande circulação como o Amarelinho³¹ e folhetos nos arredores), anúncio na internet (no próprio site do hostel) e agências de recrutamento em geral.

Todo o gerenciamento do processo de recrutamento será realizado pelo gerente geral do hostel em conjunto com os sócios. Desde o agendamento das entrevistas com o gerente no hostel até os trâmites da contratação em si (assinatura da CTPS). O gerente do hostel ficará incumbido de realizar a entrevista aberta e dirigida (entrevistador frente a frente com o entrevistado)³² com os recursos que responderem aos anúncios.

Portanto, de acordo com as observações do gerente geral e seu feedback repassado aos sócios é estabelecido se a pessoa enviada pela empresa terceira será aceita para o trabalho.

8.5. Análise de desempenho dos profissionais e política de remuneração

³⁰ <http://calculoexato.com.br>

³¹ <http://www.oamarelinho.com.br/>

³² <http://www.secth.com.br/si/site/040302>

8.5.1. Análise de desempenho

Para que a análise de desempenho dos profissionais seja efetiva e válida, é fundamental que todos os funcionários saibam, sem quaisquer dúvidas, quais são suas atribuições e por quais competências e valores eles serão avaliados. Partindo desse critério a análise de desempenho dos funcionários terá duas vertentes:

1) Avaliação do gerente geral: o gerente geral será responsável pela avaliação de todos os funcionários operacionais do hostel. Caberá a ele a realização da entrevista e feedback com o funcionário em períodos previamente estabelecidos por ele e divulgados ao funcionário no momento do início do trabalho. Após a realização da entrevista e o fornecimento de feedback o gerente geral será responsável por responder a pesquisa de avaliação de funcionários (apêndice O) e a tabular dos resultados obtidos. Assim, após a tabulação, caberá ao gerente geral repassar os resultados e suas impressões aos sócios.

2) Avaliação dos clientes: durante a estadia os clientes serão incentivados a responder uma breve pesquisa de satisfação a respeito do hostel (apêndice P). Nessa pesquisa serão avaliados os funcionários, a infraestrutura do hostel e seus principais serviços. Haverá uma urna onde os clientes depositarão a pesquisa de satisfação respondida. A identificação do hóspede será facultativa, o cliente que decidirá se quer se identificar ou não.

8.5.2. Política de remuneração

A política de remuneração consiste em 4 (quatro) vertentes³³: atração e retenção dos melhores empregados, motivação e produtividade, definição de hierarquia e cultura organizacional. Essas vertentes serão utilizadas como base para a elaboração da política de remuneração conforme a seguir:

Atração e retenção dos melhores empregados: é cada vez mais difícil atrair e reter talentos atualmente, ainda mais em nível operacional. O Studio Hostel atrairá para as vagas de recepcionistas, principalmente estudantes em início de carreira a procura do primeiro emprego. Já no caso das faxineiras, procuraremos atrair pessoas que estejam à procura de renda para complementar a renda familiar. Já no caso da gerência a atração se dará por meio da oportunidade de gerir um negócio, de ter sob sua responsabilidade uma equipe de 7 (sete) pessoas.

Utilizaremos como mecanismo de retenção no nível operacional as cestas básicas entregues às recepcionistas e faxineiras mensalmente. Já na posição do gerente geral, oferecemos além da cesta básica uma bonificação por tempo de serviço que se dará anualmente. A bonificação por tempo de serviço será de 1% do salário e aumentará 0,5% a cada 1 ano e meio de tempo de trabalho para o hostel.

³³ <http://duartecelsojm.multiply.com/journal/item/36>

Motivação e produtividade: nossa principal ferramenta para motivação e, conseqüentemente, aumento da produtividade dos funcionários será um quadro de funcionários do mês. O funcionário a ser condecorado no mês será estabelecido de acordo com o feedback provido pelo gerente geral. Além do quadro, o funcionário do mês receberá uma sexta básica adicional.

Definição de hierarquia: assim que um funcionário for admitido, lhe será entregue um pequeno manual do hostel. Junto com a entrega do manual, o gerente geral explicará da maneira mais objetiva possível o funcionamento e os níveis hierárquicos do hostel. Esta atuação será aplicada ao nível operacional. No caso do gerente geral, os sócios ou um representante, se reunirá (ão) com o gerente geral admitido para lhe passar detalhadamente o funcionamento esperado e quais serão suas atribuições.

Cultura organizacional: a cultura organizacional procurada é a de qualidade no atendimento. Com base na qualidade do atendimento é que conquistaremos o cliente, conseguiremos indicações e efetivaremos as ações de boca a boca. Procura-se passar a qualidade em todos os aspectos visíveis ao cliente.

9. Plano Financeiro

9.1. Investimento Inicial

Para a construção do Studio Hostel será necessária a compra de vários móveis, eletrônicos, eletrodomésticos entre outros itens necessários para uma infraestrutura mais adequada para nossos clientes. Será necessária a compra de 8 triliches, 8 beliches e 2 camas de casal, além de ventiladores de teto e de parede para que nos dias mais quentes nosso hóspedes possam se sentir mais confortáveis. Serão comprados 40 lençóis de solteiro e 2 de casal, 44 fronhas, 44 travesseiros e 40 edredons de solteiro e 2 de casal que deverão ficar a disposição de nossos clientes e o valor para o uso está incluso na diária. O Hostel contará com 50 toalhas que serão alugadas aos clientes quando solicitadas pelo preço de R\$ 3,00 apenas para suprir os gastos com a higienização e lavagem das mesmas.

Com o intuito de evitar a preocupação dos hóspedes em relação aos banheiros, o Studio Hostel deverá instalar 12 cabines com vasos sanitários e 9 cabines com chuveiros, além de 7 pias para higienização.

Aproximadamente 34% do investimento inicial total será destinado a obtenção do alvará de reforma e a própria reforma do imóvel, a adequação ao uso proposto e com a obtenção de alvará de funcionamento perante a prefeitura além de outras despesas decorrentes da regularização do negócio, como abertura de empresa, laudo do Corpo de Bombeiros, laudo da Vigilância Sanitária e contrato de aluguel.

Para oferecer a disponibilidade de realizar o café-da-manhã ou alguma outra refeição, será disponibilizada aos clientes uma cozinha, com geladeira, pia, microondas e 6 pequenas mesas com 4 lugares cada (a cozinha já possui uma pia e armários planejados e inclusos no contrato de locação da residência).

Pode-se avaliar que após todas as implementações e modificações será necessário de nossos investidores o montante de R\$ 100.838,50 para o investimento inicial (os detalhes de preços podem ser observados no apêndice Q)

Além do valor mencionado acima, deverá ser disponibilizado pelos investidores o montante de R\$ 100.854,93 para Capital de Giro, o cálculo deste valor foi considerado com base no resultado de nossa pesquisa informal com os donos dos albergues (apêndice R) onde os mesmos informam que a taxa mínima de ocupação dos hostel está entre 25% e 30%, porém para nosso projeto, foi utilizada a taxa de 25% para minimizar riscos.

Para que seja realizada a correta divulgação do hostel, nossos investidores deverão despende a quantia de R\$ 50.000,00 para investimentos com marketing. Totalizando um investimento inicial para o Studio Hostel de R\$ 251.693,43.

9.2. Despesas

Para o funcionamento do hostel, serão incorridas despesas fixas e despesas variáveis mensalmente. As fixas são compostas pelo aluguel do imóvel, valor fixo pago pelos serviços de internet, telefone e sinal de TV, salários de todos os funcionários (inclusive o pró-labore), manutenção e para os gastos fixos com água e luz foram utilizados os gastos estimados para apenas 10% de ocupação do hostel,

As despesas variáveis foram calculadas com base nos valores disponibilizados para a compra de alimentos para o café-da-manhã, materiais de limpeza (detergentes, desinfetantes, papel higiênico, entre outros) além de uma estimativa de gastos com água, luz. Um melhor detalhamento da projeção de despesas é apresentada no apêndice S.

9.3. Demanda

Visando nosso público alvo, buscamos informações dos shows e eventos (feiras, congressos, bienais, viradas culturais) que já ocorreram em São Paulo no período de 2011 e os que estavam programados para ocorrer até o fim do ano. Verificamos os locais que ocorriam os shows, bem como o volume de pessoas suportadas em cada um dos eventos.

Sobre estas quantidades, aplicamos o percentual de 40% pois segundo informações do site “Visite São Paulo”³⁴ este seria o percentual médio de turistas nacionais que se direcionam a capital para estes eventos. Multiplicamos a quantidade encontrada por 5,4% pois este é o percentual médio de pessoas que se hospedam em albergues quando vêm assistir a estes eventos.

Agrupamos as informações por mês para verificar a média mensal de ocupação e dividimos por 30 (quantidade de albergues mais próximos e com estrutura mais similar) para averiguar quantas pessoas se hospedariam em nosso hostel. Como a média de permanência

³⁴ <http://www.visitesaopaulo.com.br>

das pessoas na cidade é de uma semana, dividimos os valores por 4 (semanas que compõem o mês) e multiplicamos o valor encontrado pela quantidade de eventos em cada um dos meses.

Para estimarmos a quantidade de pessoas recebidas no Studio Hostel por motivos variados (outros além de shows e eventos) multiplicamos por 5,2% pois segundo o site “Visite São Paulo”³⁵ dos 10,6% das pessoas que vem de outras cidades para São Paulo, 5,4% ficam devido a shows e eventos e os outros 5,2% se hospedam por outros motivos.

Segundo informações do site “Gente e Mercado”³⁶ três anos antes da Copa do Mundo na África do Sul o turismo no país apresentou um crescimento de 7,6%, estimativa esta que foi aplicada sobre nossa demanda calculada. Maiores detalhes de quantidade podem ser observados no apêndice T.

9.4. Receita

Para a estimativa de receita, fizemos uma multiplicação do percentual de ocupação e os valores das diárias. A receita foi calculada com 100% de ocupação do Studio Hostel (24 leitos a R\$ 35,00 a diária, 16 leitos a R\$ 45,00 e 4 leitos a R\$120,00) e para os meses que possuem diferentes demandas o percentual de ocupação foi aplicado sobre a receita total como pode ser verificado no apêndice U.

Por se tratar de um empreendimento no ramo de turismo, o Studio Hostel possui grandes variações em sua receita anual devido à sazonalidade, onde em alguns meses, os custos superam as receitas e o hostel apresenta resultado negativo. Em contrapartida, em outros meses a média de ocupação se eleva e o hostel apresenta grandes margens de lucro.

9.5. Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio demonstra a venda mínima que o Hostel deve ter para que sua receita se iguale a seus custos, no caso do Studio Hostel o ponto de equilíbrio é encontrado no momento em que se obtêm uma receita de R\$ 26.865,90 no mês, através de uma taxa de ocupação de aproximadamente 43%. Esses valores e seus respectivos cálculos podem ser encontrados através do apêndice V (cenário pessimista).

9.6. Viabilidade do projeto

³⁵ <http://www.visitesaopaulo.com.br>

³⁶ <http://www.genteemercado.com.br>

Para analisar a viabilidade do projeto na relação de custos e receitas foram projetados fluxos de caixa para 5 anos nos cenários pessimista, realista e otimista (apêndices X, Z e AA). Estes foram embasados nos cálculos dos 3 cenários de custos e receitas e para a estimativa dos valores do primeiro ano (apêndice AB), as demandas de cada um dos cenários foi reduzida a 50% pois segundo a pesquisa realizada com alberguistas (apêndice R) o primeiro ano é o mais difícil e a demanda se mantém pela metade da estimada.

Para a projeção dos fluxos de caixa foram deduzidos da receita os custos fixos e variáveis. A depreciação foi calculada com base no valor inicial investido (com exceção dos R\$ 35.000,00 investidos em reformas e alvarás, e dos R\$50.000,00 direcionados para o marketing) dividido por 10 anos de depreciação (período de depreciação de móveis e utensílios domésticos) e 12 meses que compõem um ano gerando um valor de depreciação mensal de R\$ 548,65.

Os impostos foram calculados sobre a receita bruta anual de acordo com a tabela de percentuais do Simples Nacional (anexo B), onde de acordo com a Receita anual há a incidência de uma taxa diferenciada. A base de cálculo foi a Receita Bruta mensal e o valor do imposto foi deduzido do LAJIR (Lucro Antes dos Juros e Imposto de Renda)

9.7. Análises TIR, VPL e Payback do projeto

Para verificar a viabilidade do projeto do Studio Hostel foram feitos os cálculos, TIR, VPL e Payback, com base nos Lucros Líquidos obtidos nos cálculos do Fluxo de caixa nos três cenários (otimista, realista e pessimista) (apêndices X, Z e AA).

Para o cálculo da TIR e VPL do projeto foi necessário o calculo da TMA (Taxa mínima de atratividade) obtida através do calculo da CAPM (Capital Asset Pricing Model), cujo calculo do mesmo e da TIR, VPL e Payback se encontram nos apêndices AC,AD e AE. Assim encontramos o valor de 21,83% de TMA. Com os valores da TMA e dos Fluxos de caixa dos 5 anos e dos 3 cenários possíveis, encontramos os seguintes resultados abaixo conforme apêndices AC, AD e AE.

Cenarios / resultados	Pessimista	Realista	Otimista
TIR	-21,06%	31,03%	32,57%
VPL	R\$ (-341988,00)	R\$ 96.551,45	R\$ 112.964,39
Payback	Não há retorno no período	28 meses e 26 dias	27 meses e 8 dias

Figura 2: TIR, VPL e Payback

Conforme podemos verificar na tabela acima, no cenário pessimista fica inviável o investimento em nosso projeto, uma vez que a TIR e o VPL são negativos, algo que é totalmente inadmissível a um investidor, isso se explica devido a baixa demanda considerada (25%), assim nossos lucros seriam baixos incapazes de suprir o investimento no prazo de cinco anos.

Porém no cenário Realista tem uma TIR superior a TMA (Taxa Mínima de Atratividade), viabilizando assim nosso projeto, além disso, um VPL de R\$96.551,45, possibilitando um Payback de 28 meses e 26 dias, um resultado considerado bom em se tratar de um investimento esperado em 5 anos. Assim no cenário otimista teríamos um

investimento com uma TIR de 32,57% e um VPL de R\$ 112.964,39, possibilitando um período de Payback de 27 meses e 8 dias, vale ressaltar que o cálculo do cenário otimista não foi baseado em uma ocupação de 100%, devido à sazonalidade.

Para melhor demonstrar os resultados obtidos na empresa, apresentamos uma DRE a fim de facilitar a visualização de lucros / perdas pelos investidores (apêndice AF).

10. Anexos

Anexo A – Van para transporte



Anexo B – Tabela de Alíquotas do Simples Nacional

Partilha do Simples Nacional - Serviços

Receita Bruta em 12 meses (em R\$)	ALÍQUOTA	IRPJ	CSLL	COFINS	PIS/PASEP	ISS
Até 120.000,00	4,50%	0,00%	1,22%	1,28%	0,00%	2,00%
De 120.000,01 a 240.000,00	6,54%	0,00%	1,84%	1,91%	0,00%	2,79%
De 240.000,01 a 360.000,00	7,70%	0,16%	1,85%	1,95%	0,24%	3,50%
De 360.000,01 a 480.000,00	8,49%	0,52%	1,87%	1,99%	0,27%	3,84%
De 480.000,01 a 600.000,00	8,97%	0,89%	1,89%	2,03%	0,29%	3,87%
De 600.000,01 a 720.000,00	9,78%	1,25%	1,91%	2,07%	0,32%	4,23%
De 720.000,01 a 840.000,00	10,26%	1,62%	1,93%	2,11%	0,34%	4,26%
De 840.000,01 a 960.000,00	10,76%	2,00%	1,95%	2,15%	0,35%	4,31%
De 960.000,01 a 1.080.000,00	11,51%	2,37%	1,97%	2,19%	0,37%	4,61%
De 1.080.000,01 a 1.200.000,00	12,00%	2,74%	2,00%	2,23%	0,38%	4,65%
De 1.200.000,01 a 1.320.000,00	12,80%	3,12%	2,01%	2,27%	0,40%	5,00%
De 1.320.000,01 a 1.440.000,00	13,25%	3,49%	2,03%	2,31%	0,42%	5,00%
De 1.440.000,01 a 1.560.000,00	13,70%	3,86%	2,05%	2,35%	0,44%	5,00%
De 1.560.000,01 a 1.680.000,00	14,15%	4,23%	2,07%	2,39%	0,46%	5,00%
De 1.680.000,01 a 1.800.000,00	14,60%	4,60%	2,10%	2,43%	0,47%	5,00%
De 1.800.000,01 a 1.920.000,00	15,05%	4,90%	2,19%	2,47%	0,49%	5,00%
De 1.920.000,01 a 2.040.000,00	15,50%	5,21%	2,27%	2,51%	0,51%	5,00%
De 2.040.000,01 a 2.160.000,00	15,95%	5,51%	2,36%	2,55%	0,53%	5,00%
De 2.160.000,01 a 2.280.000,00	16,40%	5,81%	2,45%	2,59%	0,55%	5,00%
De 2.280.000,01 a 2.400.000,00	16,85%	6,12%	2,53%	2,63%	0,57%	5,00%

11. Apêndices

Apêndice A – Planilha de estimativa de demanda

Demanda Geral em Albergues x Evento			
Data	Qntd clientes	Evento	Público do albergue¹
1 de janeiro	100.000	Reveillon na Paulista	2.160
30 de janeiro	80.000	Metalica	1.728
17 a 19 de fevereiro	32.000	Carnaval	691
26 de fevereiro	6.000	Back Street Boys	130
19 de março	80.000	Shakira	1.728
26 de março	6.000	grupo RBD	130
2 de abril	30.000	Ozzy Osbourne	648
7 de abril	6.000	Slash	130
9 de abril	89.000	U2	1.922
16 e 17 de abril	328.000	Virada Cultural	7.085
21 e 22 de maio	15.000	Jack Jhonson	324
26 de maio	80.000	Iron Maiden	1.728
27 de maio	6.000	Village People	130
18 de junho	40.000	Skol sensation	864
26 de junho	403.000	Parada Gay	8.705
12 a 22 de agosto	290.000	Bienal Internacional do Livro	6.264
17 de setembro	30.000	rihanna	648
21 de setembro	30.000	Red Hot Chili Peppers	648
25 de setembro	40.000	Katy Perry	864
25 de set a 12 de dez	107.000	Bienal Internacional de Arte de São Paulo	2.311
01 de outubro	35.000	System of a down	756
4 a 9 de Outubro	40.000	São Duas Rodas	864
06 de outubro	6.000	Tears For Fears	130
08 de outubro	80.000	Justin Bieber	1.728
10 de outubro	6.000	Deep Purple	130
12 de outubro	80.000	Eric Clapton	1.728
10 a 21 de Outubro	200.000	Salão Internacional do automóvel	4.320
22 de out a 4 de nov	30.000	Mostra Internacional de Cinema	648
30 de outubro	30.000	Aerosmith	648
04 de novembro	80.000	Pearl Jam	1.728
06 de novembro	6.000	Hanson	130
12 e 13 de novembro	6.000	Ringo Starr	130
18 de novembro	30.000	britney spears	648
09 de dezembro	6.000	Bem haper	130

¹ Com base na quantidade de pessoas que frequentam os eventos, aplicamos os percentuais de 40% que representa os clientes que vêm de outros Estados e 5,4% que representa os turistas que ficam em albergues.

