

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS. PUC-GO
ESCOLA DE GESTÃO E NEGÓCIOS - EGN
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PLANO DE NEGÓCIO DE UM EMPREENDIMENTO DE LAZER E EVENTOS NA
AREA RURAL

BUSINESS PLAN FOR A LEISURE AND EVENTS ENTERPRISE IN RURAL AREA

Orientando: Lucas Lemes Santos Silva

Orientador: Prof. Msc. Irineu Gomes

Avaliador: Prof. Msc. Marcos de F. Pintaud

Avaliadora: Profa. Msc. Lucia Lúcia Aparecida de M. Abrantes

RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo principal elaborar plano de negócios de um empreendimento de lazer e eventos na área rural. O trabalho foi desenvolvido tendo como diretrizes a modelagem CANVAS para elaborar plano de negócios do SEBRAE. As projeções financeiras definidas seguindo as orientações do manual financeiro do SEBRAE. Foram feitas pesquisas bibliográficas em site especializados a respeito dos temas empreendedorismos e inovação, gestão estratégica, gestão de pequenas empresas, a busca por lazer no campo e turismo rural. A fundamentação teórica foi construída a partir dessas pesquisas. Para subsidiar e orientar as definições e diretrizes práticas do plano, foram realizadas pesquisas de campo, além de consultas em publicações diversas a respeito de modelos de negócios no ramo. A partir dos dados coletados, pesquisas e seguindo a modelagem CANVAS e orientações do manual financeiro, foi elaborado o plano de negócios proposto, mostrando se viável a sua implantação.

Palavras-chave: Empreendimento para lazer e eventos; Plano de negócio; Modelo CANVAS.

ABSTRACT

The main goal of this work was to develop a business plan for a leisure and events enterprise in a rural area. The work was based on the CANVAS modeling for creating the SEBRAE business plan. Financial projections were defined following the SEBRAE financial manual guidelines. Bibliographic research was carried out on specialized websites related to entrepreneurship and innovation, strategic management, small business management, the search for leisure in the countryside, and rural tourism. The theoretical foundation was built from these studies. To support and guide practical definitions and guidelines for the plan, field research was carried out, as well as consultations in various publications related to business models in the field. Based on the collected data, research, and following the CANVAS modeling and financial manual guidelines, the proposed business plan was developed, showing that its implementation is viable.

Keywords: Leisure and events enterprise; Business plan; CANVAS model.

INTRODUÇÃO

O trabalho teve como objetivo principal elaborar plano de negócios de um empreendimento de lazer e eventos na área rural, com foco na utilização de eventos pequenos além de atender como espaço para lazer e descanso em uma região semirrural localizada no setor Vale das Pombas, zona sul do município de Goiânia. O empreendimento visa atender vários tipos de demanda de modo a maximizar o público possível. Logo a oferta oferece a possibilidade de atender demanda por espaço para eventos como casamento, aniversário e celebração de data comemorativa por exemplo, bem como, também, para confraternização, reunião e pequenos encontros em família. O objetivo principal deste trabalho é propor um modelo de negócio que possa ser implementado e executado na prática, a partir da identificação de uma oportunidade de negócio na região.

Para o desenvolvimento do modelo de negócio proposto, foram realizados estudos de benchmarking analisando empreendimento destinadas a lazer e eventos na zona sul de Goiânia. Os estudos identificaram fatores relevantes e aplicáveis ao

projeto em questão. A pesquisa foi conduzida no mercado regional, por meio de pesquisas na internet, questionários direcionados ao público de interesse e entrevistas com proprietários de espaços destinados a lazer e eventos. Foram feitas também pesquisas bibliográficas a respeito turismo rural, empreendedorismo, lazer no campo e gestão estratégica, o que possibilitou a elaboração da fundamentação teórica.

Utilizando o modelo CANVAS e manual financeiro do SEBRE, foi possível desenvolver o plano de negócio, identificando questões relevantes de negócios, tais como a proposta de valor, público-alvo, canais de comunicação e promoção, produto-chave, parcerias e fontes de receita.

Este trabalho torna-se fundamental para empreendedores que desejam iniciar um negócio na área de lazer e eventos em Goiânia, fornecendo estudos aprofundado sobre o modelo de negócio a ser implementado na prática.

METODOLOGIA

O desenvolvimento deste trabalho seguiu uma metodologia que envolveu, inicialmente, uma revisão bibliográfica sobre empreendedorismo, inovação, gestão estratégica, turismo rural e lazer no campo através da modelagem Canvas com o intuito de esclarecer aspectos relevantes para elaboração de um plano de negócio para lazer e eventos que visa atender demanda por eventos de pequeno porte limitado a 50 pessoas e demanda por espaço para lazer e descanso, bem como a fim de oferecer comodidade e recurso necessários localizado em uma região semirural. Posteriormente, foi realizada uma pesquisa junto ao SEBRAE com o intuito de obter informações acerca da estrutura e modelagem de negócios em diferentes dimensões relacionadas ao modelo Canvas e manual financeiro do SEBRE.

