



**MARCELO ROBERTO FERNANDES**

## **VIABILIDADE FINANCEIRA PARA ARRENDAMENTO DE UMA POUSADA**

Trabalho apresentado ao curso MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Pós-Graduação *lato sensu*, Nível de Especialização, do Programa FGV Management da Fundação Getulio Vargas, como pré-requisito para a obtenção do Título de Especialista.

**Jose Carlos Franco de Abreu Filho**

**Coordenador Acadêmico Executivo**

**Gianfranco Muncinelli**

**Orientador**

**Curitiba – PR**

**2015**



FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

PROGRAMA FGV MANAGEMENT

MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

O Trabalho de Conclusão de Curso, **Título do TCC**, elaborado por Marcelo Roberto Fernandes e aprovado pela Coordenação Acadêmica, foi aceito como pré-requisito para a obtenção do certificado do Curso de Pós-Graduação *lato sensu* MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Nível de Especialização, do Programa FGV Management.

Data da Aprovação: Local, Data

---

Jose Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

---

Gianfranco Muncinelli

Orientador

## **TERMO DE COMPROMISSO**

O aluno Marcelo Roberto Fernandes, abaixo assinado, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Turma GEE 1/14 do Programa FGV Management, realizado nas dependências da instituição conveniada Curitiba/PR, no período de 17/02/2014 a 01/11/2015, declara que o conteúdo do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Viabilidade Financeira para Arrendamento de Uma Pousa, é autêntico e original.

Local, Data

---

Marcelo R. Fernandes

## **LISTA DE FIGURAS**

FIGURA 1 - CHEGADA DE TURISTAS AO BRASIL, 2006-2013.

FIGURA 2 - MÉDIA DE PREÇO PRATICADO PELA CONCORRÊNCIA JUN/2015

FIGURA 3 - ANÁLISE DE SWOT

## **LISTA DE TABELAS**

TABELA 1 – PRAZO MÉDIO DE VENDAS.

TABELA 2 – POLÍTICA DE COMPRA.

TABELA 3 – POLÍTICA DE ESTOQUE

TABELA 4 – ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO TOTAL

TABELA 5 – ESTIMATIVA DE VENDAS

TABELA 6 – ESTIMATIVA DE CUSTOS

TABELA 7 – ESTIMATIVA DE ESTOQUE INICIAL

TABELA 8 – ESTIMATIVA DE CUSTOS COM MÃO DE OBRA

TABELA 9 – ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS

TABELA 10 – ESTIMATIVA GERAL DE TRIBUTAÇÃO

TABELA 11 – DRE (ACUMULADO DE TODOS OS SENÁRIOS)

TABELA 12 – DRE (TAXA DE OCUPAÇÃO 50%)

TABELA 13 – FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL

TABELA 14 – PAYBACK, TIR E VPL

## SUMÁRIO

1. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	10
2. A EMPRESA – DESCRIÇÃO GERAL.....	11
3. ANÁLISE DE MERCADO.....	13
4. OFERTA DA EMPRESA.....	24
5. PLANO OPERACIONAL.....	25
6. PLANO FINANCEIRO.....	27
7. CONCLUSÃO.....	35
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	36
9. ANEXOS.....	37

## **1. SUMÁRIO EXECUTIVO**

Esse Plano de Negócio tem por finalidade a análise de viabilidade financeira para o arrendamento de uma pousada no estado da Bahia mais precisamente em Arraial d'Ajuda distrito da cidade de Porto Seguro. A escolha da localização foi definida a partir de pesquisas e experiências próprias dos sócios na região, também é possível identificar um grande potencial a ser explorado devido a mudanças comportamentais do público alvo que vem cada vez mais buscando destinos de férias e lazer voltados à natureza, bem estar e saúde. Outros fatores como a alta do dólar também foram determinantes para a escolha do negócio, pois faz com que a demanda por viagens dentro do país aumente. O investimento inicial é de R\$ 80.000,00 mil reais pagos no ato da assinatura do contrato de arrendamento, mais R\$ 11.000,00 mil reais entre capital de giro, reserva técnica e estoque. Investimento realizado com capital próprio dos sócios, onde os mesmos contam com graduações em Administração de Empresas no Centro Universitário Curitiba e Publicidade e Propaganda na Universidade Positivo, atualmente exercendo a função de gerente financeiro de uma holding e o outro como sócio/proprietário de uma agência de viagens. O investimento será de 50% para cada sócio, a pousada contará com mais dois funcionários além dos sócios para cuidar dos serviços diários e utilizará como diferencial competitivo a expertise e experiência profissional dos sócios para diversificar o seguimento.

Conforme as projeções realizadas e apresentadas de forma explicativa no Plano Financeiro, o projeto começa a se tornar viável a partir de uma taxa de ocupação mensal de 60% apresentando uma taxa interna de retorno (TIR) de 14% ao ano, superando a taxa mínima de atratividade (TMA) estipulada em 10% ao ano. O valor presente líquido (VLP) de R\$ 18.894,75 mil reais e o retorno do capital investido em no máximo sete meses também apontam como uma oportunidade de investimento. Portanto de acordo com pesquisas e projeções realizadas é possível afirmar que o Plano de Negócio é viável financeiramente, levando em consideração que sua taxa de ocupação mensal deverá ser superior a 60%, algo totalmente possível conforme pesquisas e estudos de demanda e oferta realizados na região estudada.

## **2. A EMPRESA – DESCRIÇÃO GERAL**

### **2.1 Introdução**

A procura por pousadas vem aumentando no país, por se tratar de uma opção alternativa e mais barata com relação a outros tipos de hospedagem, o conceito de família, meio ambiente, boa alimentação e tranquilidade são outros diferenciais que só crescem quando o assunto é oportunidade de empreender.