Pesquisa Quantitativa - Hospedagem em Albergues

* Required

Você sabe o que é um albergue? *

- Sim
- Não

Com qual frequência você se hospeda em albergues? *

- Nunca me hospedei
- Apenas 1 viagem
- Em poucas viagens
- Em algumas viagens
- Na maioria das viagens
- Só me hospedo em albergues

Conhece algum albergue em São Paulo? Qual? *

Quanto pagou na diária? *

Se você pensa em viajar, onde você gostaria de se hospedar? *

- Hotel
- Albergue
- Pousada
- Casa de amigos
- Apartamento
- Casa de familiar
- Pensões
- Outro

Caso você nunca tenha ido a um albergue, levando em consideração que a maioria dos albergues credenciados possui quartos coletivos e quartos privativos, cozinha e sala de estar coletivas, áreas de lazer (biblioteca, mesa de sinuca, piscina, área com rede, computadores), lavanderia e bar, você se hospedaria em um albergue?

- Sim
- Não

Por quê?

Até qual valor você consideraria gastar para se hospedar em um albergue? *

- Até R\$ 20,00 diária p/ pessoa
- Até R\$ 35,00 diária p/ pessoa
- Até R\$ 50,00 diária p/ pessoa
- Até R\$ 65,00 diária p/ pessoa
- Preço não é determinante

Qual seria o número ideal de pessoas por quarto para você? *

- Apenas 2 pessoas por quarto
- Até 4 pessoas por quarto
- De 4 a 6 pessoas por quarto
- De 6 a 8 pessoas por quarto
- De 8 a 10 pessoas por quarto
- De 10 a 12 pessoas por quarto

Quanto tempo você se hospedaria em São Paulo?

- 1 dia
- 2 dias
- 3 dias
- 4 dias
- 1 Semana
- 2 Semanas
- 1 mês

- 3 meses
- Indeterminado

Você se hospedaria em um albergue quando viesse para a cidade para:

- Trabalhar
- Executar um projeto
- Conhecer a cidade
- Passar uma temporada (Ex: férias ou feriados)
- Estudar
- Conhecer pessoas
- Eventos esportivos (Ex: Copa 2014, Olimpíadas 2016)
- Other:

O que você procura como opção de ocupação quando se hospeda em São Paulo? *

- Atividades culturais (cinema/ teatro/ museu/ exposições)
- Conhecer a cidade (pontos turísticos e/ou históricos)
- Eventos esportivos (jogos/ corridas/ esportes radicais)
- Atividades gastronômicas (restaurantes/ feiras gastronômicas)
- Atividades profissionais (trabalho temporário/ implementação de projeto/ treinamento)
- Atividades educacionais (cursos de curta duração/ faculdade/ intercâmbio cultural)
- Eventos culturais (shows/ parada do orgulho gay/ carnaval/ virada cultural/ virada do ano)
- Compras (comércio popular/ atacado/ centros de distribuição/ fabricantes)
- Outros

O que você gostaria que tivesse em um albergue que você não encontra atualmente? *

O que você julga mais necessário em um albergue? *

Sendo: 1 = Pouco necessário e 5 = Indispensável

	1	2	3	4	5
Banheiro individual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Banheiro individual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ventilador/ ar-condicionado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eventos de integração	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mapa das arredores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instruções a respeito do transporte público da cidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Computadores com acesso à internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wi-Fi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Café da manhã	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quarto de casal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vagas para automóveis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bar/ Lanchonete	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vending Machine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Televisão + DVD player + video game	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parceria com empresas de turismo locais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavanderia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cozinha	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Área para relaxar e ler (jardim/ biblioteca)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Limpeza e higiene do local	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

O que traz consigo de eletrônico para o albergue?

- Notebook
- Câmera
- Filmadora
- Celular
- Tablet
- Aparelho de GPS

MP3 player

Outros

Acompanhado de quantas pessoas você se hospedaria no albergue? *

- Sozinho
- 1 pessoa
- 2 pessoas
- 3 pessoas
- 4 pessoas ou mais

Qual seria seu meio de locomoção durante a estadia? *

- Transporte público
- Táxis
- Carro alugado
- Indefinido

Como você chegaria ao albergue? *

- Carro
- Transporte público
- Táxi
- Sistema leva e traz fornecido pelo albergue
- Other:

Qual a sua faixa etária? *

- 16 a 18 anos
- 19 a 21 anos
- 22 a 24 anos
- 25 a 27 anos
- 28 a 30 anos
- Mais de 31 anos

Qual seu sexo?

- Masculino
- Feminino

Em qual estado você mora?

Em qual cidade do estado acima você mora?

Powered by [Google Docs](#)

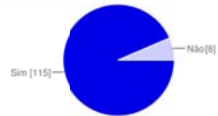
Apêndice C – Sumário de respostas da pesquisa

*Nas respostas com indicações de 1 a 5, favor considerar 1 o menos importante e 5 o mais importante.

123 responses

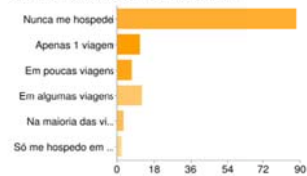
Summary [See complete responses](#)

Você sabe o que é um albergue?



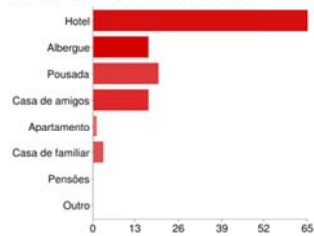
Sim	115	93%
Não	8	7%

Com qual frequência você se hospeda em albergues?



Nunca me hospedei	88	72%
Apenas 1 viagem	11	9%
Em poucas viagens	7	6%
Em algumas viagens	12	10%
Na maioria das viagens	3	2%
Só me hospedei em albergues	2	2%

Se você pensa em viajar, onde você gostaria de se hospedar?



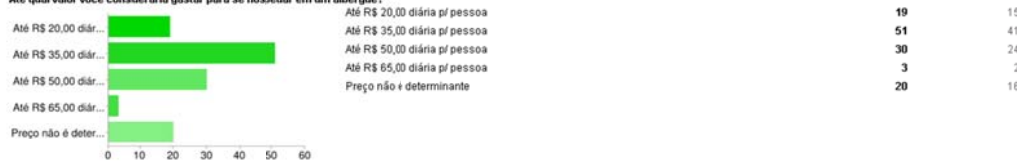
Hotel	65	53%
Albergue	17	14%
Pousada	20	16%
Casa de amigos	17	14%
Apartamento	1	1%
Casa de familiar	3	2%
Pensões	0	0%
Outro	0	0%

Caso você nunca tenha ido a um albergue, levando em consideração que a maioria dos albergues credenciados possui quartos coletivos e quartos privados, cozinha e sala de estar coletivas, áreas de lazer (biblioteca, mesa de sinuca, piscina, área com rede, computadores), lavanderia e bar, você se hospedaria em um albergue?

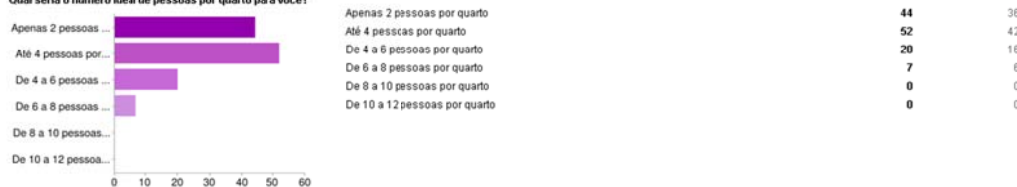


Sim	107	87%
Não	12	10%

Até qual valor você consideraria gastar para se hospedar em um albergue?



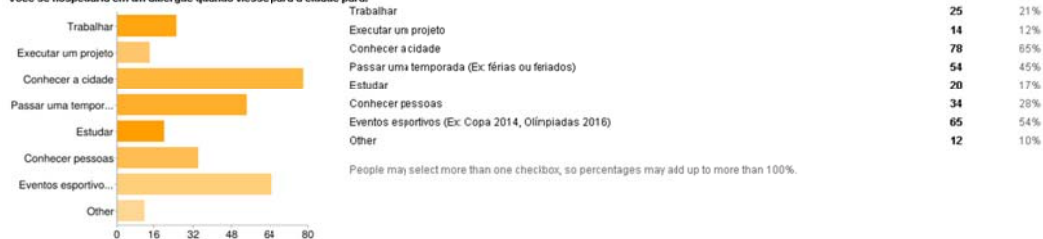
Qual seria o número ideal de pessoas por quarto para você?



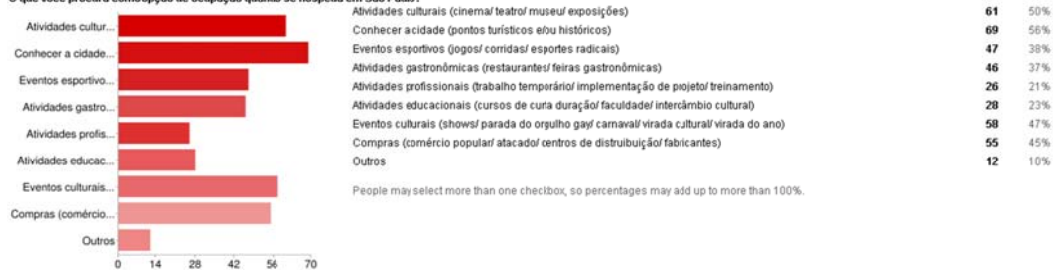
Quanto tempo você se hospedaria em São Paulo?



Você se hospedaria em um albergue quando viesse para a cidade para:



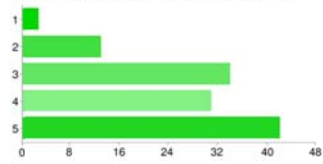
O que você procura como opção de ocupação quando se hospeda em São Paulo?



O que você julga mais necessário em um albergue? - Banheiro individual

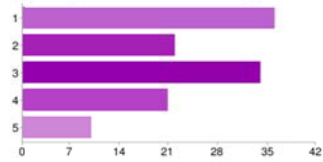


O que você julga mais necessário em um albergue? - Ventilador/ar-condicionado



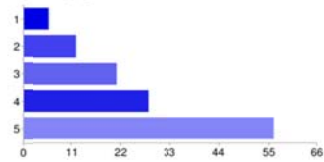
Rating	Count	Percentage
1	3	2%
2	13	11%
3	34	28%
4	31	25%
5	42	34%

O que você julga mais necessário em um albergue? - Eventos de integração



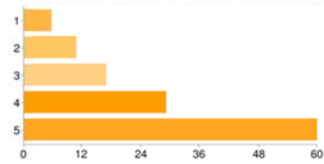
Rating	Count	Percentage
1	36	29%
2	22	18%
3	34	28%
4	21	17%
5	10	8%

O que você julga mais necessário em um albergue? - Mapa das arredores



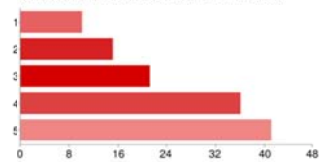
Rating	Count	Percentage
1	6	5%
2	12	10%
3	21	17%
4	28	23%
5	56	46%

O que você julga mais necessário em um albergue? - Instruções a respeito do transporte público da cidade



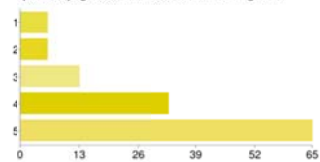
Rating	Count	Percentage
1	6	5%
2	11	9%
3	17	14%
4	29	24%
5	60	49%

O que você julga mais necessário em um albergue? - Computadores com acesso à internet



Rating	Count	Percentage
1	10	8%
2	15	12%
3	21	17%
4	36	29%
5	41	33%

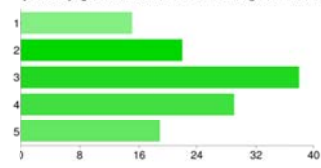
O que você julga mais necessário em um albergue? - Wi-Fi



Rating	Count	Percentage
1	6	5%
2	6	5%
3	13	11%
4	33	27%
5	65	53%

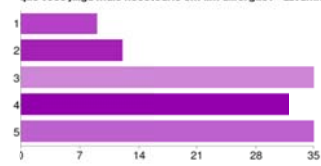


Que você julga mais necessário em um albergue? - Parceria com empresas de turismo locais



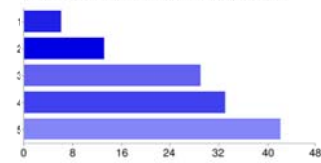
1	15	12%
2	22	18%
3	38	31%
4	29	24%
5	19	15%

Que você julga mais necessário em um albergue? - Lavanderia



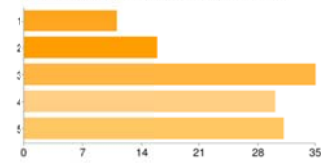
1	9	7%
2	12	10%
3	35	28%
4	32	26%
5	35	28%

Que você julga mais necessário em um albergue? - Cozinha



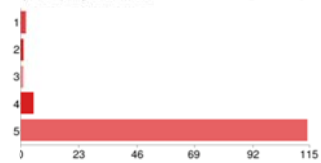
1	6	5%
2	13	11%
3	29	24%
4	33	27%
5	42	34%

Que você julga mais necessário em um albergue? - Área para relaxar e ler (jardim/biblioteca)



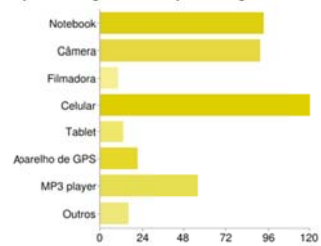
1	11	9%
2	16	13%
3	35	28%
4	30	24%
5	31	25%

Que você julga mais necessário em um albergue? - Limpeza e higiene do local



1	2	2%
2	1	1%
3	1	1%
4	5	4%
5	114	93%

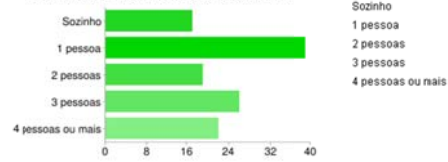
Que traz consigo de eletrônico para o albergue?



Notebook	93	76%
Câmera	91	75%
Filmadora	10	8%
Celular	120	98%
Tablet	13	11%
Aparelho de GPS	21	17%
MP3 player	66	46%
Outros	16	13%

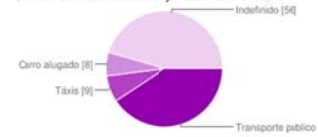
People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

Acmpañado de quantas persoas você se hospedaria no albergue?



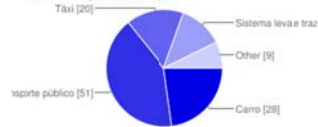
Categoria	Contagem	Porcentagem
Sozinho	17	14%
1 pessoa	39	32%
2 pessoas	19	15%
3 pessoas	26	21%
4 pessoas ou mais	22	18%

Qual seria seu meio de locomoção durante a estadia?



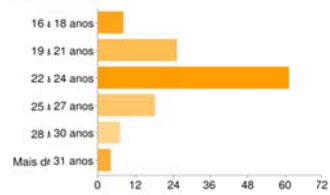
Meio de Locomoção	Contagem	Porcentagem
Transporte público	50	41%
Táxis	9	7%
Carro alugado	8	7%
Indefinido	56	46%

Como você chegaria ao albergue?



Meio de Chegada	Contagem	Porcentagem
Carro	28	23%
Transporte público	51	41%
Táxi	20	16%
Sistema leva e traz fornecido pelo albergue	15	12%
Other	9	7%

Qual a sua faixa etária?



Faixa Etária	Contagem	Porcentagem
16 a 18 anos	8	7%
19 a 21 anos	25	20%
22 a 24 anos	61	50%
25 a 27 anos	18	15%
28 a 30 anos	7	6%
Mais de 31 anos	4	3%

Qual seu sexo?



Sexo	Contagem	Porcentagem
Masculino	82	67%
Feminino	40	33%

Apêndice D – Pesquisa sobre infraestrutura dos clientes e seus preços

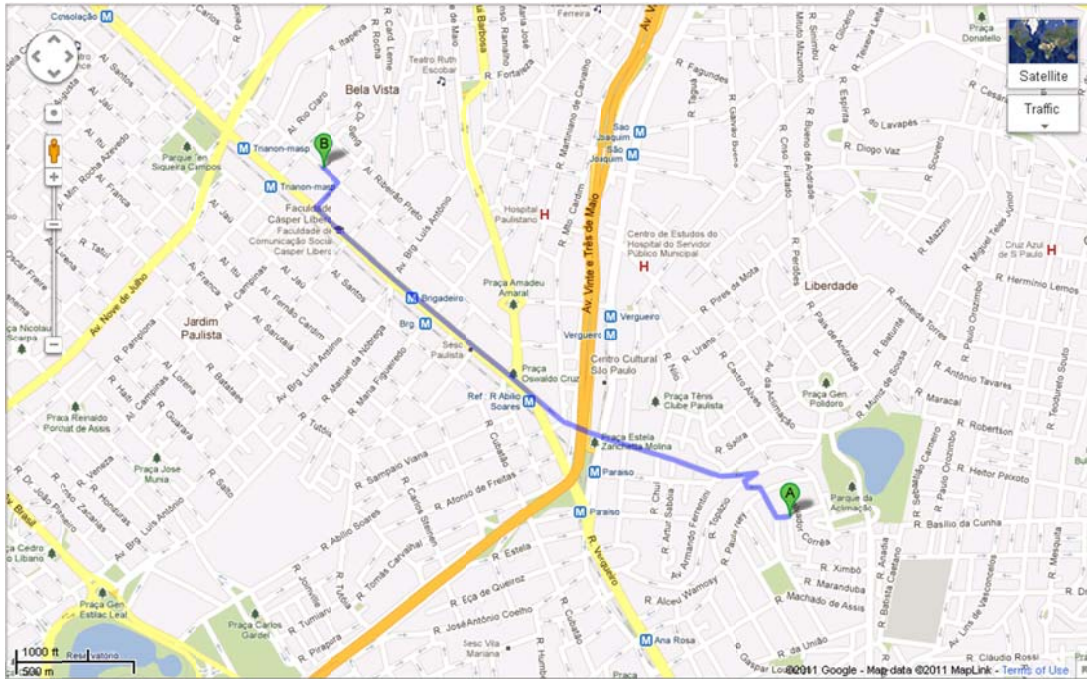
	Gol Back Packers	Okupe Hostel Jardins
Site	www.golbackpackers.com	www.okupehostels.com
Contato	2528-2564	2366-1517
Localização	Bela Vista - São Paulo	Jardim Paulista - São Paulo
Aberto 24 horas	SIM	SIM
Café da Manhã	SIM	SIM
Armário	SIM	SIM
Wi-fi	SIM	SIM
Computador	SIM	SIM
TV a cabo	SIM	SIM
DVD	SIM	SIM
Biblioteca	SIM	SIM
Bar	SIM	SIM
Sala de Conveniência	SIM	SIM
Cozinha	SIM	SIM
Banheiro	SIM	SIM
Roupa de cama e toalha	SIM	SIM
Lavadeira	NÃO	SIM
O que está nas proximidades (pontos turísticos)	Masp, Avenida Paulista, Rua Augusta, Centro Cultural Fiesp	Rua Oscar Freire, Av. Paulista, Rua Augusta, Baladas Vila Madalena, Masp
Transporte Público	Estação de metrô Trianon-Masp, linhas de ônibus	Estação de metrô Trianon-Masp, linhas de ônibus
Diferenciais e Eventos	Jogos de integração/shots de bebidas brasileiras/Decorações baseada no futebol	Festas e eventos de integração no bar do hostel
Diárias	Gol Back Packers	Okupe Hostel Jardins
	Quarto com 8 camas - R\$40,00 e R\$35,00	Suíte Privativa R\$120
	Quarto com 6 camas - R\$45,00	Quarto Privativo c/ banheiro compartilhado R\$ 110,00
	Quarto com 4 camas - R\$50,00	Quarto 4 ou 6 camas R\$ 40,00
	Não há quartos privativos	Quarto com 8 camas R\$ 35,00