A modelagem CANVAS orienta para a definição do seguinte:

- Segmentos de Clientes;
- Proposta de Valor;
- Canais de Distribuição;
- Relacionamento com Clientes;
- Fonte de Receitas;

- Recursos Principais;
- Atividades Chaves;
- Parcerias Principais;
- Estrutura de Custos;

O manual financeiro orienta, via planilhas financeira, a definição de custo e investimentos, receita, ponto de equilíbrio, taxa de retornos e outros.

O plano de negócio apresentado não somente inclui as referências bibliográficas, mas também se apoia em um levantamento das diretrizes e objetivos em modelos de negócios, verificados por meio de pesquisa de mercado na concorrência regional. Em seguida, o plano de negócio foi elaborado utilizando a modelagem Canvas e detalhado nas diversas dimensões do plano financeiro, concluindo pela viabilidade da implantação do empreendimento.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Empreendedorismo

O empreendedorismo é uma área de estudo que tem sido cada vez mais relevante no cenário econômico atual, por meio da criação de novos negócios, da inovação e do desenvolvimento regional. Segundo Drucker (1986), o empreendedorismo é o processo de criar algo, com valor, que só poderia ser criado por meio do empreendedorismo. Esse processo envolve desde a identificação de oportunidades, passando pela criação de um modelo de negócios, até a implementação e gestão do negócio.

A literatura sobre empreendedorismo destaca que o empreendedorismo não é uma capacidade inata, mas sim uma competência que pode ser desenvolvida por meio de aprendizagem e experiência prática (SHANE & VENKATARAMAN, 2000). Dessa forma, a formação empreendedora tem ganhado destaque como uma estratégia para estimular a criação e gestão de novos negócios, bem como para desenvolver habilidades e competências empreendedoras nas pessoas.

Vários estudos apontam que as habilidades e competências empreendedoras são fundamentais para o sucesso dos empreendedores e para o desenvolvimento de negócios inovadores e sustentáveis (OECD, 2019). Dentre as habilidades e

competências mais importantes para o empreendedorismo, destacam-se a criatividade, a capacidade de identificar oportunidades de negócio, a capacidade de avaliar riscos e tomar decisões, o conhecimento do mercado e a habilidade de se relacionar com as pessoas.

Dentro do cenário de apoio ao empreendedorismo, o SEBRAE tem um importante papel como catalisador e facilitador do empreendedorismo no país. Além de fornecer serviços de capacitação e consultoria, o SEBRAE tem desenvolvido programas e iniciativas para incentivar a criação e gestão de novos negócios, bem como para estimular o empreendedorismo nas regiões menos desenvolvidas. Uma das principais ferramentas utilizadas pelo SEBRAE é o modelo CANVAS, que fornece uma metodologia simplificada e eficiente para a criação de modelos de negócios a serem implementados.

Gestão estratégica

É fundamental para garantir o sucesso e a continuidade desses negócios, mesmo em uma empresa com recursos limitados, ter uma visão clara e bem definida do futuro, identificar oportunidades, planejar as ações e monitorar os resultados. A gestão estratégica permite que a empresa avalie constantemente seu desempenho e faça ajustes necessários para se adaptar às condições do mercado. Segundo Ansoff (2014), a gestão estratégica deve ser entendida como um processo sistemático e contínuo de análise do ambiente interno e externo da organização, identificando ameaças, oportunidades, pontos fortes e pontos fracos, e a partir disso definir objetivos e metas claras para orientar as ações da empresa. Ainda segundo o autor, a estratégia empresarial é a definição e integração de objetivos, políticas e ações da empresa em uma única estrutura coerente e ampla. Neste sentido, em uma gestão profissional em pequenas empresas se reflete na adoção de boas práticas de gestão de recursos humanos, finanças, operações e marketing. O uso de ferramentas de gestão, como análise SWOT, planejamento estratégico e indicadores de desempenho, ajuda a empresa a tomar decisões informadas e aprimorar sua eficiência.

Barney (2015) destaca que a gestão estratégica deve estar orientada para a criação e manutenção de vantagens competitivas, que são fatores que permitem à empresa ter um desempenho superior em relação aos seus concorrentes. Essas vantagens podem derivar de diversas fontes, como a inovação, a qualidade dos

produtos e serviços, o conhecimento e a experiência acumulada, entre outros. Por meio do uso de tecnologia, marketing digital, pesquisa de mercado e outras ferramentas, a empresa pode promover sua marca e produtos de forma eficaz e aumentar sua visibilidade e credibilidade.