	Vila Madalena Hostel	Saci Hostel
Site	www.vilamadalenahostel.com.br	www.sacihostel.com
Contato	3034-4104	3862-5792
Localização	Vila Madalena - São Paulo	Perdizes - São Paulo
Aberto 24 horas	SIM	SIM
Café da Manhã	NÃO	SIM
Armário	SIM	SIM
Wi-fi	SIM	SIM
Computador	NÃO	NÃO
TV a cabo	SIM	SIM
DVD	SIM	SIM
Biblioteca	SIM	NÃO
Bar	SIM	SIM
Sala de Conveniência	SIM	SIM
Cozinha	SIM	SIM
Banheiro	SIM	SIM
Roupa de cama e toalha	SIM (Aluga)	SIM
Lavadeira	NÃO	SIM
O que está nas proximidades (pontos turísticos)	Praça Benedito Calixto (Artesanatos e Antiguidades), Baladas Vila Madalena, Av. Paulista	Av. Paulista, Baladas Vila Madalena
Transporte Público	Linhas de ônibus/Metrô Clínicas fica a 9 quadras	Estação de metrô Sumaré, linhas de ônibus
Diferenciais e Eventos	Hostel com decorações Artísticas/Mesa de sinuca	Grafismo/Promoções com bebidas gratuitas/Festas Semanais/Piscina
Diárias	Vila Madalena Hostel	Saci Hostel
	Diária	Diária
	Quarto Privativo c/ banheiro compartilhado	Quarto Privativo c/ banheiro compartilhado R\$ 90,00
	Quarto com 4 camas R\$ 45,00	Quarto com 5 camas R\$ 35,00
	Quarto com 8 camas R\$ 40,00	Quarto com 6 camas R\$ 33,00
	Quarto com 12 camas R\$ 35,00	Quarto com 10 camas R\$ 35,00

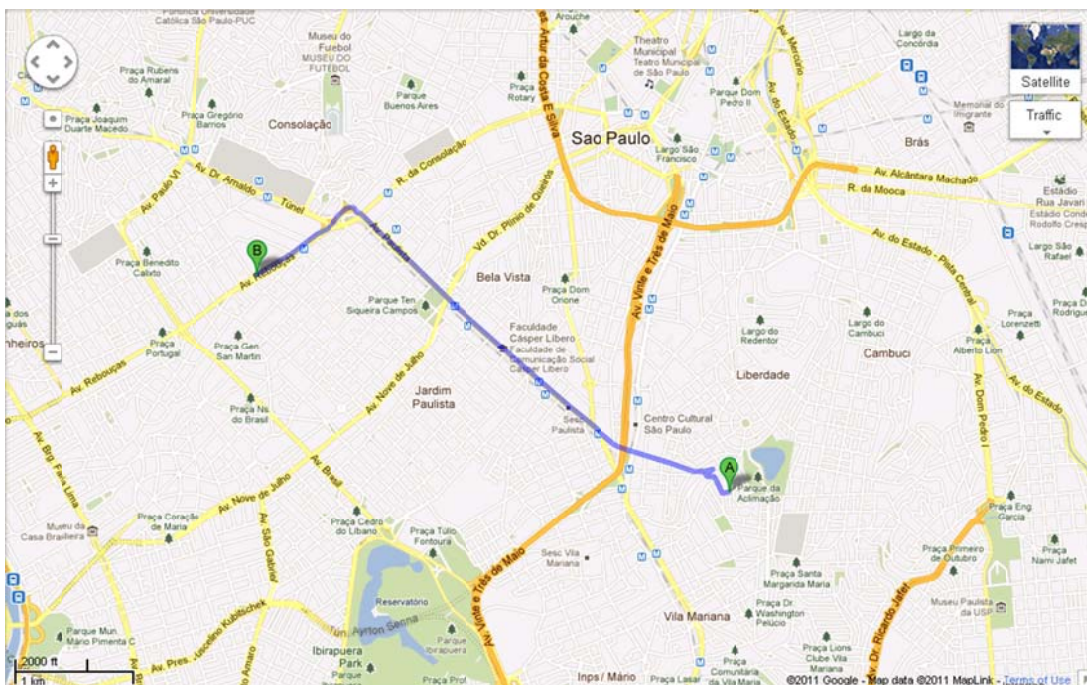
	EZ Aclimação Hotel	Hotel Apeninos
Site	www.ezaclimacao.com.br	www.hotelapeninos.com.br
Contato	3346-7783	3399-2997 / 3277-5904
Localização	Aclimação - São Paulo	Aclimação - São Paulo
Aberto 24 horas	SIM	SIM
Café da Manhã	NÃO (necessário fechar pacote)	SIM
Armário	SIM	SIM
Wi-fi	SIM	SIM
Computador	NÃO	NÃO
TV a cabo	SIM	SIM
DVD	NÃO	NÃO
Biblioteca	NÃO	NÃO
Bar	SIM	NÃO
Sala de Conveniência	SIM	SIM
Cozinha	SIM	SOMENTE PARA MENSALISTAS
Banheiro	SIM	SIM
Roupa de cama e toalha	SIM	SIM
Lavadeira	SIM	SOMENTE PARA MENSALISTAS
O que está nas proximidades (pontos turísticos)	O EZ Aclimação Hotel está situado a cinco minutos da Av. Paulista, no bairro da Aclimação, próximo aos pólos: médico, judiciário e gastronômico	Próximo às Estações do Metrô Vergueiro, Liberdade e Paraíso. Próximo a Av. Paulista
Transporte Público	Duas Quadras do Metrô Paraíso	Localizado a uma quadra da Av. Liberdade
Diferenciais e Eventos	Possui festas de confraternização / Piscina / Sauna / Privacidade e estrutura dos quartos / Ar condicionado / Frigobar	Não possui nada informado
Diária	EZ Aclimação Hotel	Hotel Apeninos
	Quarto Privativo com tudo R\$ 135,00 Durante a Semana	Quarto para 1 pessoa 78,00 c/ café
	Quarto Privativo com tudo R\$ 115,00 Durante o FDS 2 Dormitórios R\$ 170,00 e R\$195,00	Quarto para 2 pessoas 116,00 com café
	Premiun R\$ 135,00 e R\$155,00	Quarto para 4 pessoas 172,00 com café

Apêndice E – Mapa de distância entre o Studio Hostel e concorrentes

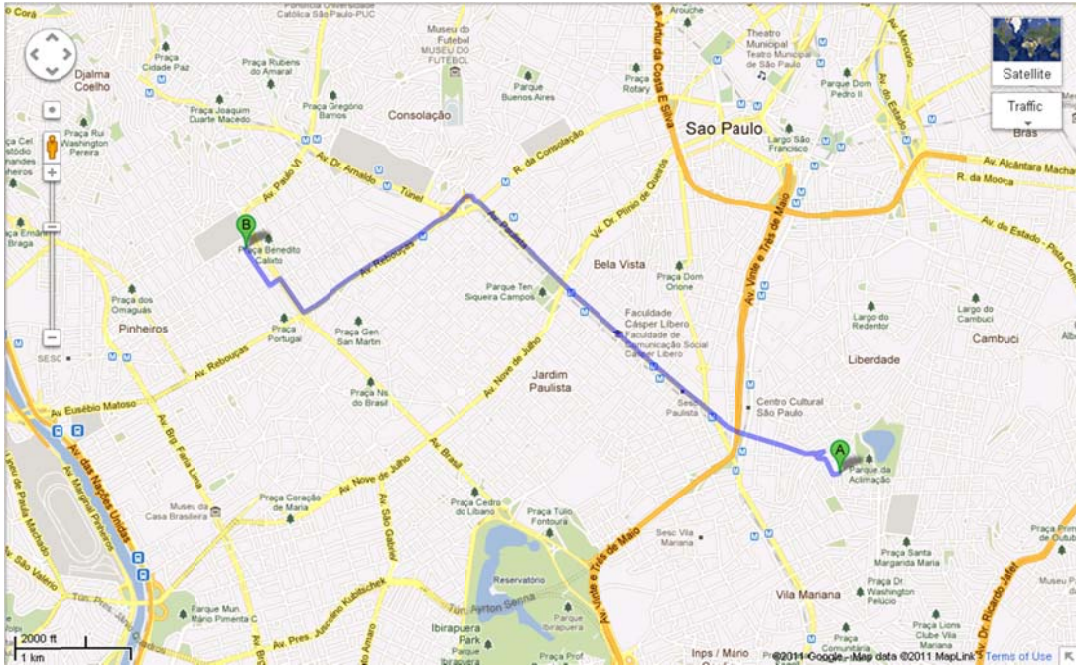
Studio Hostel -> Goal Backpackers (2,8km)



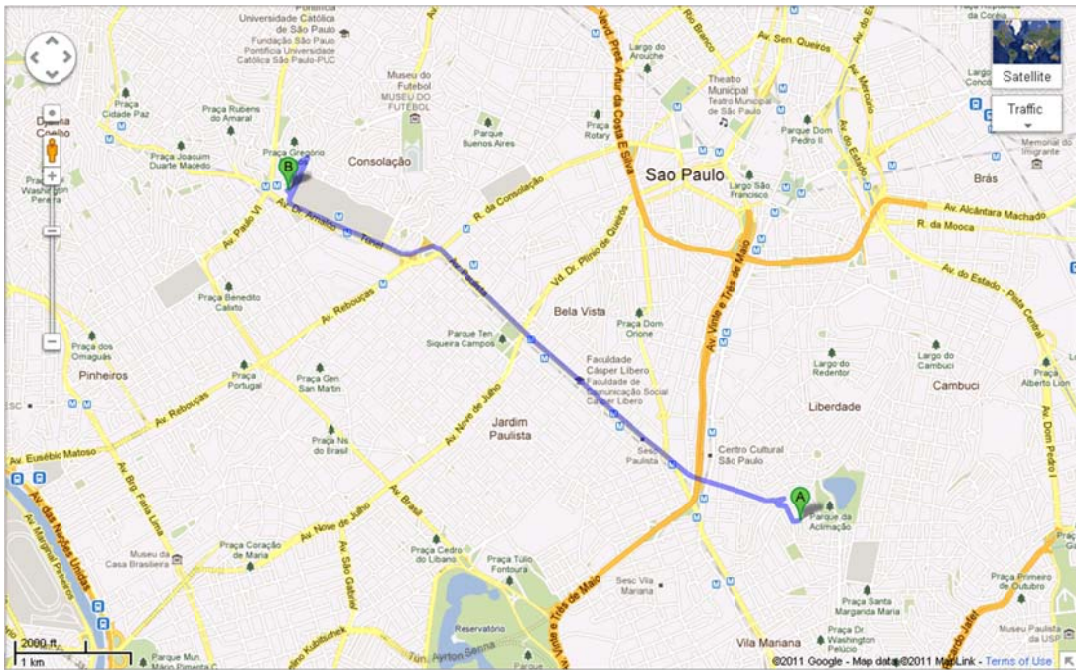
Studio Hostel -> Okupe Hostels Jardins (5,2km)



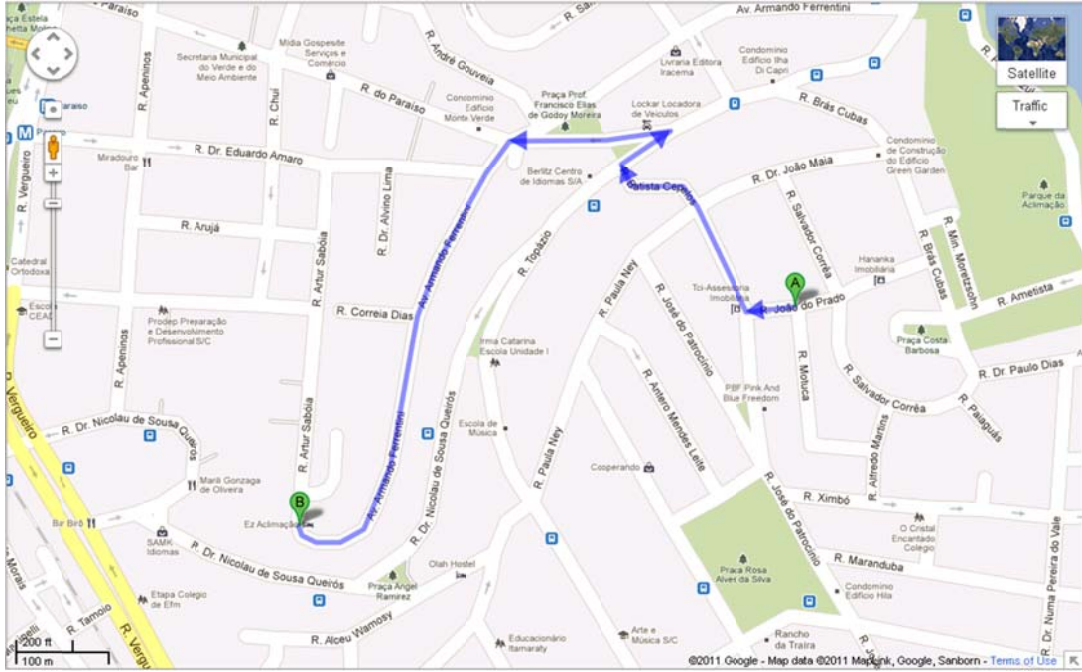
Studio Hostel -> Vila Madalena Hostel (6,8km)



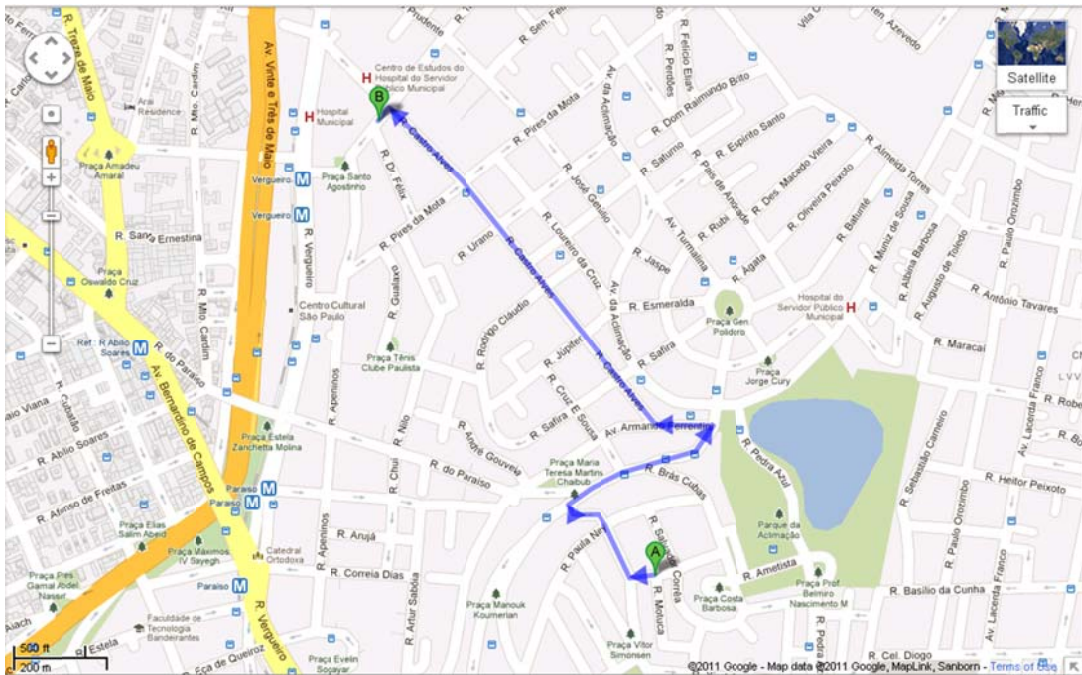
Studio Hostel -> Saci Hostel (6,4km)



Studio Hostel -> EZ Acimação Hotel (1,1km)



Studio Hostel -> Hotel Apeninos (1,7km)

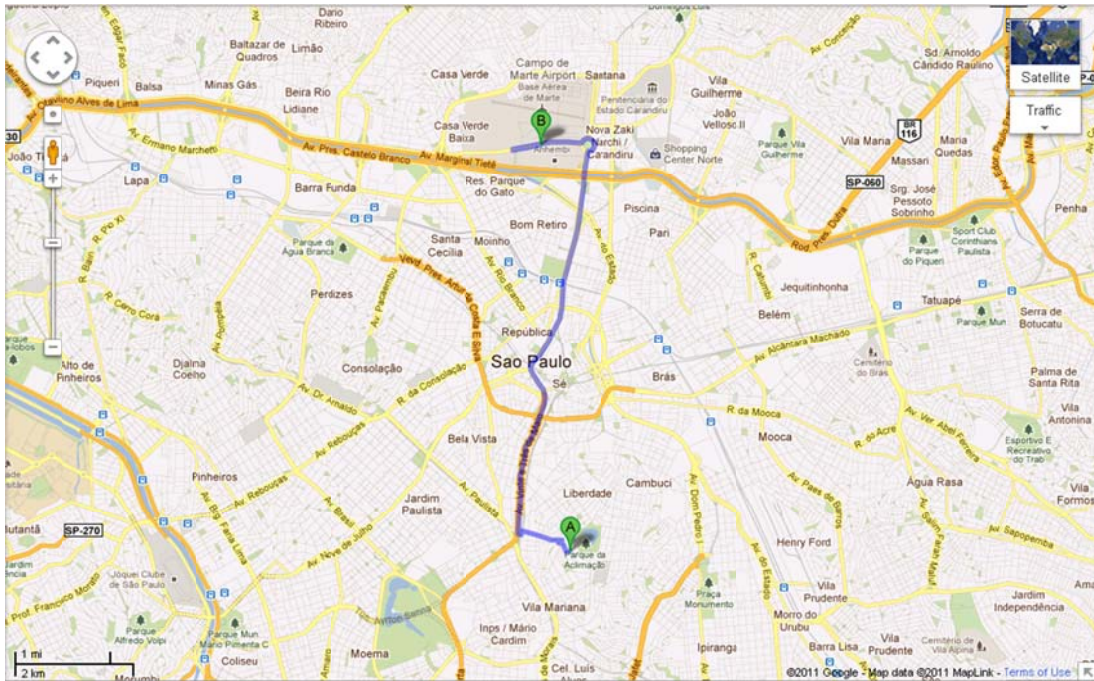


Apêndice F – Tabela de cálculo de preço e margem

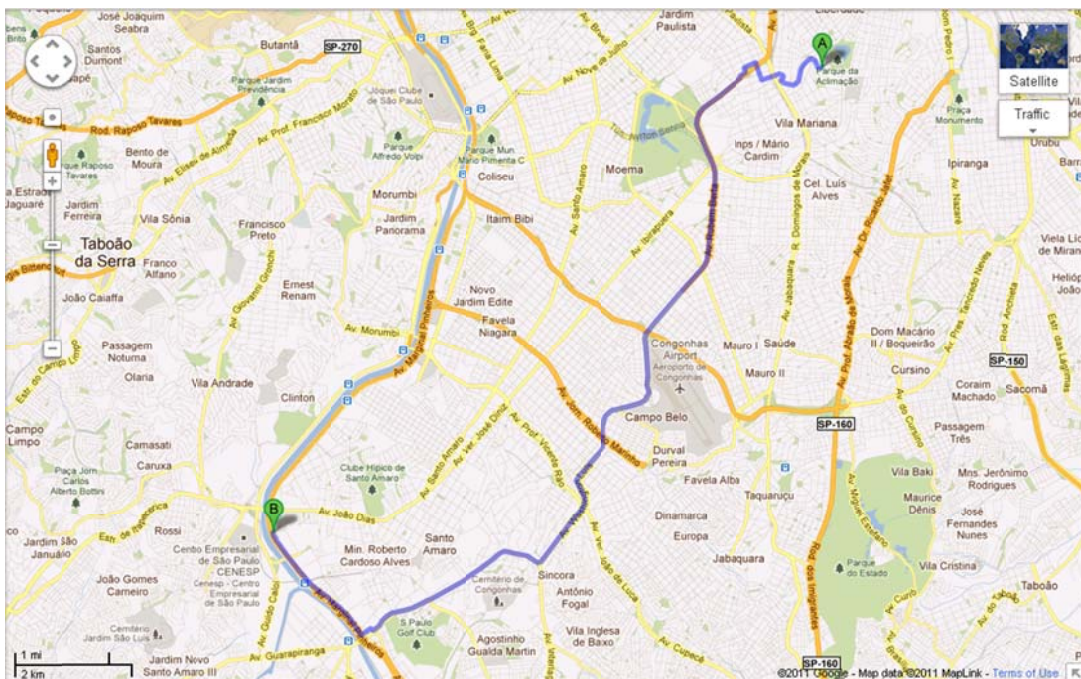
Gastos Fixos	Leitos	Dias do mês	Diária	
R\$ 20.367,67	44	30	R\$ 15,43	
Gastos Variáveis/mês	Leitos	Dias do mês	GV por diária	
R\$ 4.571,00	44	30	R\$ 3,46	
Estimativa Renda	Alíquota (Simples Nacional)	Dias do ano	Leitos	Imposto p/ leito
R\$ 464.520,00	7,54%	365	44	R\$ 2,18
Total Custos por diária				R\$ 21,07
Menor Preço				R\$ 35,00
Margem de Lucro				40%