Contudo, gestão estratégica e profissional é fundamental para o sucesso de pequenos negócios, pois permite que a empresa cresça de forma sustentável, se adapte às mudanças do mercado e aproveite oportunidades para expandir seus negócios. É imprescindível que pequenas empresas tenham uma visão estratégica e se preocupem em adotar práticas de gestão profissional para crescerem e se manterem no mercado de forma competitiva. A adoção de ferramentas de gestão, planejamento e análise constante de desempenho são fundamentais para que os negócios tenham sucesso.

Gestão de pequenas empresas

As novas PMEs têm, em sua maioria, o seu início focado em uma renda que possa suprir as necessidades de seus fundadores e, pode se dizer que também, certa liberdade financeira e pessoal. Poucos, porém, possuem força e lucidez suficientes para gerir e manter o negócio, visto que o capital, a vida particular, os desencontros entre os fundadores e cooperadores muitas vezes são levados para dentro das portas da empresa comprometendo, assim, a estrutura funcional da mesma (CENTURION et al., 2016).

A gestão tem muitos pontos que devem ser levados em consideração quando se trata do início e manutenção da PME. Tais pontos passam desde o planejamento inicial ao monitoramento e separação das finanças da empresa e de seus proprietários (SILVA et al., 2020).

Inicialmente os pequenos empreendimentos têm a força e a garra de seus fundadores, que mesmo sem formação ou entendimento de gestão tentam levar a diante a sua ideia (SILVA et al., 2020). Porém, o primeiro período de uma PME pode trazer, também, o início de grandes problemas financeiros que podem posteriormente levar a mortalidade precoce do negócio, como demonstrado em pesquisa realizada pelo SEBRAE (2016), 25% das PMEs deixam de funcionar nos primeiros dois anos de existência por problemas financeiros e outros 31% por custos, despesas e juros.

Levando em consideração tais dados, a gestão de capital é um dos principais pontos a ser o foco dos novos empreendedores.

A falta de prazos e planejamento estrutural têm se mostrado outro vilão para a estabilidade das PMEs. De acordo com Palmeira et al. (2011), a falta de preparação dos gestores tem levado ao fim precoce dos empreendimentos, 25% das PMEs que fecharam suas portas. Segundo o SEBRAE (2016), a falta de gestão lógica e problemas administrativos foram a causa. Assim o investimento em planejamento e profissionalização dos gestores é de suma importância para que a empresa venha se manter e sobressair dentro do nicho escolhido (FREITAS et al., 2012). A contratação de gestores profissionais é outra forma de investimento que pode vir a servir à nova PME, porém muitos resistem a intervenções de pessoas de fora do núcleo imposto inicialmente à formação da empresa. Outro ponto que impede as PME de contratar uma gestão profissional é a falta de dinheiro para investir nesse setor, de forma a manter a gestão inicial (PALMEIRA et al., 2011).

Modelo CANVAS

O modelo CANVAS do SEBRAE é uma metodologia de planejamento estratégico que permite que empreendedores e empresários criem um modelo de negócios inovador e viável. O modelo CANVAS é um quadro visual dividido em nove blocos que representam todas as áreas-chave de um negócio, incluindo segmentos de clientes, proposta de valor, canais de distribuição, relacionamento com os clientes, fluxos de receita, recursos principais, atividades principais, parcerias principais e estrutura de custos.

O modelo CANVAS é uma ferramenta versátil e eficaz para a criação de modelos de negócios inovadores. Ele permite que empreendedores e empresários identifiquem explicitamente todos os aspectos do seu negócio, garantindo que todas as áreas-chaves sejam abordadas. Algumas das principais vantagens do modelo CANVAS incluem:

- Visão ampla e estratégica do negócio;
- Facilidade de visualização e entendimento;
- Possibilita a criação de modelos de negócios mais simples e viáveis;
- Ajuda a identificar os pontos fortes e fracos do modelo de negócios;
- Facilita a tomada de decisões estratégicas.

A seguir as propostas dos tópicos, que possibilitam maior nível de assertividade:

- Segmentos de clientes: Descreve para quem a empresa está criando valor. Identifica os diferentes grupos de clientes, bem como suas necessidades, expectativas e características.
- Proposta de valor: Descreve os benefícios e soluções oferecidos pela empresa para atender às necessidades dos segmentos de clientes. A proposta de valor precisa ser clara, relevante e diferenciada em relação aos concorrentes.
- Canais de distribuição: Trata de como a empresa entregará a proposta de valor aos seus clientes, o que pode incluir canais físicos (lojas, escritórios) ou digitais (plataformas, sites).
- Relacionamento com os clientes: Descreve como a empresa planeja estabelecer e manter um relacionamento com seus clientes. Isso pode incluir atendimento personalizado, fidelização, suporte pós-venda, dentre outros.
- Fluxos de receita: Orienta como a empresa gera receita a partir de sua proposta de valor e de seus clientes. Isso pode envolver modelos de negócios, como venda direta, assinaturas ou publicidade.
- Recursos principais: Descreve os principais ativos necessários para que a empresa possa entregar sua proposta de valor, como equipamentos, tecnologias ou capital financeiro.
- Atividades principais: Esclarece as principais ações que a empresa precisa executar para entregar sua proposta de valor, como fabricação, distribuição, publicidade ou atendimento ao cliente.
- Parcerias principais: Orienta sobre as principais alianças estratégicas que a empresa pode estabelecer para aprimorar sua proposta de valor e seus recursos principais. É importante lembrar que as parcerias precisam ser benéficas para ambas as partes.
- Estrutura de custos: Descreve os principais custos da empresa para entregar sua proposta de valor, como custos fixos (equipamentos, aluguel) ou variáveis (materiais, mão de obra). É importante identificar todos os custos para garantir que o negócio seja viável financeiramente

A busca por lazer no campo

Nos últimos anos, tem sido observada uma crescente taxa de estresse nas áreas urbanas, o que tem levado muitas pessoas a buscarem novos destinos de lazer como uma fuga das pressões diárias. Tal fenômeno, segundo Camargo e Diniz (2009), se vincula à busca de alívio do estresse das atividades diárias pela população que reside nas cidades, que tem procurado lugares disponíveis para lazer.

Dentre as opções que têm chamado cada vez mais a atenção das pessoas, estão os espaços de lazer. Essas áreas se destinam a proporcionar atividades relacionadas ao turismo, à ecologia, à segunda residência e ao lazer. A sua popularidade tem contribuído para uma crescente valorização da terra em áreas rurais, impulsionando o processo de mudança do rural “tradicional” que historicamente esteve associado a culturas e atividades agrícolas, para um “novo rural” multifuncional, que vem ganhando força nas últimas décadas.

A criação desses empreendimentos para lazer tem representado uma importante mudança de paradigma na relação do indivíduo com o campo. Como resultado desse movimento, o campo passa a ter uma nova função social e econômica, já que se torna um espaço de lazer e descanso para a população urbana. Como consequência, a valorização da terra em áreas rurais tem aumentado bastante, visto que esses espaços são procurados como uma fuga para a correria e todos os estresses gerados pela vida nas metrópoles.

Logo, a procura por espaço para lazer revela algumas das mudanças que estão ocorrendo no campo. Essas mudanças estão contribuindo para a configuração de um novo cenário rural no Brasil, que é marcado pela diversidade de funções e pela ampliação do leque de atividades econômicas e sociais presentes nesses espaços. Portanto, os espaços de lazer representam um ponto de virada na história rural do país, que está cada vez mais conectada ao urbano e às novas formas de ocupação e uso do espaço.

Turismo rural

O turismo rural é uma área de empreendedorismo que vem chamando a atenção nos últimos anos por ser um setor com grande capacidade de geração de renda e emprego. Conforme o Panorama Empresarial de Turismo Rural, realizado

pelo Instituto de Desenvolvimento do Turismo Rural (IDESTUR) em 2010, estima-se que pelo menos 3% de todos os turistas do mundo orientam suas viagens para o turismo rural e que esse segmento apresenta um crescimento anual de aproximadamente 6%, caracterizando-se como uma nova tendência global.

De acordo com o mesmo estudo, desde os anos 50, as atividades turísticas rurais são consideradas estratégias de desenvolvimento local e regional em muitos países da Europa e que, no Brasil, o turismo rural teve início por volta dos anos 80, sendo atualmente o segmento que mais cresce, cerca de 30% ao ano.

No entanto, o turismo rural tem ganhado destaque no cenário do turismo mundial como uma atividade de lazer que proporciona o contato com a natureza e a valorização da cultura local. Segundo Moletta (2000), o homem urbano busca nas propriedades rurais o resgate de suas origens culturais, enquanto o homem do campo encontra nessa atividade uma forma de valorizar sua propriedade e aumentar sua renda mensal.

Ruschmann (1997) destaca que a deterioração dos grandes centros urbanos tem levado cada vez mais a população a buscar regiões com belezas naturais e tranquilidade encontradas em meio rural. Conforme o autor, isso tem contribuído para o crescimento do turismo rural, oferecendo novas oportunidades para empreendedores.

Dessa forma, o turismo rural atua como um importante vetor de desenvolvimento regional ao estimular o empreendedorismo e a geração de empregos e renda nas comunidades rurais. Além disso, essa atividade proporciona o fortalecimento da identidade e da autoestima desse povo, ao destacar a beleza das paisagens naturais e da cultura local.

O turismo rural é uma atividade que tem despertado interesse nas pessoas que vivem nos centros urbanos e desejam desfrutar do lazer no meio rural. Para garantir a satisfação do visitante, é necessário que haja equipamentos e serviços adequados para o atendimento ao turista. A preservação do meio ambiente também é importante, considerando a relação entre o turismo e o meio ambiente, já que muitas vezes o meio ambiente é a matéria-prima da atividade turística (MOLETTA, 2000).

Quando planejado adequadamente, o turismo rural pode gerar benefícios à propriedade, aos proprietários e à comunidade. Tais benefícios incluem a diversificação de renda, a geração de empregos, a preservação do patrimônio natural e cultural, a melhoria na qualidade de vida local por meio de melhorias na infraestrutura básica (água, luz, estradas), a diversificação dos polos turísticos por meio da descentralização do fluxo turístico nos destinos já consagrados, a melhoria na formação educacional do homem do campo por meio da aquisição de novos conhecimentos e o desenvolvimento do espírito de participação e parceria ao trabalhar em conjunto com demais parceiros (MOLETTA, 2000).

Portanto, o turismo rural pode ser uma importante ferramenta de desenvolvimento regional quando bem planejado, considerando a preservação do meio ambiente e a garantia dos benefícios sociais e econômicos para a propriedade, os proprietários e a comunidade local.

Análise discussão dos dados

O empreendimento no ramo de aluguel para eventos e lazer, localizado em uma região rural na extrema zona sul de Goiânia, visa atender demandas inerentes a eventos comemorativos como: aniversário; confraternização; happy hour, chá-de-revelação, chá-de-panela e demais encontros de cunho familiar comemorativos, como também de modo a atender demanda de lazer e descanso.

Produtos e serviços

A oferta no empreendimento em questão inclui estrutura que atende diversas finalidades de utilização sendo eles: salão para eventos; área de churrasco e bebidas; área para produção gastronômica; área para banho de sol; piscina e ducha.

Modelo de negócios CANVAS

Parceiros-chave

O empreendimento contará com a parceria de empresas de turismo para a venda dos serviços.

Atividades-chave

Manutenção das instalações e limpeza, gestão de reservas e atendimento aos clientes, divulgação e marketing para atrair clientes.

Recursos-chave

O empreendimento dispõe de uma infraestrutura física confortável e acolhedora, que inclui acomodações, banheiros adaptados, salão de eventos, piscina, área de churrasco e espaço ao ar livre para descanso e lazer.

Proposta de valor

A proposta de valor do empreendimento para lazer e eventos consiste em oferecer proximidade e confiabilidade no relacionamento com o cliente, juntamente com instalações estruturais que proporcionem um espaço versátil e completo, dedicado a proporcionar momentos únicos e inesquecíveis para os clientes.

Relacionamento com os clientes

Estabelecer uma comunicação efetiva e eficaz com o cliente através de meios comunicativos digitais, em todas as fases da comunicação: pré-venda, durante e pós-venda. De modo a atender todas as indagações e dúvidas dos clientes, bem como garantir todas as informações possíveis sobre o empreendimento durante o período de pré-venda. Na fase de locação priorizar o atendimento ao cliente que decidiu comprar a locação do empreendimento, a fim de garantir todo e qualquer suporte necessário para o gozo da locação. E, por fim, transformá-lo em um cliente fidelizado, através de comunicação indireta em redes sociais utilizando publicações de ofertas, e eventualmente comunicação direta ofertando condições especiais para locação do empreendimento.

Canais de distribuição

O canal de distribuição adotado para promover a locação do empreendimento em estudo tem como estratégia principal a oferta em sites especializados em hospedagem e turismo. Ao disponibilizar o empreendimento nessas plataformas, pretende-se garantir maior visibilidade e facilidade de acesso aos potenciais locatários. Os usuários desses sites têm interesse em alugar algo, o que aumenta a possibilidade de captação de clientes.

Além disso, será feita a publicidade em mídias sociais, como Instagram e Facebook, como outra forma de divulgar a oferta dos serviços. Através do tráfego pago nessas plataformas, é possível personalizar os anúncios de acordo com a localização do usuário, faixa etária e outras características relevantes. Essa

segmentação permite direcionar anúncios para usuários que têm interesse em alugar um empreendimento de lazer com características específicas, alcançando assim um público-alvo mais qualificado.

Outra forma de divulgação do empreendimento para locação é através contatos pessoais. Esse método se baseia na confiança que os locatários depositam na qualidade das condições estruturais do empreendimento, o que estimula a recomendação entre os clientes. Essa forma de divulgação apresenta um alto índice de convencimento e satisfação por parte dos locatários. Dessa maneira, busca-se aproveitar a confiança dos clientes satisfeitos para aumentar a visibilidade e atrair novos clientes.

Segmento de clientes

O empreendimento para lazer e eventos tem como segmentos de clientes, público pertencente a classe C e D, podendo atender eventualmente a classe B. O público contratante pode ser de qualquer gênero desde que seja de maior de idade.