Apêndice G – Distância para principais casas de shows

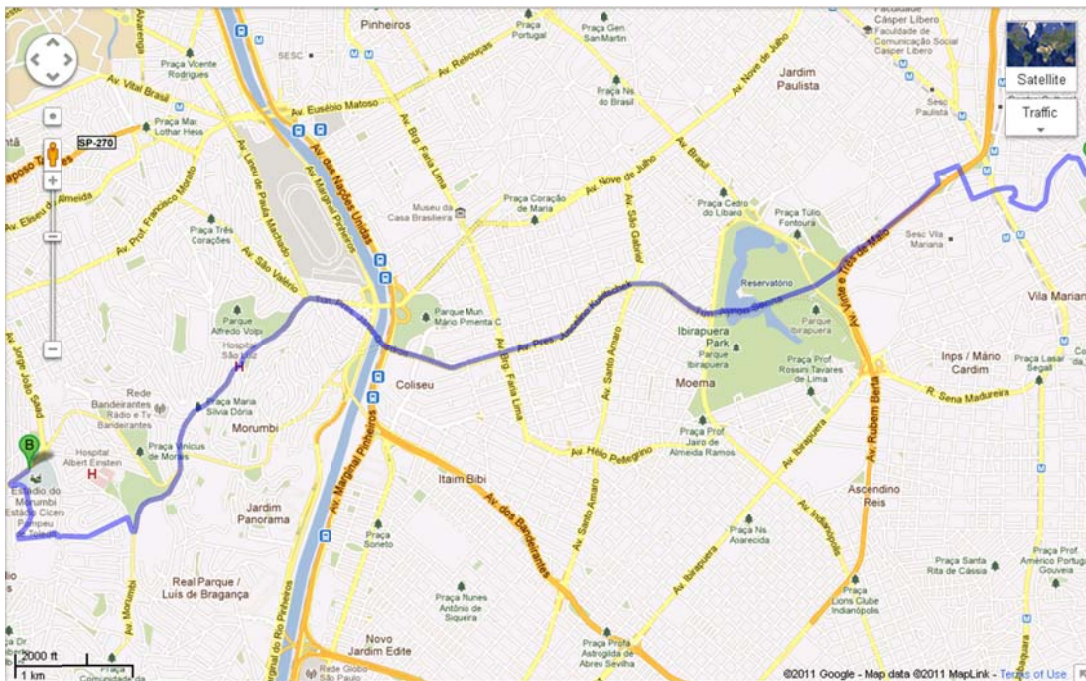
Studio Hostel -> Arena Anhembi (10,1 km)



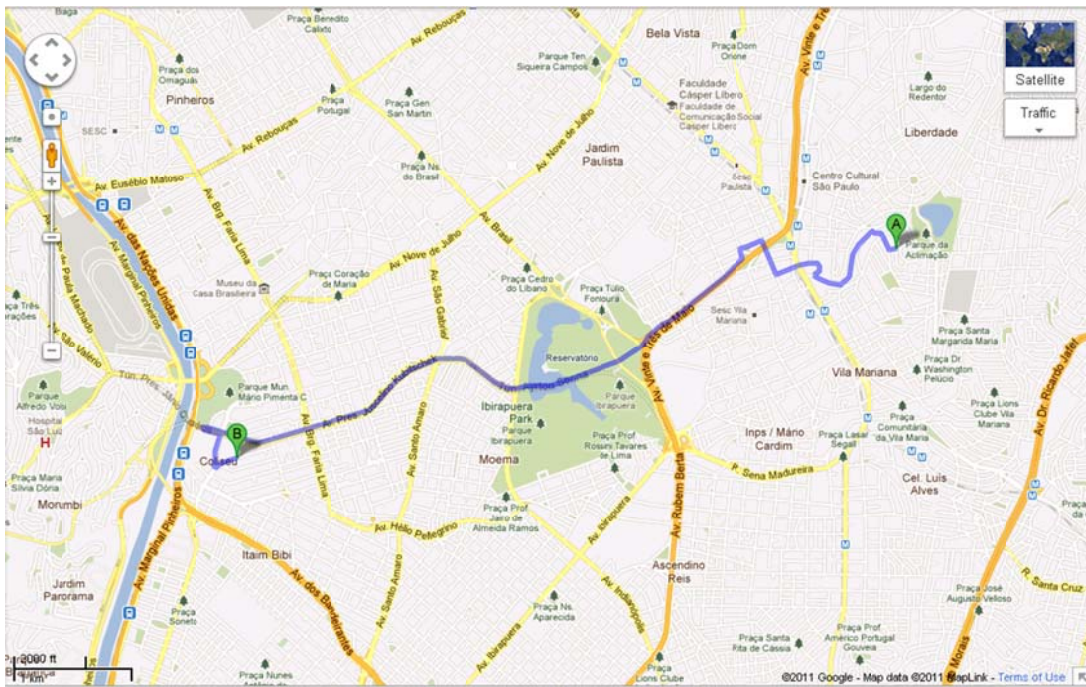
Studio Hostel -> Credicard Hall (18,2 km)



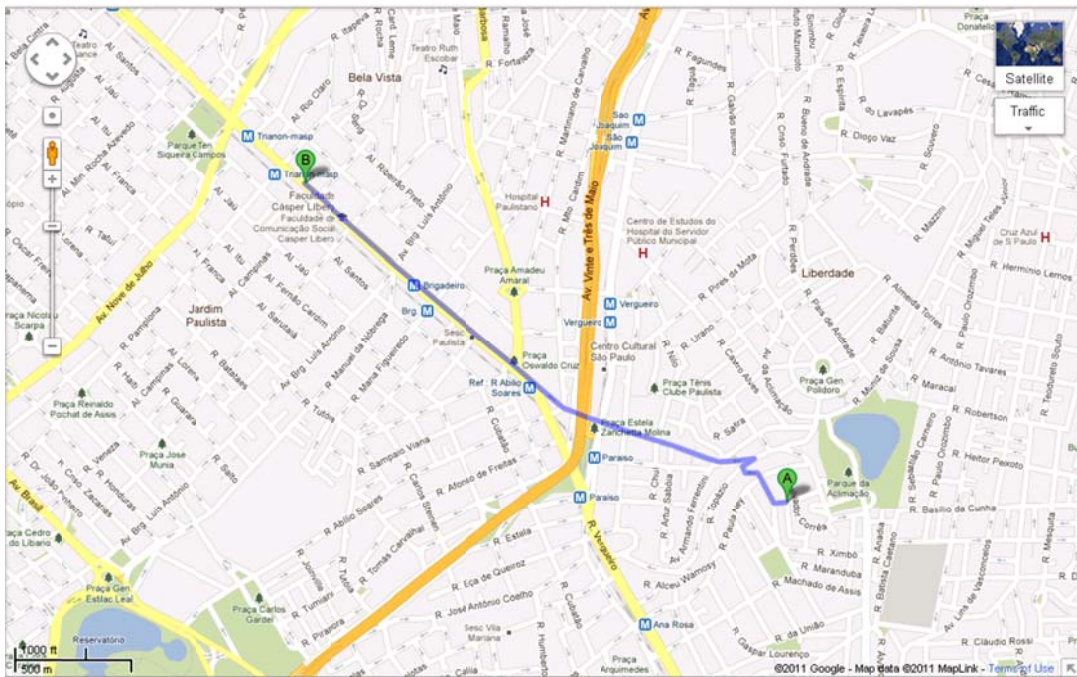
Studio Hostel -> Estádio do Morumbi (13 km)



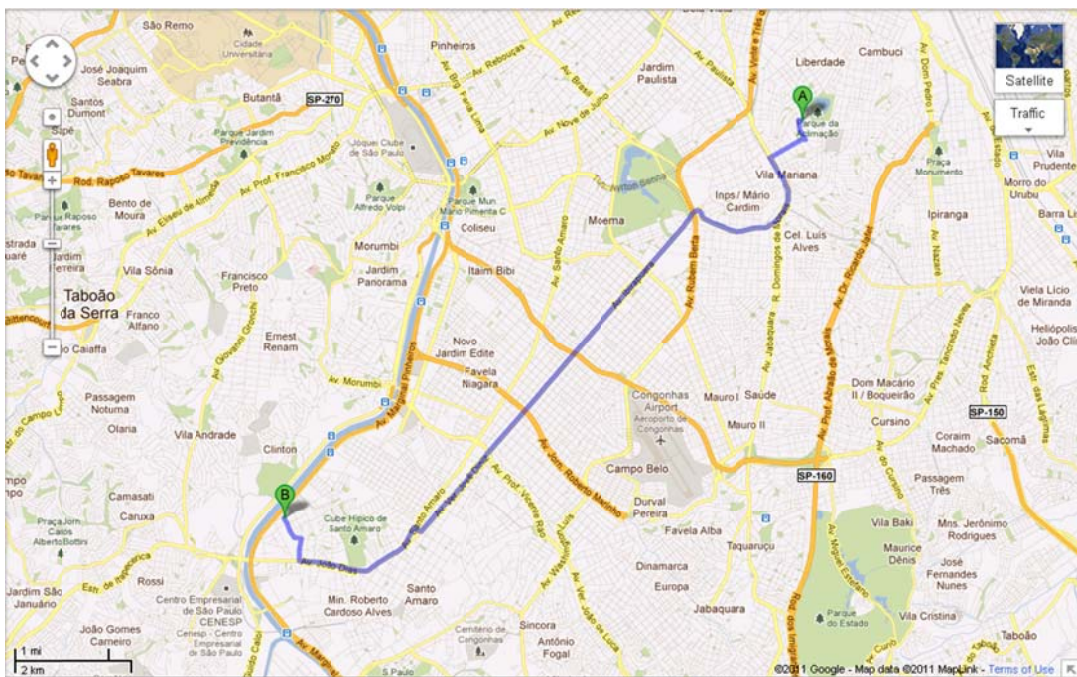
Studio Hostel -> Via Funchal (8,1 km)



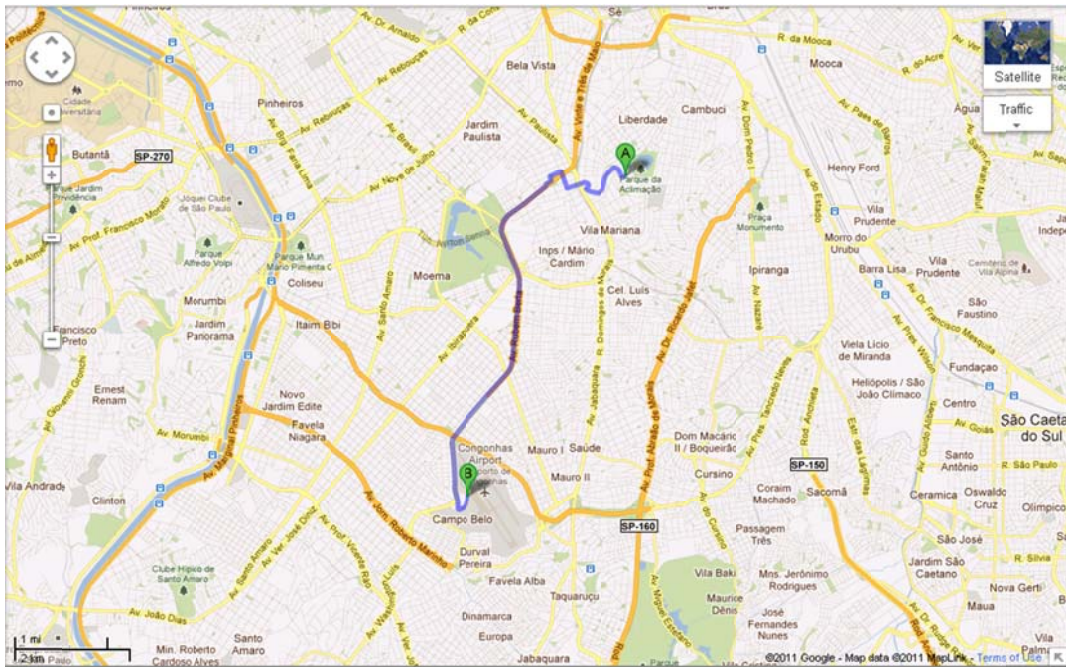
Studio Hostel -> Citibank Hall (2,7 km)



Studio Hostel -> HSBC Hall (14,5 km)



Studio Hostel -> Aeroporto Congonhas (9,1 km)



Apêndice H – Escala de revezamento funcionários da recepção 6X1

ESCALA DE REVEZAMENTO / FOLGA - RECEPÇÃO																																
	2a	3a	4a	5a	sáb	dom	2a	3a	4a	5a	sáb	dom	2a	3a	4a	5a	sáb	dom	2a	3a	4a	5a	sáb	dom	2a	3a	4a	5a				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1
Funcionário A	F	F	x	x	x	x	x	x	F	x	x	x	F	F	x	x	x	x	F	x	x	x	x	F	x	x	x	x	F	x	x	F
5:00 às 14:48 hs																																
Funcionário B	x	x	F	F	x	x	x	x	F	x	x	x	x	F	x	x	x	x	F	x	F	x	x	F	x	x	x	x	F	x	x	F
12:15 às 22:00 hs																																
Funcionário: C	x	x	x	x	F	F	x	x	x	x	F	x	x	x	x	F	x	x	F	x	x	x	F	x	x	x	x	F	F	x	x	F
20:04 às 5:00 hs																																
Gerente Geral	x	x	x	x	x	x	F	F	x	x	x	F	x	x	x	x	F	x	x	x	x	x	F	x	x	x	x	F	x	x	F	
horário (A,B,C)																																

Legenda:
 (F) Folga
 (x) Dia Normal

A escala de trabalho foi montado regime de 8,48 hs ou 220 horas mês.
 As empresas autorizadas a trabalhar aos domingos e feriados devem por lei elaborar escala de revezamento.
 Folguista: Será o proprietário, que substituirá os funcionários nas folgas em seus respectivos horários.
 No caso das mulheres as folgas devem ser organizadas quinzenalmente, ou ainda verificar a Convenção Coletiva da Categoria
 Escala de trabalho 5 x 2

Apêndice I – Escala de revezamento funcionários da limpeza 6X1

ESCALA DE REVEZAMENTO / FOLGA - AUXILIAR DE LIMPEZA

	2a	3a	4a	5a	6a	sáb	dom	2a	3a	4a	5a	6a	sáb	dom	2a	3a	4a	5a	6a	sáb	dom	2a	3a	4a	5a	6a	sáb	dom	2a	3a	4a	5a	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	
Funcionário A	F	F	x	x	x	x	x	x	F	x	x	x	F	F	x	x	x	x	x	F	x	x	x	x	F	x	x	x	x	F	x		
5:00 às 14:48 hs																																	
Funcionário B	x	x	F	F	x	x	x	x	x	F	x	x	x	x	x	F	x	x	x	x	F	x	F	x	x	x	F	x	x	F	x	x	
12:15 às 22:00 hs																																	
Funcionário C	x	x	x	x	F	F	x	x	x	x	F	x	x	x	x	F	x	x	F	x	x	F	x	x	x	F	x	x	x	F	F	x	x
20:04 às 5:00 hs																																	
Folguista	x	x	x	x	x	x	F	F	x	x	x	F	x	x	x	x	x	F	x	x	x	F	x	x	x	x	F	x	x	x	F	x	
horário (A,B,C)																																	

Legenda:

(F) Folga

(x) Dia Normal

A escala de trabalho foi montado regime de 8,48 hs ou 220 horas mês.

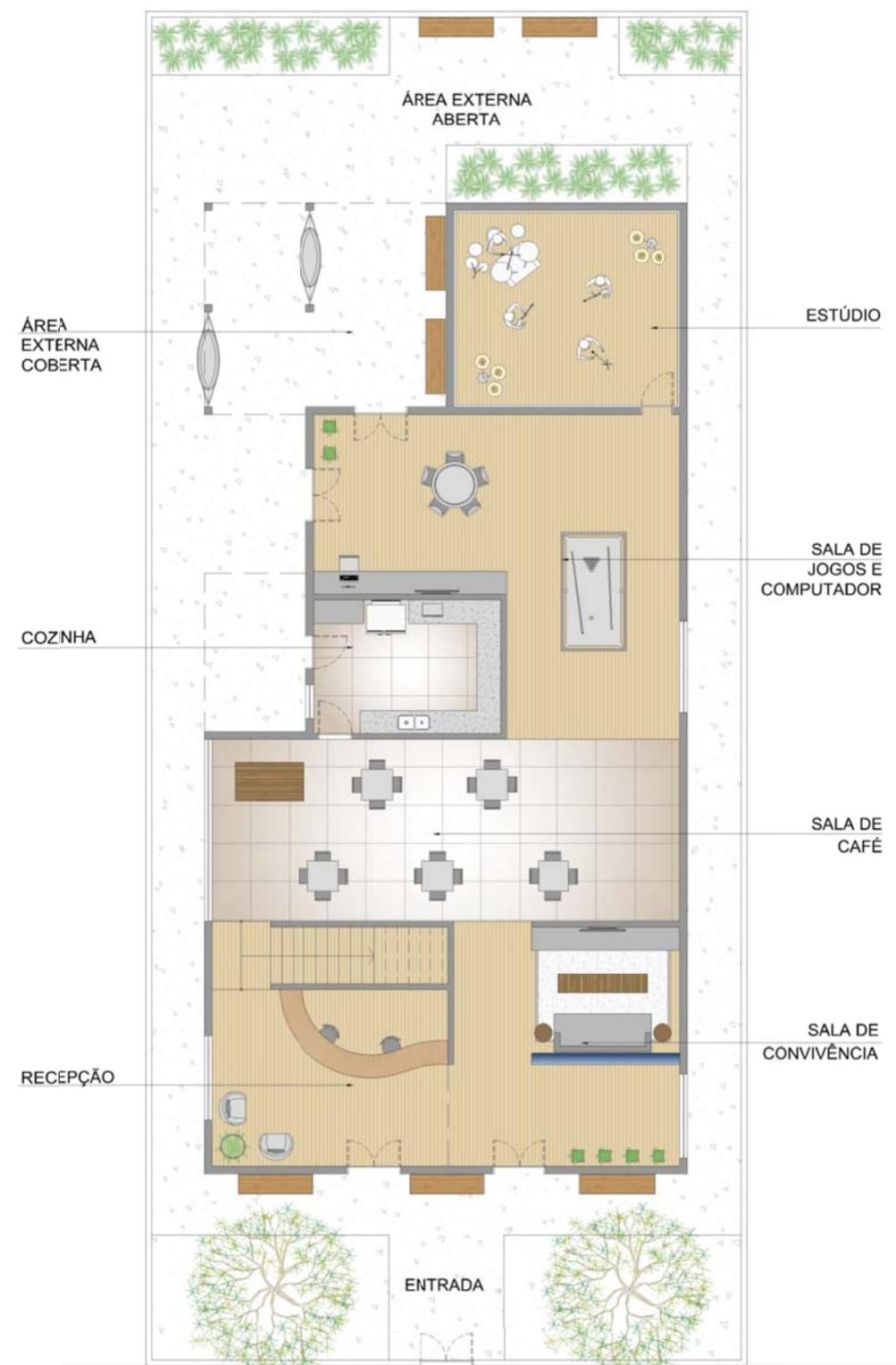
As empresas autorizadas a trabalhar aos domingos e feriados devem por lei elaborar escala de revezamento.