Fontes de custos

Os custos associados à manutenção das instalações da chácara incluem a conservação de jardins, piscina, áreas de lazer, além da limpeza e preservação das instalações. Há também os custos com funcionários, custos relacionados à promoção da chácara para atrair clientes e eventos, como publicidade online. Outras despesas fixas, como eletricidade, internet e impostos, também são consideradas. Por fim, os custos para manter em bom estado os equipamentos, mobiliário e utensílios utilizados nos eventos e na área de lazer.

Fontes de receita

A única fonte de receita deste projeto é a locação do empreendimento para lazer e eventos, devido ser o único serviço ofertado neste empreendimento.

Filosofia empresarial

Missão: Atender às necessidades do locatário para proporcionar uma experiência repleta de alegria e satisfação. Visão: Ser um empreendimento de referência e confiável capaz de fidelizar e cativar o máximo possível de clientes.

Valores: Transparência, respeito, ética, sustentabilidade, qualidade, excelência no atendimento, confiança e proximidade com o cliente.

Previsões financeiras

As previsões financeiras, apresentadas a seguir foram feitas pelo autor com base nas orientações do manual financeiro do SEBRAE.

Plano financeiro

O plano financeiro do empreendimento tem como objetivo demonstrar, analisar e explicar sobre o estudo da análise da viabilidade econômica, e da rentabilidade do empreendimento de acordo com os demonstrativos financeiros das condições atuais e futuras.

A – Despesas Operacionais

Nº	Descrição	Valor
1	Fatura Energia	R\$ 300,00
2	Manutenção poço artesiano	R\$ 33,33
3	Gás	R\$ 120,00
4	Internet	R\$ 100,00
5	Divulgação e publicidade	R\$ 100,00
6	Contabilidade	R\$ 200,00
7	Serviço de jardinagem	R\$ 150,00
Total		R\$ 1.003,33

B – Estoque mínimo de consumo

Nº	Descrição	Qtde.	Valor	Total
1	Galão de água	1	R\$ 17,00	R\$ 17,00
2	Esponja de lavar louça	3	R\$ 2,00	R\$ 6,00
3	Detergente Líquido Ypê Neutro	3	R\$ 4,33	R\$ 13,00
4	Papel higiênico 12 unidades	1	R\$ 19,99	R\$ 19,99
5	Papel toalha 200 folhas	2	R\$ 13,80	R\$ 27,60
6	Desinfetante pinho sol 3,8L	1	26,67	R\$ 26,67
7	Limpador diluível limpeza pesada 5L	1	59,9	R\$ 59,90
Total				R\$ 170,16

C – Máquinas e Equipamentos

Nº	Descrição	Qtde.	Valor	Total
1	Kit jogo de 1 mesa e 4 cadeiras	10	R\$ 399,90	R\$ 3.999,00
2	Fogão industrial 2 bocas	1	R\$ 410,99	R\$ 410,99
3	Freezer horintal 2 portas	1	R\$ 2.358,00	R\$ 2.358,00
4	Geladeira electrolux	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
5	Botijão de gás	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
6	Cadeira espreguiçadeira	4	R\$ 312,00	R\$ 1.248,00
7	Rede de dormir costura reforçada	2	R\$ 129,90	R\$ 259,80
8	Sofá para varanda e área externa	2	R\$ 1.295,00	R\$ 2.590,00
9	Conjunto de pratos fundos astral 6 peças	10	R\$ 64,90	R\$ 649,00
10	Jogo 16 talheres faqueiro em aço Inox	10	R\$ 49,90	R\$ 499,00
11	Jogo copo light's 300ml c/ 12 unidades	6	R\$ 54,50	R\$ 327,00
12	Conjunto de panelas 08 peças antiaderente elegan	1	R\$ 128,34	R\$ 128,34
13	Tabua de corte de polietileno Duchefe	1	R\$ 79,90	R\$ 79,90
14	Faca para carne Tramontina churrasco	1	R\$ 46,00	R\$ 46,00
15	Electrolux Micro-Ondas	1	R\$ 649,00	R\$ 649,00
16	Filtro De Barro 6 Litros	1	R\$ 1.999,00	R\$ 1.999,00
17	Forno Elétrico Philco 46L	1	R\$ 436,98	R\$ 436,98
18	Fast Smart TV Philco 40 polegadas	1	R\$ 1.349,90	R\$ 1.349,90

19	Cama Beliche	1	R\$ 1.737,87	R\$ 1.737,87
20	Kit Com 04 Travesseiro Percal	1	R\$ 149,00	R\$ 149,00
21	Lençol de Solteiro 2 Peças	4	R\$ 79,90	R\$ 319,60
22	Cômoda 5 Gavetas	1	R\$ 410,42	R\$ 410,42
23	Ededrom Manta Microfibra	2	R\$ 62,99	R\$ 125,98
24	Kit Balde Oval 14l + Balaio De Limpeza Em Geral	1	R\$ 61,90	R\$ 61,90
25	Kit c/ Vassoura, Rodo Grande, Pá de Lixo, Lava Azulejo Esfregão	1	R\$ 38,80	R\$ 38,80
26	Scotch-Brite, 3M, Super Pano Multiuso, 3 unidades	1	R\$ 28,60	R\$ 28,60
27	Depurador De Ar Slim	1	R\$ 269,00	R\$ 269,00
Total				R\$ 21.791,08

D – Instalações

Nº	Descrição	Qtde.	Valor	Total
1	Ducha flatt quadrada	1	R\$ 89,90	R\$ 89,90
2	Churrasqueira de inox	1	R\$ 399,00	R\$ 399,00
4	Pia de cozinha Itatiaia	2	R\$ 296,99	R\$ 593,98
4	Cuba c/ torneira	3	R\$ 169,90	R\$ 509,70
5	Balcão com 3 postas	1	R\$ 349,00	R\$ 349,00
6	Chuveiro elétrico	1	R\$ 97,82	R\$ 97,82
7	Vazo sanitário	2	R\$ 499,00	R\$ 998,00
8	Armário 8 portas	1	R\$ 365,90	R\$ 365,90
9	Ar-condicionado 9000 Btus	2	R\$ 1.574,10	R\$ 3.148,20
10	Vazo sanitário para cadeirante	1	R\$ 399,00	R\$ 399,00
11	Bancada de pedra 2,5m	3	R\$ 700,00	R\$ 2.100,00
12	Divisórias sanitárias	3	R\$ 399,00	R\$ 1.197,00
13	Painel vazado/cobogó	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00

14	Prateleira para banheiro	4	R\$ 45,79	R\$ 183,16
15	Porta para banheiro	3	R\$ 86,90	R\$ 260,70
16	Porta para cabine sanitário	2	R\$ 89,00	R\$ 178,00
17	Porta para cabine sanitário cadeirante	1	R\$ 129,00	R\$ 129,00
18	Barra apoio banheiro cadeirante	2	R\$ 39,99	R\$ 79,98
19	Espelho banheiro	1	R\$ 249,90	R\$ 249,90
20	Quadros Decorativo diversos	9	R\$ 29,90	R\$ 269,10
Total				R\$ 11.797,34

E - Infraestrutura

Nº	Descrição	Qtde.	Valor	Total
1	Bloquete retangular	500	R\$ 36,90	R\$ 18.450,00
2	Grama 1 metro	300	R\$ 22,50	R\$ 6.750,00
3	Piso Área Principal (porcelanato)	78,33	R\$ 65,55	R\$ 5.134,53
4	Área Churrasqueira - Tijolinho	74	R\$ 2,66	R\$ 196,84
5	Piso Área Piscina	46	R\$ 32,90	R\$ 1.513,40
6	Piscina Com aquecedor	1	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00
Total				R\$ 67.044,77

F – Serviço de pessoal

Nº	Tipo de contratação	Cargo ou Função	Qtde.	Salário Mensal	Salário + Encargos Sociais (40%)	Benefícios (VT + VA)	Renumeração
1	CLT efetivo	Serviços geral	1	R\$ 1.302,00	R\$ 520,80	R\$ 300,00	R\$ 2.122,80
3	CLT efetivo	Gerente	1	R\$ 2.000,00	R\$ 800,00	R\$ 300,00	R\$ 3.100,00
Total							R\$ 5.222,80

Plano financeiro

Custo de investimento

Lançamento	Valor
Equipamentos	R\$ 21.791,08
Estoque mínimo	R\$ 170,16
Instalações	R\$ 11.797,34
Infraestrutura	R\$ 67.044,77
Custo de mão de obra construção	R\$ 46.931,34
Total	R\$ 147.734,69

Plano de investimento

Lançamento	Total
Capital disponível	R\$ 156.000,00
Total	R\$ 156.000,00

Previsão de Despesas

Previsões	Valor
Custo fixo de pessoal	R\$ 5.222,80
Custo operacional	R\$ 1.003,33
Despesas média de materiais	R\$ 170,16
Total mensal	R\$ 6.396,29
Total Anual	R\$ 76.755,52

Oferta de produtos

Produtos ofertados	Valor
Diária	R\$ 900,00
Pernoite	R\$ 900,00
Diária + Pernoite	R\$ 1.800,00

Previsão de receita

Previsões	Valor
Receita mensal	R\$ 12.600,00
Receita anual	R\$ 151.200,00

Alíquota

Lançamento	Alíquota	Valor referencial	Valor anual	Valor mensal
IPTU	3,5%	R\$ 350.000,00	R\$ 12.250,00	R\$ 1.020,83
Receita mental	2%	R\$ 12.600,00	R\$ 252,00	R\$ 21,00
Total	5,5%	R\$ 362.600,00	R\$ 12.502,00	R\$ 1.041,83