Folguista: Será o proprietário, que substituirá os funcionários nas folgas em seus respectivos horários.

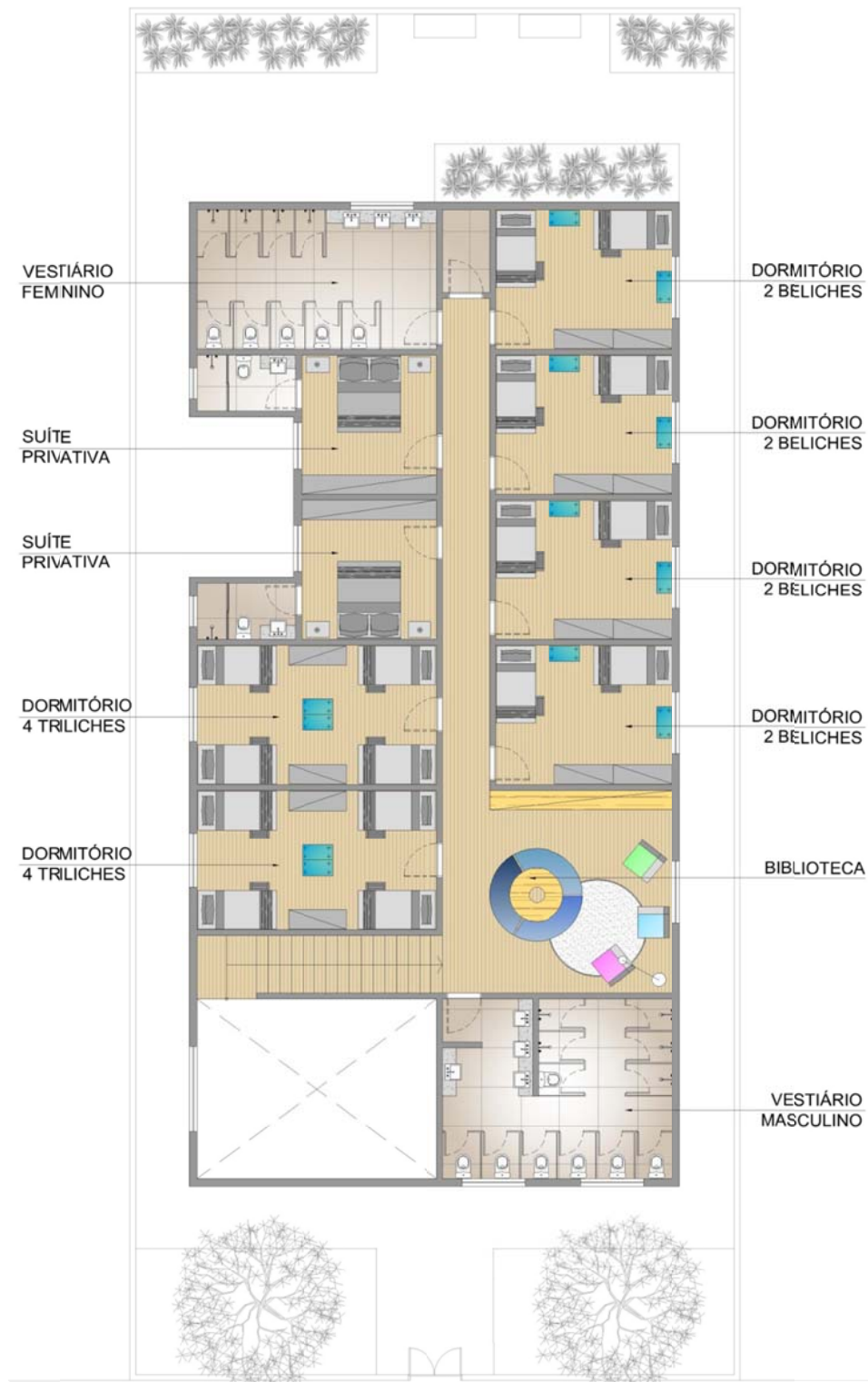
No caso das mulheres as folgas devem ser organizadas quinzenalmente, ou ainda verificar a Convenção Coletiva da Categoria

Escala de trabalho 5 x 2

Apêndice J – Layout Ilustrativo do Studio Hostel

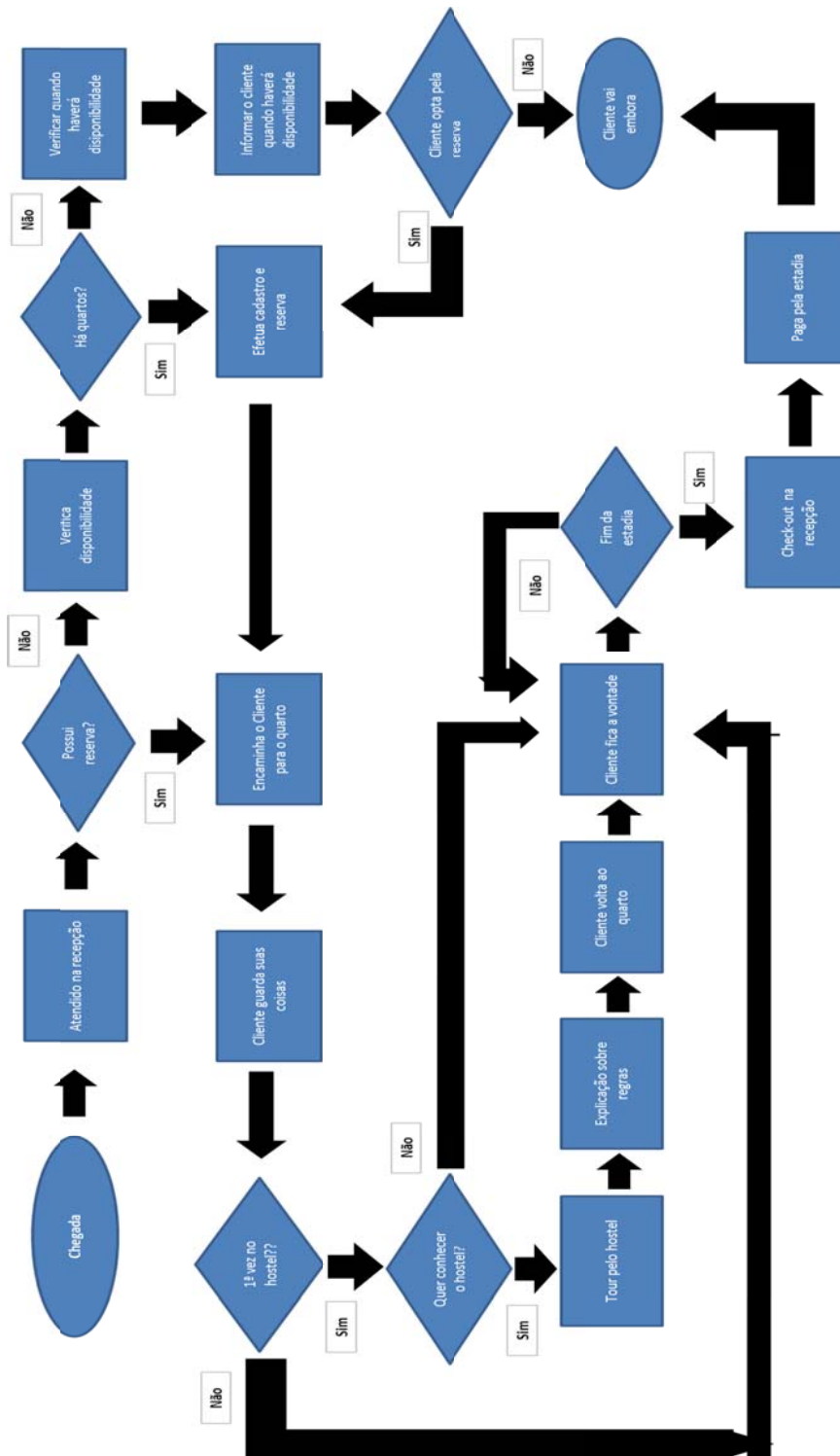


Pavimento térreo

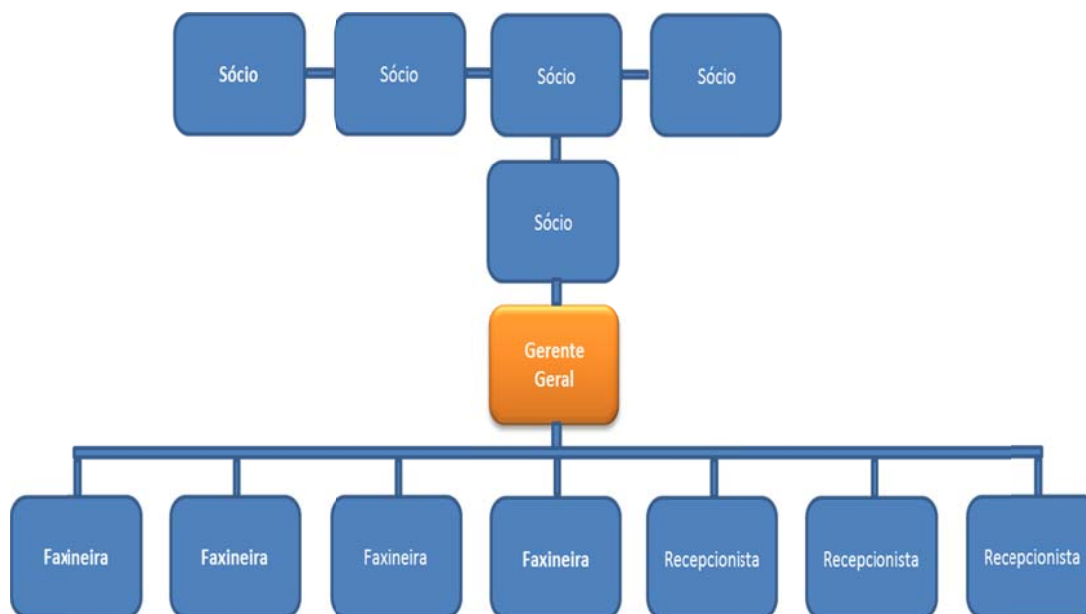


Pavimento superior

Apêndice K – Ciclo de atendimento ao cliente



Apêndice L – Organograma



Apêndice M – Descrição de cargos

Descrição de cargos do Studio Hostel			
Cargo	Responsabilidade	Qualificação	Subordinado direto
Auxiliar de limpeza	*Reponde pela elaboração e qualidade dos alimentos para o café da manhã	*Experiência anterior com limpeza *dinamismo, pontualidade e prontidão	
	*Providencia a arrumação do café da manhã		
	*Responsável pela limpeza e armazenamento dos utensílios de cozinha		
	*Providencia a reposição de alimentos e bebidas		
	*Retirada do material sujo das mesas e balcões		
	*Limpeza de todas as áreas do hostel		
	*Retirada do material sujo das mesas e balcões		
	*Verifica o funcionamento dos equipamentos do hostel		
	*Busca soluções que possam acarretar em economias para o hostel		
Recepcionista	*Receber os hóspedes, registrando no sistema de hospedagem do hostel	*Ensino medio completo *boa comunicação *Experiência anterior como recepcionista e atendimento ao publico	
	*Registrar a saída dos clientes		
	*Conhecimentos das reservas e dos procedimentos para efetua-la e cancelar		
	*Conhecimento da politica dos hostel para conceder, descontos, cortesias e recebimentos de cheques e agir de acordo		
	*Zelar pela organização do hall de entrada da recepção		
	*Estar ciente de todos os eventos que ocorrem nas proximidades do hostel		
	*Deve conhecer todos os serviços oferecidos pelo hostel		
	*Conhecer os arredores do hostel para poder informar os clientes		
	*Buscar soluções que possam acarretar em economias para o hostel		
Gerente	*Administração de todo o hostel	*Superior Completo em Administração de empresas	Auxiliar de limpeza Recepcionistas Motorista
	*Gestão de pessoas junto a terceirizada (entrevistas, contratações e demissões)		
	*Controle Financeiro		
	*Definição da política de preços em conjunto com os sócios		
	*Responsável pelo marketing o hostel		
	*Responsável pelo acolhimento dos hóspedes, inclusive ouvindo reclamações e levantando estes questionamentos aos sócios		
	*Controlar todas as movimentações das contas bancárias do hostel		
	*Controle e pagamento dos tributos		
	*Responsável pelo pagamento de salário aos funcionários junto a tercerizada		
	*Gestão de governança		
	*Responsável pelo controle de compras e escolha dos fornecedores		
	*Responde pelas normas e procedimentos internos do hostel		
	*coordena todos os serviços do hostel		
	*Responsável pela estrutura e equipamentos do hostel		
*Busca soluções que possam acarretar em economias para o hostel			
	Além de todas as atribuições realizadas pelo cargo de recepcionistas		
Motorista (van "leva e traz")	Oferecer o serviço de "leva e traz" aos clientes com rapidez e qualidade	*Possuir veículo próprio *CNH categoria C	
Sócios	*Dar todo o apoio ao gerente, além de inspecionar e monitorar se todas as atividade estão conformes com os valores do hostel		Aux. Limpeza, Recep e motorista

Apêndice N – Cálculo de salários

GERENTE-GERAL	AUXILIAR DE LIMPEZA	RECEPCIONISTA
Cálculo do valor anual líquido recebido por um empregado.	Cálculo do valor anual líquido recebido por um empregado.	Cálculo do valor anual líquido recebido por um empregado.
Salário mensal: \$ 1.900,00	Salário mensal: \$ 600,00	Salário mensal: \$ 800,00
Ticket refeição: \$ 6,00	Ticket refeição: \$ 6,00	Ticket refeição: \$ 6,00
Vale transporte: \$ 6,00	Vale transporte: \$ 6,00	Vale transporte: \$ 6,00
Plano de saúde: \$ 70,00	Plano de saúde: \$ 70,00	Plano de saúde: \$ 70,00
Extrato do empregado	Extrato do empregado	Extrato do empregado
Salários: $(1.900,00 \times 12) = \$ 22.800,00$	Salários: $(600,00 \times 12) = \$ 7.200,00$	Salários: $(800,00 \times 12) = \$ 9.600,00$
Décimo terceiro: \$ 1.900,00	Décimo terceiro: \$ 600,00	Décimo terceiro: \$ 800,00
Adicional de férias: \$ 633,33	Adicional de férias: \$ 200,00	Adicional de férias: \$ 266,67
Total anual bruto: \$ 25.333,33	Total anual bruto: \$ 8.000,00	Total anual bruto: \$ 10.666,67
INSS: \$ 2.786,66	INSS: \$ 640,00	INSS: \$ 853,33
IRPF (base \$22.546,67, ajuste anual simplificado): \$ 3,56	IRPF (base \$7.360,00, ajuste anual simplificado): \$ 0,00	IRPF (base \$9.813,34, ajuste anual simplificado): \$ 0,00
Total anual líquido: \$ 22.543,11	Total anual líquido: \$ 7.360,00	Total anual líquido: \$ 9.813,34
Ticket refeição $(6,00 \times 235 \text{ dias}) = \$ 1.410,00$	Ticket refeição $(6,00 \times 235 \text{ dias}) = \$ 1.410,00$	Ticket refeição $(6,00 \times 235 \text{ dias}) = \$ 1.410,00$
Vale transporte $(6,00 \times 235 \text{ dias}) = \$ 1.410,00$	Vale transporte $(6,00 \times 235 \text{ dias}) = \$ 1.410,00$	Vale transporte $(6,00 \times 235 \text{ dias}) = \$ 1.410,00$
Plano saúde $(70,00 \times 12) = \$ 840,00$	Plano saúde $(70,00 \times 12) = \$ 840,00$	Plano saúde $(70,00 \times 12) = \$ 840,00$
Total anual líquido, com benefícios: \$ 26.203,11	Total anual líquido, com benefícios: \$ 11.020,00	Total anual líquido, com benefícios: \$ 13.473,34
Depósitos FGTS : \$ 2.026,67	Depósitos FGTS : \$ 640,00	Depósitos FGTS : \$ 853,33
Total anual líquido, com FGTS: \$ 28.229,78	Total anual líquido, com FGTS: \$ 11.660,00	Total anual líquido, com FGTS: \$ 14.326,67
Extrato da empresa	Extrato da empresa	Extrato da empresa
Salários: $(1.900,00 \times 12) = \$ 22.800,00$	Salários: $(600,00 \times 12) = \$ 7.200,00$	Salários: $(800,00 \times 12) = \$ 9.600,00$
Décimo terceiro: \$ 1.900,00	Décimo terceiro: \$ 600,00	Décimo terceiro: \$ 800,00

Adicional de férias: \$ 633,33	Adicional de férias: \$ 200,00	Adicional de férias: \$ 266,67
Ticket refeição (6,00 x 235 dias) = \$ 1.410,00	Ticket refeição (6,00 x 235 dias) = \$ 1.410,00	Ticket refeição (6,00 x 235 dias) = \$ 1.410,00
Vale transporte (6,00 x 235 dias) = \$ 1.410,00	Vale transporte (6,00 x 235 dias) = \$ 1.410,00	Vale transporte (6,00 x 235 dias) = \$ 1.410,00
Plano saúde (70,00 x 12) = \$ 840,00	Plano saúde (70,00 x 12) = \$ 840,00	Plano saúde (70,00 x 12) = \$ 840,00
INSS (aprox.): \$ 6.789,33	INSS (aprox.): \$ 2.144,00	INSS (aprox.): \$ 2.858,67
FGTS: \$ 2.913,33	FGTS: \$ 920,00	FGTS: \$ 1.226,67
Custo anual total da empresa: \$ 38.695,99	Custo anual total da empresa: \$ 14.724,00	Custo anual total da empresa: \$ 18.412,01

Apêndice O – Avaliação dos funcionários

Cargo: Recepcionista Faxineira

Responda as questões abaixo sendo 0 insatisfeito e 5 excelente.

1. ***Credibilidade e confiança (grau de confiabilidade das informações/atividades/serviços prestados, sob sua responsabilidade)***

2. ***Compartilhamento das Atividades (capacidade de compartilhar as informações para o desenvolvimento das atividades/serviços, de modo que estes não fiquem prejudicados e condicionados à presença do funcionário executor da atividade)***

3. ***Trabalho em Equipe (capacidade de interagir e cooperar no compartilhamento de idéias, objetivos, atividades e soluções para atingir os objetivos Institucionais)***

4. ***Disponibilidade (atitudes no que se refere a estar disponível para atender solicitações na participação em atividades/serviços , de acordo com as necessidades)***

5. ***Comprometimento (pré-disposição para a ação e para o esforço em prol da Instituição buscando atingir os objetivos organizacionais)***

6. ***Flexibilidade (como compreende e responde às novas situações de trabalho, podendo exercer múltiplas atividades/serviços)***

7. ***Foco no usuário de sua atividade/serviço (interesse em atender as necessidades atuais e futuras dos usuários)***

8. ***Aplicação do Conhecimento (experiência no uso das ferramentas, conceitos, métodos, procedimentos, software, equipamentos, etc, para melhorar o desenvolvimento das atividades em geral)***

9. ***Organização do Tempo e Trabalho – Prioridade (atitudes em relação à administração de tempo e trabalho, considerando a assiduidade, a pontualidade, interrupções durante o***

período de trabalho e/ou programações quanto aos prazos para a realização das atividades)

- 10. Relacionamento Interpessoal (capacidade de se relacionar de forma cordial com as pessoas dos diversos níveis hierárquicos e culturais, incluindo os usuários/clientes, de forma a manter o ambiente de trabalho agradável e produtivo)*

- 11. Comunicação (capacidade de se expressar, nas diversas formas, de maneira clara, objetiva e adequada, bem como a capacidade de ouvir os outros e dar respostas consistentes, contribuindo para atingir os objetivos)*

- 12. Capacidade de Agregar Valor (contribuir para o desenvolvimento da área no que se refere à otimização de recursos, implantação e disseminação de novas metodologias, procedimentos, protocolos, etc)*

- 13. Qualidade do trabalho (capacidade de realizar atividades/serviços de forma organizada, clara, consistente e objetiva atingindo objetivos pré-estabelecidos)*

- 14. Planejamento (capacidade de visualizar e organizar as sequências de ações necessárias para atingir os objetivos/metast e estimar prazos e recursos requeridos)*

- 15. Capacidade para Resolver Problemas (capacidade de resolver problemas e imprevistos, de forma eficaz, a partir do conhecimento /experiência, para alcançar os objetivos esperados)*

- 16. Comportamento Ético (atitude pautada pelo respeito ao próximo, integridade, senso de justiça, impessoalidade nas ações e a valorização do conceito de cidadania e do bem público)*

- 17. Administração de Conflitos (é a capacidade de lidar e procurar solucionar conflitos, opiniões divergentes e condições adversas no ambiente de trabalho) – Recepcionistas*

- 18. Criação ou Inovação (capacidade de criar ou inovar projetos, planos, idéias, metodologias, processos, etc para aplicação na execução das atividades/serviços, que gerem impacto e otimização nos processos e formas de trabalho)**
- 19. Capacitação e Desenvolvimento Profissional (interesse pela busca ativa de qualificação e aprimoramento pessoal e profissional, na área de atuação, com o objetivo de melhorar o desenvolvimento das atividades/serviços)**
- 20. Utilização das ferramentas e recursos materiais básicos (capacidade de utilizar os recursos materiais, equipamentos e procedimentos rotineiros, levando em consideração fatores de custos, disponibilidades e uso correto, etc)**
- 21. Com relação ao desempenho do funcionário, indique as principais qualidades para o desenvolvimento das atividades (questão aberta):**

Com relação ao desempenho do funcionário, indique as principais deficiências para o desenvolvimento das atividades (questão aberta):

Apêndice P – Fichas de Avaliação

Avaliação dos clientes

Classifique os itens abaixo de 1 a 5, sendo: 1 – Fraco; 2 – Regular; 3 – Bom; 4 – Ótimo; 5 – Excelente

Quanto a infraestrutura do Hostel

- | | |
|---|-----|
| Ambiente agradável | [] |
| Bem localizado | [] |
| Móveis de qualidade | [] |
| Boa disposição dos quartos | [] |
| Número de banheiros | [] |
| Organização dos aposentos | [] |
| Biblioteca | [] |
| Estúdio para ensaios | [] |
| Sala de TV/DVD | [] |
| Velocidade da internet e abrangência do sinal | [] |

Outras considerações e/ou sugestões

Quanto aos serviços prestados

- | | |
|--------------------------------|-----|
| Atendimento das recepcionistas | [] |
| Qualidade da limpeza | [] |
| Qualidade do atendimento | [] |
| Serviço de “leva e trás” | [] |
| Sistema de reservas | [] |

Outras considerações e/ou sugestões:

Apêndice Q – Investimento Inicial

Investimento Inicial	Qntd.	Custo/unit.	Total
Abajur	4	R\$ 40,00	R\$ 160,00
Aluguel da Casa	1	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00
Amplificador	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Baixo	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Balcão	1	R\$ 729,00	R\$ 729,00
Bateria	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Beliche	8	R\$ 244,99	R\$ 1.959,92
Cama de casal	2	R\$ 369,00	R\$ 738,00
Cesto de lixo	30	R\$ 15,00	R\$ 450,00
Chuveiro	11	R\$ 78,90	R\$ 867,90
Colchão de casal	2	R\$ 862,39	R\$ 1.724,78
Colchão de solteiro	40	R\$ 264,39	R\$ 10.575,60
Computador	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Copo	50	R\$ 2,00	R\$ 100,00
Criado mudo	4	R\$ 50,00	R\$ 200,00
Cx acoplar + Bacia	14	R\$ 134,90	R\$ 1.888,60
Dispenser Toalheiro	6	R\$ 25,00	R\$ 150,00
DVD	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Edredon de casal	2	R\$ 89,90	R\$ 179,80
Edredom de solteiro	40	R\$ 69,90	R\$ 2.796,00
Espelho grande	2	R\$ 1.000,00	R\$ 2.000,00
Espelho pequeno	2	R\$ 400,00	R\$ 800,00
Fronha	44	R\$ 12,90	R\$ 567,60
Geladeira	2	R\$ 850,00	R\$ 1.700,00
Guitarra	1	R\$ 900,00	R\$ 900,00
Impressora	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Jogo de talhares	50	R\$ 5,00	R\$ 250,00
Lavatorio e Torneira	8	R\$ 99,00	R\$ 792,00
Lencol de casal	2	R\$ 55,00	R\$ 110,00
Lençol solteiro	40	R\$ 39,00	R\$ 1.560,00
Luminária	40	R\$ 20,00	R\$ 800,00
Luminário de teto	18	R\$ 7,00	R\$ 126,00
Marketing	1	R\$ 50.000,00	R\$ 50.000,00
Mesa de sinuca	1	R\$ 550,00	R\$ 550,00
Mesa p/ tv	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
Mesa/cadeira 4 lugares	6	R\$ 240,00	R\$ 1.440,00
Microondas	1	R\$ 369,00	R\$ 369,00
Pia	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Prato p/ café	50	R\$ 5,00	R\$ 250,00
Puff	3	R\$ 70,00	R\$ 210,00
Reforma e alvará	1	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00
Roupeiro	11	R\$ 530,00	R\$ 5.830,00
Saboneteira	14	R\$ 15,00	R\$ 210,00
Sofá	1	R\$ 2.200,00	R\$ 2.200,00
Suporte e Dispenser	14	R\$ 33,50	R\$ 469,00
Tapete	8	R\$ 15,00	R\$ 120,00
Telefone	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00
Televisão	1	R\$ 1.400,00	R\$ 1.400,00
Toalha	50	R\$ 35,00	R\$ 1.750,00
Travesseiros	44	R\$ 21,90	R\$ 963,60
Triliche Luxo	8	R\$ 599,00	R\$ 4.792,00
Ventiladores parede	18	R\$ 124,45	R\$ 2.240,10
Ventiladores teto	8	R\$ 79,95	R\$ 639,60
TOTAL			R\$ 150.838,50
Capital de giro			R\$ 100.854,93
Total Inv. Inicial			R\$ 251.693,43

Apêndice R – Pesquisa informal com donos de albergues

1. Qual o espaço físico do estabelecimento (m²)
2. Quantos quartos possui?
3. Quantas camas por quarto coletivo?
4. Quantas camas por quarto privativo?
5. Quantos banheiros por pessoa / ou por quarto?
6. Média de gasto inicial:
7. Possui lavanderia própria? Convênio com lavanderia? Cobra quanto pela lavagem? Há uma tabela de preços?
8. Os hóspedes utilizam roupa de cama própria ou do estabelecimento? É cobrado?
9. Possui cozinha? É servida alguma refeição? Qual? É cobrado algo?
10. Possui lanchonete e/ou bar? Próprio ou de terceiro? Em caso de terceiro, há divisão de lucros ou pagamento de aluguel?
11. Possui área de confraternização? Qual? É muito utilizada?
12. Possui programas de confraternização?
13. Possui mapas ou roteiros? Cobra pela disponibilização da informação?
14. Qual o preço cobrado por pessoa em quarto coletivo? E em quarto privado?
15. O albergue está sempre cheio? Há temporadas? Quais?
16. Fora de temporada há alguma outra forma de adquirir renda?
17. A limpeza é realizada por quem? Paga-se quanto por isso? ?
18. Quanto se gasta em média com água / luz / telefone / internet / TV?
19. Possui algum meio de segurança? Ex. Câmeras, cerca elétrica ou funcionário. Gasta-se quanto mensalmente por isso?
20. Há alguma parceria com terceiros para buscar as pessoas no aeroporto ou rodoviária? Gasta-se quanto com isso?
21. Há jardineiro? Quanto é gasto por mês?
22. Qual a taxa mínima de ocupação?
23. Qual foi a media de ocupação no primeiro ano do Hostel?

Apêndice S – Projeção de Despesas

% de Ocupação	38%	35%	30%	25%*
Aluguel	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00
Água	781,66	719,95	617,10	514,25
Luz	668,80	616,00	528,00	440,00
Telefone / Internet	150,00	150,00	150,00	150,00
Produtos de Limpeza	186,01	171,33	146,85	122,38
Alimentação	975,33	898,33	770,00	641,67
Manutenções	100,00	100,00	100,00	100,00
Marketing	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Salários	12.735,67	12.735,67	12.735,67	12.735,67
Total	23.597,47	23.391,27	23.047,62	22.703,96
Impostos	2.086,06	1.756,68	1.646,89	1.372,41
Total	25.683,53	25.147,96	24.694,51	24.076,37

% de Ocupação	52%	50%	47%	43%	40%
Aluguel	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00
Água	1.069,64	1.028,50	966,79	884,51	822,80
Luz	915,20	880,00	827,20	756,80	704,00
Telefone / Internet	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Produtos de Limpeza	254,54	244,75	230,07	210,49	195,80
Alimentação	1.334,67	1.283,33	1.206,33	1.103,67	1.026,67
Manutenções	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Marketing	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Salários	12.735,67	12.735,67	12.735,67	12.735,67	12.735,67
Total	24.559,71	24.422,25	24.216,05	23.941,13	23.734,93
Impostos	2.854,61	2.744,82	2.580,13	2.360,55	2.195,86
Total	27.414,33	27.167,07	26.796,18	26.301,67	25.930,79

% de Ocupação	100%	95%	86%	80%	60%
Aluguel	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00
Água	2.057,00	1.954,15	1.769,02	1.645,60	1.234,20
Luz	1.760,00	1.672,00	1.513,60	1.408,00	1.056,00
Telefone / Internet	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Produtos de Limpeza	489,50	465,03	420,97	391,60	293,70
Alimentação	2.566,67	2.438,33	2.207,33	2.053,33	1.540,00
Manutenções	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Marketing	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Salários	12.735,67	12.735,67	12.735,67	12.735,67	12.735,67
Total	27.858,83	27.515,17	26.896,59	26.484,20	25.109,57
Impostos	5.489,64	5.215,16	4.721,09	4.391,71	3.293,78
Total	33.348,47	32.730,33	31.617,68	30.875,91	28.403,35

Tomando como base uma família de 4 pessoas

	4 pessoas	por pessoa	por 44 pessoas
Água	187,00	46,75	2.057,00
Luz	160,00	40,00	1.760,00
Telefone / Internet	150,00	37,50	150,00
Produtos de Limpeza	44,50	11,13	489,50
Alimentação	233,33	58,33	2.566,67

* Segundo pesquisa realizada com alberguistas, o mínimo de ocupação dos albergues em baixas temporadas é 25%

Apêndice T – Demanda Calculada

Período	Qtd que ficam em albergues	Qtd do nosso albergue	Qtd por semana	Qtd no mês	Qtd mês somado a geral	Crescimento de 7,6%
Janeiro	3.888	130	32	65	68	73
Fevereiro	821	27	7	14	14	15
Março	1.858	62	15	31	33	35
Abril	9.785	326	82	163	172	185
Maiο	2.182	73	18	36	38	41
Junho	9.569	319	80	159	168	181
Julho			3	11	12	12
Agosto	6.264	209	52	104	110	118
Setembro	2.447	82	20	61	64	69
Outubro	12.222	407	102	407	429	461
Novembro	2.635	88	22	66	69	75
Dezembro	130	4	1	1	1	1

Segundo pesquisa realizada com alberguistas o mínimo de ocupação é 25%

Para o cálculo do Geral foi aplicado a taxa de 5,2% pois segundo o indicador de turismo 10,6% das pessoas de outros estados que vem pra são paulo se hospedam em albergue destas 5,4% ficam devido a shows e eventos e os outros 5,2% se hospedam por outros motivos

Três anos antes da Copa do Mundo a África do Sul apresentou um crescimento de 7,6%

Demanda dividida pelos 30 albergues mais próximos e frequentados

Apêndice U – Receita Calculada

<u>8 Quartos no total sendo:</u>		
24		2 Quartos com 4 triliches
4		2 Quartos Privativos
16		4 Quartos com 2 beliches
<u>Diárias</u>		
R\$	35,00	Quartos com 4 triliches
R\$	45,00	Quartos com 2 beliches
R\$	120,00	Quartos Privativos

Renda x Ocupação				
% Ocupação		Renda 30 dias	Renda Anual	Imposto
100%	R\$	61.200,00	R\$ 734.400,00	R\$ 5.489,64
95%	R\$	58.140,00	R\$ 697.680,00	R\$ 5.215,16
86%	R\$	52.632,00	R\$ 631.584,00	R\$ 4.721,09
80%	R\$	48.960,00	R\$ 587.520,00	R\$ 4.391,71
60%	R\$	36.720,00	R\$ 440.640,00	R\$ 3.293,78
52%	R\$	31.824,00	R\$ 381.888,00	R\$ 2.854,61
50%	R\$	30.600,00	R\$ 367.200,00	R\$ 2.744,82
47%	R\$	28.764,00	R\$ 345.168,00	R\$ 2.580,13
43%	R\$	26.316,00	R\$ 315.792,00	R\$ 2.360,55
40%	R\$	24.480,00	R\$ 293.760,00	R\$ 2.195,86
38%	R\$	23.256,00	R\$ 279.072,00	R\$ 2.086,06
35%	R\$	21.420,00	R\$ 257.040,00	R\$ 1.921,37
30%	R\$	18.360,00	R\$ 220.320,00	R\$ 1.646,89
25%	R\$	15.300,00	R\$ 183.600,00	R\$ 1.372,41

Apêndice V – Ponto de Equilíbrio

Pessimista*

Período	% de Ocupação	Renda	Imposto (8,97%)	Custo	Custo s/ imposto
Janeiro	60%	R\$ 36.720,00	R\$ 3.293,78	R\$ 28.403,35	R\$ 25.109,57
Fevereiro	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 24.076,37	R\$ 22.703,96
Março	43%	R\$ 26.316,00	R\$ 2.360,55	R\$ 26.301,67	R\$ 23.941,13
Abril	60%	R\$ 36.720,00	R\$ 3.293,78	R\$ 28.403,35	R\$ 25.109,57
Maiο	52%	R\$ 31.824,00	R\$ 2.854,61	R\$ 27.414,33	R\$ 24.559,71
Junho	60%	R\$ 36.720,00	R\$ 3.293,78	R\$ 28.403,35	R\$ 25.109,57
Julho	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 24.076,37	R\$ 22.703,96
Agosto	60%	R\$ 36.720,00	R\$ 3.293,78	R\$ 28.403,35	R\$ 25.109,57
Setembro	60%	R\$ 36.720,00	R\$ 3.293,78	R\$ 28.403,35	R\$ 25.109,57
Outubro	60%	R\$ 36.720,00	R\$ 3.293,78	R\$ 28.403,35	R\$ 25.109,57
Novembro	60%	R\$ 36.720,00	R\$ 3.293,78	R\$ 28.403,35	R\$ 25.109,57
Dezembro	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 36.812,04	R\$ 35.439,63
Período	Lucro / Prejuízo	Custo Fixo	Custo Variável	Desp. Adm	Desp. Op
Janeiro	R\$ 8.316,65	R\$ 20.367,37	R\$ 4.742,20	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Fevereiro	R\$ (8.776,37)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.336,59	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Março	R\$ 14,33	R\$ 20.367,37	R\$ 3.573,76	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Abril	R\$ 8.316,65	R\$ 20.367,37	R\$ 4.742,20	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Maiο	R\$ 4.409,67	R\$ 20.367,37	R\$ 4.192,35	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Junho	R\$ 8.316,65	R\$ 20.367,37	R\$ 4.742,20	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Julho	R\$ (8.776,37)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.336,59	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Agosto	R\$ 8.316,65	R\$ 20.367,37	R\$ 4.742,20	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Setembro	R\$ 8.316,65	R\$ 20.367,37	R\$ 4.742,20	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Outubro	R\$ 8.316,65	R\$ 20.367,37	R\$ 4.742,20	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Novembro	R\$ 8.316,65	R\$ 20.367,37	R\$ 4.742,20	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Dezembro	R\$ (21.512,04)	R\$ 33.103,04	R\$ 2.336,59	R\$ 25.471,33	R\$ 7.631,70

* em uma situação não muito favorável, dificilmente a taxa de ocupação média anual ultrapassa os 60%