Demonstrativo de resultado

Descrição	Valor mensal	Valor anual
1. Receita	R\$ 12.600,00	R\$ 151.200,00
2. Custos variáveis		
2.1 Custo operacional	R\$ 1.003,33	R\$ 12.040,00
2.2 Custo médio de materiais	R\$ 170,16	R\$ 2.041,92
Subtotal	R\$ 1.173,49	R\$ 14.081,92
3. Margem de contribuição	R\$ 1.041,83	R\$ 12.502,00
4. Custo Fixo	R\$ 5.222,80	R\$ 62.673,60
Resultado	R\$ 5.161,87	R\$ 61.942,48

Lucratividade

Lucro líquido	R\$ 62.342,48
Receita total	R\$ 151.200,00
Lucratividade	41%

Rentabilidade

Lucro líquido	R\$ 62.342,48
Investimento total	R\$ 147.734,69
Rentabilidade	42%

Prazo de retorno do investimento

Investimento total	R\$ 147.734,69
Lucro líquido	R\$ 62.342,48
Prazo de retorno do investimento	2,37

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os objetivos previstos para a realização do trabalho foram atingidos satisfatoriamente.

As pesquisas realizadas mostram que o mercado de lazer do campo encontra-se em evolução, com a procura crescente de serviços.

As metodologias do CANVAS e manual financeiro do SEBRAE foram muito importantes para a projeção do empreendimento, demonstrando consistência na definição das diretrizes principais e projeções financeiras.

Para a projeção da infraestrutura e instalações, contou-se com a participação de um profissional da área de designer e arquitetura, determinante na definição das questões pontuais de um empreendimento de lazer no campo. Importante ressaltar, que a infraestrutura e instalações são obras de reforma complementares aquelas que já existem no local.

A previsão de receita e de custo dos materiais foram feitos com base em pesquisa de mercado.

O plano de negócio do empreendimento proposto mostra ser viável, com investimentos estimados de R\$ 147.734,69, com receita mensal de R\$ 12.600,00, taxa de retorno 2,37 e rentabilidade de 41%.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICA

- ANSOFF, I. Estratégia empresarial: técnica para a análise de empresas concorrentes e de indústrias. 2014.
- BARNEY, J. Is the resource-based "view" a useful perspective for strategic management research? Yes. *Academy of Management Review*, 26(1), 41-56, 2015.
- CAMARGO, Gabriela Soares de; DINIZ, Clélio Campolina. A interface entre a implantação de chácaras para lazer e a constituição do novo rural brasileiro. *Revista Campo-Território: Revista de Geografia Agrária*, v. 4, n. 7, p. 17-32, 2009.
- FREITAS, L. C., SANTOS, J. C. A., SIQUEIRA, M. A. P., & FERREIRA, J. C. A. Investment in planning and professionalization: essential points for stability and growth of SMEs. *Journal of Technology Management & Innovation*, 7(3), 139-147, 2012.
- IDESTUR. Panorama Empresarial de Turismo Rural. Disponível em: https://www.idestur.org.br/files/noticias/PANORAMA_EMPRESARIAL_TURISMO_RURAL_IDESTUR.pdf.
- KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. *Marketing 4.0: Do tradicional ao digital*. Sextante, 2017.
- MOLETTA, V. Turismo rural: definições, conceitos e caracterização. Congresso de Pesquisa e Inovação da Rede Norte e Nordeste de Educação Tecnológica, 2000.
- PALMEIRA, M., BRITO, L., & PEREIRA, M. Challenges for small and medium-sized enterprises (SMEs) in Brazil: experiences and reflections. *International Journal of Business and Management*, 6(2), 274-285, 2011.
- PORTER, Michael E. *A Vantagem competitiva das nações*. Campus, 199.
- RUSCHMANN, D. *O turismo e a natureza: reflexões teóricas*. São Paulo: Aleph, 1997.
- SEBRAE. *Como Elaborar um Plano de Negócios*. 2009.

RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

ANEXO IV

APÊNDICE ao TCC

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Lucas Gomes Santos Silva
do Curso de Administração, matrícula _____,
telefone: (62) 1 168 53638 e-mail lucas.gomes.2023@hotmail.com, na
qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 9.610/98 (Lei dos Direitos
do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o
Trabalho de Conclusão de Curso intitulado
Plano de negócios de um empreendimento de
lojar e eventos em área rural
gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões
do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado
(Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG,
MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a
título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 12 de Dezembro de 2023.

Assinatura do(s) autor(es): Lucas Gomes Santos Silva

Nome completo do autor: Lucas Gomes Santos Silva

Assinatura do professor-orientador: Inênis Gomes

Nome completo do professor-orientador: Inênis Gomes