Apêndice X – Fluxo de Caixa Pessimista

1º Ano

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maió	Junho
Receita	-	15.300,00	15.300,00	18.360,00	15.300,00	18.360,00
(-) Despesa	150.838,50	22.703,96	22.703,96	23.047,62	22.703,96	23.047,62
Resultado Bruto	- 150.838,50	- 7.403,96	- 7.403,96	- 4.687,62	- 7.403,96	- 4.687,62
(-) Depreciação*	-	548,65	548,65	548,65	548,65	548,65
Lucro antes do imposto	- 150.838,50	- 7.952,61	- 7.952,61	- 5.236,27	- 7.952,61	- 5.236,27
(-) Imposto (6,54%)	-	1.000,62	1.000,62	1.200,74	1.000,62	1.200,74
Lucro Líquido	- 150.838,50	- 8.953,23	- 8.953,23	- 6.437,01	- 8.953,23	- 6.437,01
(+) Depreciação	-	548,65	548,65	548,65	548,65	548,65
Entradas de Caixa	- 150.838,50	- 8.404,58	- 8.404,58	- 5.888,36	- 8.404,58	- 5.888,36
	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Receita	15.300,00	18.360,00	18.360,00	18.360,00	18.360,00	15.300,00
(-) Despesa	22.703,96	23.047,62	23.047,62	23.047,62	23.047,62	35.439,63
Resultado Bruto	- 7.403,96	- 4.687,62	- 4.687,62	- 4.687,62	- 4.687,62	- 20.139,63
(-) Depreciação*	548,65	548,65	548,65	548,65	548,65	548,65
Lucro antes do imposto	- 7.952,61	- 5.236,27	- 5.236,27	- 5.236,27	- 5.236,27	- 20.688,28
(-) Imposto (6,54%)	1.000,62	1.200,74	1.200,74	1.200,74	1.200,74	1.000,62
Lucro Líquido	- 8.953,23	- 6.437,01	- 6.437,01	- 6.437,01	- 6.437,01	- 21.688,90
(+) Depreciação	548,65	548,65	548,65	548,65	548,65	548,65
Entradas de Caixa	- 8.404,58	- 5.888,36	- 5.888,36	- 5.888,36	- 5.888,36	- 21.140,25

* Investimento inicial subtraído de R\$30.000,00 direcionados à reforma / abertura e R\$ 50.000,00 direcionados a marketing dividido por 10 anos (média de depreciação de móveis e utensílios domésticos)

* Segundo pesquisas com alberguistas, no primeiro ano a ocupação é mais difícil e se mantém na metade da demanda esperada

Fluxo Anos

	2º Ano ¹	3º Ano ²	4º Ano ³	5º Ano ³
Receita	361.080,00	391.555,15	415.048,46	439.951,37
(-) Despesa	305.115,34	309.164,12	312.285,32	315.593,79
Resultado Bruto	55.964,66	82.391,04	102.763,14	124.357,57
(-) Depreciação*	6.583,85	6.583,85	6.583,85	6.583,85
Lucro antes do imposto	49.380,81	75.807,19	96.179,29	117.773,72
(-) Imposto (8,49%)	30.655,69	33.243,03	35.237,61	37.351,87
Lucro Líquido	18.725,11	42.564,15	60.941,68	80.421,85
(+) Depreciação	6.583,85	6.583,85	6.583,85	6.583,85
Entradas de Caixa	25.308,96	49.148,00	67.525,53	87.005,70

¹ Demanda calculada

² Crescimento de 6% + 2,44% = 8,44%

³ Crescimento de 6%

Fluxo de Caixa

Investimento Inicial*	1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano	Caixa Terminal
251.693,53	- 67.384,76	25.308,96	49.148,00	67.525,53	87.005,70	- 90.090,09

* Valores detalhados no apêndice de Investimento inicial

Apêndice Z – Fluxo de Caixa Realista

1º Ano

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho
Receita	-	15.300,00	24.480,00	30.600,00	28.764,00	30.600,00
(-) Despesa	150.838,50	22.703,96	23.734,93	24.422,25	24.216,05	24.422,25
Resultado Bruto	- 150.838,50	- 7.403,96	745,07	6.177,75	4.547,95	6.177,75
(-) Depreciação*	-	548,65	548,65	548,65	548,65	548,65
Lucro antes do imposto	- 150.838,50	- 7.952,61	196,41	5.629,10	3.999,29	5.629,10
(-) Imposto (7,70%)	-	1.178,10	1.884,96	2.356,20	2.214,83	2.356,20
Lucro Líquido	- 150.838,50	- 9.130,71	- 1.688,55	3.272,90	1.784,46	3.272,90
(+) Depreciação	-	548,65	548,65	548,65	548,65	548,65
Entradas de Caixa	- 150.838,50	- 8.582,06	- 1.139,89	3.821,55	2.333,12	3.821,55
	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Receita	15.300,00	30.600,00	30.600,00	30.600,00	30.600,00	15.300,00
(-) Despesa	22.703,96	24.422,25	24.422,25	24.422,25	24.422,25	35.439,63
Resultado Bruto	- 7.403,96	6.177,75	6.177,75	6.177,75	6.177,75	- 20.139,63
(-) Depreciação*	548,65	548,65	548,65	548,65	548,65	548,65
Lucro antes do imposto	- 7.952,61	5.629,10	5.629,10	5.629,10	5.629,10	- 20.688,28
(-) Imposto (7,70%)	1.178,10	2.356,20	2.356,20	2.356,20	2.356,20	1.178,10
Lucro Líquido	- 9.130,71	3.272,90	3.272,90	3.272,90	3.272,90	- 21.866,38
(+) Depreciação	548,65	548,65	548,65	548,65	548,65	548,65
Entradas de Caixa	- 8.582,06	3.821,55	3.821,55	3.821,55	3.821,55	- 21.317,73

* Investimento inicial subtraído de R\$30.000,00 direcionados à reforma / abertura e R\$ 50.000,00 direcionados a marketing dividido por 10 anos (média de depreciação de móveis e utensílios domésticos)

* Segundo pesquisas com alberguistas, no primeiro ano a ocupação é mais difícil e se mantém na metade da demanda esperada

Fluxo Anos

	2º Ano ¹	3º Ano ²	4º Ano ³	5º Ano ³
Receita	587.520,00	637.106,69	675.333,09	715.853,07
(-) Despesa	330.546,06	336.741,18	341.517,01	346.579,39
Resultado Bruto	256.973,94	300.365,50	333.816,08	369.273,68
(-) Depreciação*	6.583,85	6.583,85	6.583,85	6.583,85
Lucro antes do imposto	250.390,09	293.781,65	327.232,23	362.689,83
(-) Imposto (8,97%)	52.700,54	62.309,03	66.047,58	70.010,43
Lucro Líquido	197.689,55	231.472,62	261.184,65	292.679,40
(+) Depreciação	6.583,85	6.583,85	6.583,85	6.583,85
Entradas de Caixa	204.273,40	238.056,47	267.768,50	299.263,25

¹ Demanda calculada

² Crescimento de 6% + 2,44% = 8,44%

³ Crescimento de 6%

Fluxo de Caixa

Investimento Inicial*	1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano	Caixa Terminal
251.693,53	- 14.359,31	204.273,40	238.056,47	267.768,50	299.263,25	743.308,78

* Valores detalhados no apêndice de Investimento inicial

Apêndice AA – Fluxo de Caixa Otimista

1º Ano

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maió	Junho
Receita	-	15.300,00	26.316,00	30.600,00	30.600,00	30.600,00
(-) Despesa	150.838,50	22.703,96	23.941,13	24.422,25	24.422,25	24.422,25
Resultado Bruto	- 150.838,50	- 7.403,96	2.374,87	6.177,75	6.177,75	6.177,75
(-) Depreciação*	-	548,65	548,65	548,65	548,65	548,65
Lucro antes do imposto	- 150.838,50	- 7.952,61	1.826,22	5.629,10	5.629,10	5.629,10
(-) Imposto (7,70%)	-	1.178,10	2.026,33	2.356,20	2.356,20	2.356,20
Lucro Líquido	- 150.838,50	- 9.130,71	- 200,11	3.272,90	3.272,90	3.272,90
(+) Depreciação	-	548,65	548,65	548,65	548,65	548,65
Entradas de Caixa	- 150.838,50	- 8.582,06	348,54	3.821,55	3.821,55	3.821,55
	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Receita	15.300,00	30.600,00	30.600,00	30.600,00	30.600,00	15.300,00
(-) Despesa	22.703,96	24.422,25	24.422,25	24.422,25	24.422,25	35.439,63
Resultado Bruto	- 7.403,96	6.177,75	6.177,75	6.177,75	6.177,75	- 20.139,63
(-) Depreciação*	548,65	548,65	548,65	548,65	548,65	548,65
Lucro antes do imposto	- 7.952,61	5.629,10	5.629,10	5.629,10	5.629,10	- 20.688,28
(-) Imposto (7,70%)	1.178,10	2.356,20	2.356,20	2.356,20	2.356,20	1.178,10
Lucro Líquido	- 9.130,71	3.272,90	3.272,90	3.272,90	3.272,90	- 21.866,38
(+) Depreciação	548,65	548,65	548,65	548,65	548,65	548,65
Entradas de Caixa	- 8.582,06	3.821,55	3.821,55	3.821,55	3.821,55	- 21.317,73

* Investimento inicial subtraído de R\$30.000,00 direcionados à reforma / abertura e R\$ 50.000,00 direcionados a marketing dividido por 10 anos (média de depreciação de móveis e utensílios domésticos)

* Segundo pesquisas com alberguistas, no primeiro ano a ocupação é mais difícil e se mantém na metade da demanda esperada

Fluxo Anos

	2º Ano ¹	3º Ano ²	4º Ano ³	5º Ano ³
Receita	596.088,00	646.397,83	685.181,70	726.292,60
(-) Despesa	331.508,30	337.784,64	342.623,08	347.751,82
Resultado Bruto	264.579,70	308.613,19	342.558,62	378.540,78
(-) Depreciação*	6.583,85	6.583,85	6.583,85	6.583,85
Lucro antes do imposto	257.995,85	302.029,34	335.974,77	371.956,93
(-) Imposto (8,97%)	53.469,09	63.217,71	67.010,77	74.517,62
Lucro Líquido	204.526,75	238.811,63	268.964,00	297.439,31
(+) Depreciação	6.583,85	6.583,85	6.583,85	6.583,85
Entradas de Caixa	211.110,60	245.395,48	275.547,85	304.023,16

¹ Demanda calculada

² Crescimento de 6% + 2,44% = 8,44%

³ Crescimento de 6%

Fluxo de Caixa

Investimento Inicial*	1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano	Caixa Terminal
251.693,53	- 11.382,45	211.110,60	245.395,48	275.547,85	304.023,16	773.001,12

* Valores detalhados no apêndice de Investimento inicial

Apêndice AB – Estimativa de Custos e Receitas

Otimista (média de crescimento de 8%)

Período	% de Ocupação	Renda	Imposto (8,97%)	Custo	Custo s/ imposto
Janeiro	100%	R\$ 61.200,00	R\$ 5.489,64	R\$ 33.348,47	R\$ 27.858,83
Fevereiro	38%	R\$ 23.256,00	R\$ 2.086,06	R\$ 25.683,53	R\$ 23.597,47
Março	86%	R\$ 52.632,00	R\$ 4.721,09	R\$ 31.617,68	R\$ 26.896,59
Abril	100%	R\$ 61.200,00	R\$ 5.489,64	R\$ 33.348,47	R\$ 27.858,83
Maiο	100%	R\$ 61.200,00	R\$ 5.489,64	R\$ 33.348,47	R\$ 27.858,83
Junho	100%	R\$ 61.200,00	R\$ 5.489,64	R\$ 33.348,47	R\$ 27.858,83
Julho	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 24.076,37	R\$ 22.703,96
Agosto	100%	R\$ 61.200,00	R\$ 5.489,64	R\$ 33.348,47	R\$ 27.858,83
Setembro	100%	R\$ 61.200,00	R\$ 5.489,64	R\$ 33.348,47	R\$ 27.858,83
Outubro	100%	R\$ 61.200,00	R\$ 5.489,64	R\$ 33.348,47	R\$ 27.858,83
Novembro	100%	R\$ 61.200,00	R\$ 5.489,64	R\$ 33.348,47	R\$ 27.858,83
Dezembro	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 36.812,04	R\$ 35.439,63
Período	Lucro / Prejuízo	Custo Fixo	Custo Variavel	Desp. Adm	Desp. Op
Janeiro	R\$ 27.851,53	R\$ 20.367,37	R\$ 7.491,47	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Fevereiro	R\$ (2.427,53)	R\$ 20.367,37	R\$ 3.230,10	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Março	R\$ 21.014,32	R\$ 20.367,37	R\$ 6.529,22	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Abril	R\$ 27.851,53	R\$ 20.367,37	R\$ 7.491,47	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Maiο	R\$ 27.851,53	R\$ 20.367,37	R\$ 7.491,47	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Junho	R\$ 27.851,53	R\$ 20.367,37	R\$ 7.491,47	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Julho	R\$ (8.776,37)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.336,59	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Agosto	R\$ 27.851,53	R\$ 20.367,37	R\$ 7.491,47	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Setembro	R\$ 27.851,53	R\$ 20.367,37	R\$ 7.491,47	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Outubro	R\$ 27.851,53	R\$ 20.367,37	R\$ 7.491,47	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Novembro	R\$ 27.851,53	R\$ 20.367,37	R\$ 7.491,47	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Dezembro	R\$ (21.512,04)	R\$ 33.103,04	R\$ 2.336,59	R\$ 25.471,33	R\$ 7.631,70

Realista (demanda calculada)

Período	% de Ocupação	Renda	Imposto (8,97%)	Custo	Custo s/ imposto
Janeiro	100%	R\$ 61.200,00	R\$ 5.489,64	R\$ 33.348,47	R\$ 27.858,83
Fevereiro	35%	R\$ 21.420,00	R\$ 1.921,37	R\$ 25.312,65	R\$ 23.391,27
Março	80%	R\$ 48.960,00	R\$ 4.391,71	R\$ 30.875,91	R\$ 26.484,20
Abril	100%	R\$ 61.200,00	R\$ 5.489,64	R\$ 33.348,47	R\$ 27.858,83
Maio	95%	R\$ 58.140,00	R\$ 5.215,16	R\$ 32.730,33	R\$ 27.515,17
Junho	100%	R\$ 61.200,00	R\$ 5.489,64	R\$ 33.348,47	R\$ 27.858,83
Julho	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 24.076,37	R\$ 22.703,96
Agosto	100%	R\$ 61.200,00	R\$ 5.489,64	R\$ 33.348,47	R\$ 27.858,83
Setembro	100%	R\$ 61.200,00	R\$ 5.489,64	R\$ 33.348,47	R\$ 27.858,83
Outubro	100%	R\$ 61.200,00	R\$ 5.489,64	R\$ 33.348,47	R\$ 27.858,83
Novembro	100%	R\$ 61.200,00	R\$ 5.489,64	R\$ 33.348,47	R\$ 27.858,83
Dezembro	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 36.812,04	R\$ 35.439,63
Período	Lucro / Prejuízo	Custo Fixo	Custo Variavel	Desp. Adm	Desp. Op
Janeiro	R\$ 27.851,53	R\$ 20.367,37	R\$ 7.491,47	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Fevereiro	R\$ (3.892,65)	R\$ 20.367,37	R\$ 3.023,91	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Março	R\$ 18.084,09	R\$ 20.367,37	R\$ 6.116,83	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Abril	R\$ 27.851,53	R\$ 20.367,37	R\$ 7.491,47	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Maio	R\$ 25.409,67	R\$ 20.367,37	R\$ 7.147,81	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Junho	R\$ 27.851,53	R\$ 20.367,37	R\$ 7.491,47	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Julho	R\$ (8.776,37)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.336,59	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Agosto	R\$ 27.851,53	R\$ 20.367,37	R\$ 7.491,47	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Setembro	R\$ 27.851,53	R\$ 20.367,37	R\$ 7.491,47	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Outubro	R\$ 27.851,53	R\$ 20.367,37	R\$ 7.491,47	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Novembro	R\$ 27.851,53	R\$ 20.367,37	R\$ 7.491,47	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Dezembro	R\$ (21.512,04)	R\$ 33.103,04	R\$ 2.336,59	R\$ 25.471,33	R\$ 7.631,70

Pessimista*

Período	% de Ocupação	Renda	Imposto (8,97%)	Custo	Custo s/ imposto
Janeiro	60%	R\$ 36.720,00	R\$ 3.293,78	R\$ 28.403,35	R\$ 25.109,57
Fevereiro	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 24.076,37	R\$ 22.703,96
Março	43%	R\$ 26.316,00	R\$ 2.360,55	R\$ 26.301,67	R\$ 23.941,13
Abril	60%	R\$ 36.720,00	R\$ 3.293,78	R\$ 28.403,35	R\$ 25.109,57
Maio	52%	R\$ 31.824,00	R\$ 2.854,61	R\$ 27.414,33	R\$ 24.559,71
Junho	60%	R\$ 36.720,00	R\$ 3.293,78	R\$ 28.403,35	R\$ 25.109,57
Julho	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 24.076,37	R\$ 22.703,96
Agosto	60%	R\$ 36.720,00	R\$ 3.293,78	R\$ 28.403,35	R\$ 25.109,57
Setembro	60%	R\$ 36.720,00	R\$ 3.293,78	R\$ 28.403,35	R\$ 25.109,57
Outubro	60%	R\$ 36.720,00	R\$ 3.293,78	R\$ 28.403,35	R\$ 25.109,57
Novembro	60%	R\$ 36.720,00	R\$ 3.293,78	R\$ 28.403,35	R\$ 25.109,57
Dezembro	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 36.812,04	R\$ 35.439,63
Período	Lucro / Prejuízo	Custo Fixo	Custo Variável	Desp. Adm	Desp. Op
Janeiro	R\$ 8.316,65	R\$ 20.367,37	R\$ 4.742,20	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Fevereiro	R\$ (8.776,37)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.336,59	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Março	R\$ 14,33	R\$ 20.367,37	R\$ 3.573,76	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Abril	R\$ 8.316,65	R\$ 20.367,37	R\$ 4.742,20	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Maio	R\$ 4.409,67	R\$ 20.367,37	R\$ 4.192,35	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Junho	R\$ 8.316,65	R\$ 20.367,37	R\$ 4.742,20	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Julho	R\$ (8.776,37)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.336,59	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Agosto	R\$ 8.316,65	R\$ 20.367,37	R\$ 4.742,20	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Setembro	R\$ 8.316,65	R\$ 20.367,37	R\$ 4.742,20	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Outubro	R\$ 8.316,65	R\$ 20.367,37	R\$ 4.742,20	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Novembro	R\$ 8.316,65	R\$ 20.367,37	R\$ 4.742,20	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Dezembro	R\$ (21.512,04)	R\$ 33.103,04	R\$ 2.336,59	R\$ 25.471,33	R\$ 7.631,70

* em uma situação não muito favorável, dificilmente a taxa de ocupação média anual ultrapassa os 60%

Cenários no 1º Ano

Otimista (média de crescimento de 8%)

Período	% de Ocupação	Renda	Imposto (8,97%)	Custo	Custo s/ imposto
Janeiro	50%	R\$ 30.600,00	R\$ 2.744,82	R\$ 27.167,07	R\$ 24.422,25
Fevereiro	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 24.076,37	R\$ 22.703,96
Março	43%	R\$ 26.316,00	R\$ 2.360,55	R\$ 26.301,67	R\$ 23.941,13
Abril	50%	R\$ 30.600,00	R\$ 2.744,82	R\$ 27.167,07	R\$ 24.422,25
Maiο	50%	R\$ 30.600,00	R\$ 2.744,82	R\$ 27.167,07	R\$ 24.422,25
Junho	50%	R\$ 30.600,00	R\$ 2.744,82	R\$ 27.167,07	R\$ 24.422,25
Julho	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 24.076,37	R\$ 22.703,96
Agosto	50%	R\$ 30.600,00	R\$ 2.744,82	R\$ 27.167,07	R\$ 24.422,25
Setembro	50%	R\$ 30.600,00	R\$ 2.744,82	R\$ 27.167,07	R\$ 24.422,25
Outubro	50%	R\$ 30.600,00	R\$ 2.744,82	R\$ 27.167,07	R\$ 24.422,25
Novembro	50%	R\$ 30.600,00	R\$ 2.744,82	R\$ 27.167,07	R\$ 24.422,25
Dezembro	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 36.812,04	R\$ 35.439,63
Período	Lucro / Prejuízo	Custo Fixo	Custo Variavel	Desp. Adm	Desp. Op
Janeiro	R\$ 3.432,93	R\$ 20.367,37	R\$ 4.054,88	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Fevereiro	R\$ (8.776,37)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.336,59	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Março	R\$ 14,33	R\$ 20.367,37	R\$ 3.573,76	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Abril	R\$ 3.432,93	R\$ 20.367,37	R\$ 4.054,88	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Maiο	R\$ 3.432,93	R\$ 20.367,37	R\$ 4.054,88	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Junho	R\$ 3.432,93	R\$ 20.367,37	R\$ 4.054,88	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Julho	R\$ (8.776,37)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.336,59	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Agosto	R\$ 3.432,93	R\$ 20.367,37	R\$ 4.054,88	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Setembro	R\$ 3.432,93	R\$ 20.367,37	R\$ 4.054,88	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Outubro	R\$ 3.432,93	R\$ 20.367,37	R\$ 4.054,88	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Novembro	R\$ 3.432,93	R\$ 20.367,37	R\$ 4.054,88	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Dezembro	R\$ (21.512,04)	R\$ 33.103,04	R\$ 2.336,59	R\$ 25.471,33	R\$ 7.631,70

Realista (demanda calculada)

Período	% de Ocupação	Renda	Imposto (8,97%)	Custo	Custo s/ imposto
Janeiro	50%	R\$ 30.600,00	R\$ 2.744,82	R\$ 27.167,07	R\$ 24.422,25
Fevereiro	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 24.076,37	R\$ 22.703,96
Março	40%	R\$ 24.480,00	R\$ 2.195,86	R\$ 25.930,79	R\$ 23.734,93
Abril	50%	R\$ 30.600,00	R\$ 2.744,82	R\$ 27.167,07	R\$ 24.422,25
Maio	47%	R\$ 28.764,00	R\$ 2.580,13	R\$ 26.796,18	R\$ 24.216,05
Junho	50%	R\$ 30.600,00	R\$ 2.744,82	R\$ 27.167,07	R\$ 24.422,25
Julho	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 24.076,37	R\$ 22.703,96
Agosto	50%	R\$ 30.600,00	R\$ 2.744,82	R\$ 27.167,07	R\$ 24.422,25
Setembro	50%	R\$ 30.600,00	R\$ 2.744,82	R\$ 27.167,07	R\$ 24.422,25
Outubro	50%	R\$ 30.600,00	R\$ 2.744,82	R\$ 27.167,07	R\$ 24.422,25
Novembro	50%	R\$ 30.600,00	R\$ 2.744,82	R\$ 27.167,07	R\$ 24.422,25
Dezembro	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 36.812,04	R\$ 35.439,63
Período	Lucro / Prejuízo	Custo Fixo	Custo Variavel	Desp. Adm	Desp. Op
Janeiro	R\$ 3.432,93	R\$ 20.367,37	R\$ 4.054,88	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Fevereiro	R\$ (8.776,37)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.336,59	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Março	R\$ (1.450,79)	R\$ 20.367,37	R\$ 3.367,57	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Abril	R\$ 3.432,93	R\$ 20.367,37	R\$ 4.054,88	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Maio	R\$ 1.967,82	R\$ 20.367,37	R\$ 3.848,69	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Junho	R\$ 3.432,93	R\$ 20.367,37	R\$ 4.054,88	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Julho	R\$ (8.776,37)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.336,59	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Agosto	R\$ 3.432,93	R\$ 20.367,37	R\$ 4.054,88	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Setembro	R\$ 3.432,93	R\$ 20.367,37	R\$ 4.054,88	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Outubro	R\$ 3.432,93	R\$ 20.367,37	R\$ 4.054,88	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Novembro	R\$ 3.432,93	R\$ 20.367,37	R\$ 4.054,88	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Dezembro	R\$ (21.512,04)	R\$ 33.103,04	R\$ 2.336,59	R\$ 25.471,33	R\$ 7.631,70

Pessimista*

Período	% de Ocupação	Renda	Imposto (8,97%)	Custo	Custo s/ imposto
Janeiro	30%	R\$ 18.360,00	R\$ 1.646,89	R\$ 24.694,51	R\$ 23.047,62
Fevereiro	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 24.076,37	R\$ 22.703,96
Março	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 24.076,37	R\$ 22.703,96
Abril	30%	R\$ 18.360,00	R\$ 1.646,89	R\$ 24.694,51	R\$ 23.047,62
Maiο	26%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 24.076,37	R\$ 22.703,96
Junho	30%	R\$ 18.360,00	R\$ 1.646,89	R\$ 24.694,51	R\$ 23.047,62
Julho	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 24.076,37	R\$ 22.703,96
Agosto	30%	R\$ 18.360,00	R\$ 1.646,89	R\$ 24.694,51	R\$ 23.047,62
Setembro	30%	R\$ 18.360,00	R\$ 1.646,89	R\$ 24.694,51	R\$ 23.047,62
Outubro	30%	R\$ 18.360,00	R\$ 1.646,89	R\$ 24.694,51	R\$ 23.047,62
Novembro	30%	R\$ 18.360,00	R\$ 1.646,89	R\$ 24.694,51	R\$ 23.047,62
Dezembro	25%	R\$ 15.300,00	R\$ 1.372,41	R\$ 36.812,04	R\$ 35.439,63
Período	Lucro / Prejuízo	Custo Fixo	Custo Variavel	Desp. Adm	Desp. Op
Janeiro	R\$ (6.334,51)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.680,25	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Fevereiro	R\$ (8.776,37)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.336,59	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Março	R\$ (8.776,37)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.336,59	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Abril	R\$ (6.334,51)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.680,25	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Maiο	R\$ (8.776,37)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.336,59	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Junho	R\$ (6.334,51)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.680,25	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Julho	R\$ (8.776,37)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.336,59	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Agosto	R\$ (6.334,51)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.680,25	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Setembro	R\$ (6.334,51)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.680,25	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Outubro	R\$ (6.334,51)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.680,25	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Novembro	R\$ (6.334,51)	R\$ 20.367,37	R\$ 2.680,25	R\$ 12.735,67	R\$ 7.631,70
Dezembro	R\$ (21.512,04)	R\$ 33.103,04	R\$ 2.336,59	R\$ 25.471,33	R\$ 7.631,70

* em uma situação não muito favorável, dificilmente a taxa de ocupação média anual ultrapassa os 60%

Apêndice AC – TIR, VPL e Payback Pessimista

TIR 1º demanda			
R\$	251.693,53	Invet. Inic	
R\$	(224.258,45)	LL FLC 2011	
R\$	18.725,11	LL FLC 2012	
R\$	42.564,15	LL FLC 2013	
R\$	60.941,68	LL FLC 2014	
R\$	80.421,85	LL FLC 2015	
R\$	21,83	TMA	21,8308

-21,06%

<f>REG
<CHS>g<CFo>
<g>CFj>
<g>CFj>
<g>CFj>
<g>CFj>
<g>CFj>
<g>CFj>
<i>
<f> <IRR>

VPL 1º demanda			
R\$	251.693,53	Invet. Inic	
R\$	(224.258,45)	LL FLC 2011	
R\$	18.725,11	LL FLC 2012	
R\$	42.564,15	LL FLC 2013	
R\$	60.941,68	LL FLC 2014	
R\$	80.421,85	LL FLC 2015	
R\$	21,83	TMA	21,8308

R\$ (341.988,00)

<f>REG
<CHS>g<CFo>
<g>CFj>
<g>CFj>
<g>CFj>
<g>CFj>
<g>CFj>
<g>CFj>
<i>
<f> <NPV>

CAPM = Rf + B (ERM-Rf)	
B= 1,33%	
Rf= 11,51%	
ERM= 19,27%	
21,8308	

http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

www.bcb.gov.br

www.infomoney.com.br

Pay Back		
MÊS	FLC	Saldo
0	R\$ -	R\$ 251.693,53
1	R\$ -	R\$ 251.693,53
2	R\$ (8.953,23)	R\$ 260.646,76
3	R\$ (8.953,23)	R\$ 269.599,99
4	R\$ (6.437,01)	R\$ 276.037,01
5	R\$ (8.953,23)	R\$ 284.990,24
6	R\$ (6.437,01)	R\$ 291.427,25
7	R\$ (8.953,23)	R\$ 300.380,48
8	R\$ (6.437,01)	R\$ 306.817,50
9	R\$ (6.437,01)	R\$ 313.254,51
10	R\$ (6.437,01)	R\$ 319.691,53
11	R\$ (6.437,01)	R\$ 326.128,54
12	R\$ (21.688,90)	R\$ 347.817,44
13	R\$ 1.560,43	R\$ 346.257,02
14	R\$ 1.560,43	R\$ 344.696,59
15	R\$ 1.560,43	R\$ 343.136,16
16	R\$ 1.560,43	R\$ 341.575,74
17	R\$ 1.560,43	R\$ 340.015,31
18	R\$ 1.560,43	R\$ 338.454,89
19	R\$ 1.560,43	R\$ 336.894,46
20	R\$ 1.560,43	R\$ 335.334,03
21	R\$ 1.560,43	R\$ 333.773,61
22	R\$ 1.560,43	R\$ 332.213,18
23	R\$ 1.560,43	R\$ 330.652,75
24	R\$ 1.560,43	R\$ 329.092,33
25	R\$ 3.547,01	R\$ 325.545,31
26	R\$ 3.547,01	R\$ 321.998,30
27	R\$ 3.547,01	R\$ 318.451,29
28	R\$ 3.547,01	R\$ 314.904,28
29	R\$ 3.547,01	R\$ 311.357,26
30	R\$ 3.547,01	R\$ 307.810,25

31	R\$ 3.547,01	R\$ 304.263,24
32	R\$ 3.547,01	R\$ 300.716,22
33	R\$ 3.547,01	R\$ 297.169,21
34	R\$ 3.547,01	R\$ 293.622,20
35	R\$ 3.547,01	R\$ 290.075,19
36	R\$ 3.547,01	R\$ 286.528,17
37	R\$ 5.078,47	R\$ 281.449,70
38	R\$ 5.078,47	R\$ 276.371,23
39	R\$ 5.078,47	R\$ 271.292,75
40	R\$ 5.078,47	R\$ 266.214,28
41	R\$ 5.078,47	R\$ 261.135,81
42	R\$ 5.078,47	R\$ 256.057,33
43	R\$ 5.078,47	R\$ 250.978,86
44	R\$ 5.078,47	R\$ 245.900,39
45	R\$ 5.078,47	R\$ 240.821,92
46	R\$ 5.078,47	R\$ 235.743,44
47	R\$ 5.078,47	R\$ 230.664,97
48	R\$ 5.078,47	R\$ 225.586,50
49	R\$ 6.701,82	R\$ 218.884,67
50	R\$ 6.701,82	R\$ 212.182,85
51	R\$ 6.701,82	R\$ 205.481,03
52	R\$ 6.701,82	R\$ 198.779,21
53	R\$ 6.701,82	R\$ 192.077,39
54	R\$ 6.701,82	R\$ 185.375,57
55	R\$ 6.701,82	R\$ 178.673,75
56	R\$ 6.701,82	R\$ 171.971,93
57	R\$ 6.701,82	R\$ 165.270,11
58	R\$ 6.701,82	R\$ 158.568,29
59	R\$ 6.701,82	R\$ 151.866,46
60	R\$ 6.701,82	R\$ 145.164,64
Não há retorno no período		

Apêndice AD – TIR, VPL e Payback Realista

TIR 1º demanda		
R\$	251.693,53	Invet. Inic
R\$	(171.233,01)	LL FLC 2011
R\$	197.689,55	LL FLC 2012
R\$	231.472,62	LL FLC 2013
R\$	261.184,65	LL FLC 2014
R\$	292.679,40	LL FLC 2015
	21,83	TMA
		21,8308

VPL 1º demanda		
R\$	251.693,53	Invet. Inic
R\$	(171.233,01)	LL FLC 2011
R\$	197.689,55	LL FLC 2012
R\$	231.472,62	LL FLC 2013
R\$	261.184,65	LL FLC 2014
R\$	292.679,40	LL FLC 2015
	21,83	TMA
		21,8308

Pay Back		
MÊS	FLC	Saldo
0	R\$ -	R\$ 251.693,53
1	R\$ -	R\$ 251.693,53
2	R\$ (9.130,71)	R\$ 260.824,24
3	R\$ (1.688,55)	R\$ 262.512,79
4	R\$ 3.272,90	R\$ 259.239,89
5	R\$ 1.784,46	R\$ 257.455,43
6	R\$ 3.272,90	R\$ 254.182,53
7	R\$ (9.130,71)	R\$ 263.313,24
8	R\$ 3.272,90	R\$ 260.040,35
9	R\$ 3.272,90	R\$ 256.767,45
10	R\$ 3.272,90	R\$ 253.494,55
11	R\$ 3.272,90	R\$ 250.221,66
12	R\$ (21.866,38)	R\$ 272.088,04
13	R\$ 16.474,13	R\$ 255.613,91
14	R\$ 16.474,13	R\$ 239.139,78

R\$ 96.551,45

15	R\$ 16.474,13	R\$ 222.665,65
16	R\$ 16.474,13	R\$ 206.191,52
17	R\$ 16.474,13	R\$ 189.717,39
18	R\$ 16.474,13	R\$ 173.243,27
19	R\$ 16.474,13	R\$ 156.769,14
20	R\$ 16.474,13	R\$ 140.295,01
21	R\$ 16.474,13	R\$ 123.820,88
22	R\$ 16.474,13	R\$ 107.346,75
23	R\$ 16.474,13	R\$ 90.872,62
24	R\$ 16.474,13	R\$ 74.398,49
25	R\$ 19.289,38	R\$ 55.109,11
26	R\$ 19.289,38	R\$ 35.819,72
27	R\$ 19.289,38	R\$ 16.530,34
28	R\$ 19.289,38	R\$ (2.759,05)
28 meses e 26 dias		

Apêndice AE – TIR, VPL e Payback Otimista

TIR 1º demanda		
R\$	251.693,53	Invet. Inic
R\$	(168.256,14)	LL FLC 2011
R\$	204.526,75	LL FLC 2012
R\$	238.811,63	LL FLC 2013
R\$	268.964,00	LL FLC 2014
R\$	297.439,31	LL FLC 2015
	21,8308	TMA 21,8308

VPL 1º demanda		
R\$	(251.693,53)	Invet. Inic
R\$	(168.256,14)	LL FLC 2011
R\$	204.526,75	LL FLC 2012
R\$	238.811,63	LL FLC 2013
R\$	268.964,00	LL FLC 2014
R\$	297.439,31	LL FLC 2015
	21,8308	TMA 21,8308

Pay Back		
MÊS	FLC	Saldo
0	R\$ -	R\$ 251.693,53
1	R\$ -	R\$ 251.693,53
2	R\$ (9.130,71)	R\$ 260.824,24
3	R\$ (200,11)	R\$ 261.024,36
4	R\$ 3.272,90	R\$ 257.751,46
5	R\$ 3.272,90	R\$ 254.478,56
6	R\$ 3.272,90	R\$ 251.205,67
7	R\$ (9.130,71)	R\$ 260.336,38
8	R\$ 3.272,90	R\$ 257.063,48
9	R\$ 3.272,90	R\$ 253.790,58
10	R\$ 3.272,90	R\$ 250.517,69
11	R\$ 3.272,90	R\$ 247.244,79
12	R\$ (21.866,38)	R\$ 269.111,17
13	R\$ 17.043,90	R\$ 252.067,28
14	R\$ 17.043,90	R\$ 235.023,38

R\$ 112.964,39

15	R\$ 17.043,90	R\$ 217.979,48
16	R\$ 17.043,90	R\$ 200.935,59
17	R\$ 17.043,90	R\$ 183.891,69
18	R\$ 17.043,90	R\$ 166.847,80
19	R\$ 17.043,90	R\$ 149.803,90
20	R\$ 17.043,90	R\$ 132.760,00
21	R\$ 17.043,90	R\$ 115.716,11
22	R\$ 17.043,90	R\$ 98.672,21
23	R\$ 17.043,90	R\$ 81.628,32
24	R\$ 17.043,90	R\$ 64.584,42
25	R\$ 19.900,97	R\$ 44.683,45
26	R\$ 19.900,97	R\$ 24.782,48
27	R\$ 19.900,97	R\$ 4.881,51
28	R\$ 19.900,97	R\$ (15.019,46)
27 meses e 8 dias		

Apêndice AF - DRE

DRE Pessimista	1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano
Receita Bruta	186.660,00	361.080,00	391.555,15	415.048,46	439.951,37
(-)CPV	27.764,46	47.971,28	52.020,06	55.141,26	58.449,74
(=) Receita Liquida	158.895,54	313.108,72	339.535,09	359.907,20	381.501,63
(-)Despesas adm	152.827,99	165.563,66	165.563,66	165.563,66	165.563,66
(-)Despesas Operacionais	83.948,70	91.580,40	91.580,40	91.580,40	91.580,40
(-) Depreciação	6.035,20	6.583,85	6.583,85	6.583,85	6.583,85
(=)LAJIR	- 83.916,34	49.380,81	75.807,19	96.179,29	117.773,72
(-)Impostos	12.207,56	30.655,69	33.243,03	35.237,61	37.351,87
(-)Juros	-	-	-	-	-
(=)Receita Liquida	- 96.123,91	18.725,12	42.564,15	60.941,68	80.421,85

DRE Realista	1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano
Receita Bruta	282.744,00	587.520,00	637.106,69	675.333,09	715.853,07
(-)CPV	38.555,33	73.402,00	79.597,13	84.372,96	89.435,33
(=) Receita Liquida	244.188,67	514.118,00	557.509,56	590.960,13	626.417,74
(-)Despesas adm	152.827,99	165.563,66	165.563,66	165.563,66	165.563,66
(-)Despesas Operacionais	83.948,70	91.580,40	91.580,40	91.580,40	91.580,40
(-) Depreciação	6.035,20	6.583,85	6.583,85	6.583,85	6.583,85
(=)LAJIR	1.376,78	250.390,09	293.781,65	327.232,23	362.689,83
(-)Impostos	21.771,29	52.700,54	62.309,03	66.047,58	70.010,43
(-)Juros	-	-	-	-	-
(=)Receita Liquida	- 20.394,50	197.689,55	231.472,62	261.184,65	292.679,40

DRE Otimista	1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano
Receita Bruta	286.416,00	596.088,00	646.397,83	685.181,70	726.292,60
(-)CPV	38.967,72	74.364,24	80.640,59	85.479,02	90.607,76
(=) Receita Liquida	247.448,28	521.723,76	565.757,24	599.702,68	635.684,84
(-)Despesas adm	152.827,99	165.563,66	165.563,66	165.563,66	165.563,66
(-)Despesas Operacionais	83.948,70	91.580,40	91.580,40	91.580,40	91.580,40
(-) Depreciação	6.035,20	6.583,85	6.583,85	6.583,85	6.583,85
(=)LAJIR	4.636,39	257.995,85	302.029,34	335.974,77	371.956,93
(-)Impostos	22.054,03	53.469,09	63.217,71	67.010,77	74.517,62
(-)Juros	-	-	-	-	-
(=)Receita Liquida	- 17.417,64	204.526,76	238.811,63	268.964,00	297.439,31