Este projeto se apresenta interessante devido a grande procura pelo turismo na região nordeste do País e as oportunidades que o mesmo proporciona, em determinados períodos a demanda turística na região supera a oferta e a falta de diferenciais nos empreendimentos podem se caracterizar como grandes vantagens competitivas.

O estudo justifica-se principalmente pela percepção e observação de um excedente de consumidores que não tem suas necessidades atendidas, bem como serviços prestados sem a devida qualidade, atenção ao hóspede ou respeito pelo meio ambiente e suas riquezas naturais. Levantaram-se, também, os anseios dos turistas e o que esperam do estabelecimento ao hospedarem-se.

Como se trata de um empreendimento que já se encontra em funcionamento, a atenção deverá se voltar exclusivamente ao atendimento de qualidade, melhorias na infraestrutura, bem como treinamento dos funcionários e investimento em marketing.

Visão – Ser uma referencia no mercado de Hotelaria.

Missão – Fornecer serviços de qualidade, preços competitivos, atendendo bem clientes, colaboradores, fornecedores e parceiros de forma sustentável e respeitando o meio ambiente.

Valores – Serviço de qualidade, confiança, inovação, satisfação do cliente, responsabilidade e respeito.

## 2.2 Definição do Negócio

Arrendamento de uma pousada no município de Arraial D'ajuda, Porto Seguro, Bahia, o empreendimento fica localizada no centro de Arraial D'ajuda e tem capacidade máxima para 65 pessoas em uma área jardina de 2.300 m<sup>2</sup>, o estacionamento da pousada conta com capacidade para 15 carros e duas entradas, sendo uma delas de acesso obrigatório para quem vem de Porto Seguro, Trancoso, Eunapolis, Caraivas e para quem vai para Pitinga, Rio da Barra, Taípe e Trancoso.

A construção é feita de Tijolos a vista, madeira de lei e telha colonial com uma área aproximada de construção de 1.000 m<sup>2</sup>, são doze apartamentos para duas, três e quatro pessoas e seis chalés duplex para quatro, cinco e seis pessoas, contando então com 18 unidades disponíveis. A pousada conta também com recepção, escritório e almoxarifado, salão principal onde é servido o café da manhã (capacidade de até 35 pessoas sentadas), sala de TV e carteado, piscina e bar na piscina.

Diferenciais importantes da pousada são os dois poços artesianos, um de 85 e outro de 15 metros.

### 3. ANÁLISE DE MERCADO

A possibilidade de crescimento do setor é altamente promissora para os próximos anos, pois o governo brasileiro vem criando programas de incentivo ao turismo interno e externo, de acordo com a reportagem no site do Ministério do Turismo.

*A promoção e apoio à comercialização dos produtos turísticos do Brasil no exterior é uma atribuição da Embratur, desde 2003.*

*A EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo*

*A Embratur foi criada em 1966, por meio do Decreto-Lei 55, que criou também o Conselho Nacional de Turismo e definiu uma política nacional para o setor. Desde então, o turismo brasileiro trilhou muitos caminhos, ganhou profissionalismo e amadureceu. Em 2003, com a criação do Ministério do Turismo, a Embratur passou a cuidar exclusivamente da promoção e o apoio à comercialização, no exterior, dos produtos turísticos do Brasil. A partir de então, o Ministério do Turismo põe em prática uma política pública baseada em modelo de gestão descentralizado e orientado pelo pensamento estratégico. Além disso, foram implementados um novo modelo para a Embratur onde o Plano Aquarela – Marketing Internacional do Brasil e a Marca Brasil passam a nortear e dar unidade às ações de promoção do Brasil no exterior.*

*A partir de então, o Ministério põe em prática uma política pública baseada em modelo de gestão descentralizado e orientado pelo pensamento estratégico. Além disso, foram implementados um novo modelo para a Embratur onde o Plano Aquarela – Marketing Internacional do Brasil e a Marca Brasil passam a nortear e dar unidade às ações de promoção do Brasil no exterior.*

*Do ponto de vista da nova forma de comunicação a Embratur tem pela primeira vez, uma estratégia e um plano de ação formatados a partir de pesquisas realizadas dentro e fora do país, implantando ações voltadas para o trade turístico a imprensa e o público consumidor.*

(EMBRATUR, 2003)

Chegadas de turistas	
Ano	Total
2006	5.017.251
2007	5.025.834
2008	5.050.099
2009	4.802.217
2010	5.161.379
2011	5.433.354
2012	5.676.843
2013	5.813.342

**Figura 1** – Chegada de Turistas ao Brasil entre 2006 e 2013

Fonte: Ministério do Turismo. Estatística Básica de Turismo, 2014.

Conforme a figura 1 acima existe um crescimento no número de turistas que cada vez mais estão buscando destinos no Brasil, essa tabela reflete os investimentos que o governo do país vem fazendo no exterior, para divulgar o turismo do Brasil. Outro fator positivo para o momento do turismo interno é a alta do dólar, que faz com que o brasileiro deixe de ir para o exterior, aumentando a procura por destinos na região sudoeste e nordeste do Brasil como mostra a reportagem do dia 30/03/2015 apresentada pelo Jornal A Tribuna.

Passar as férias no exterior está deixando de ser a primeira opção de muitos brasileiros. Segundo um levantamento realizado pelo Skyscanner, líder global em pesquisa online de passagens aéreas, hospedagem e aluguel de carros, desde o começo de março, quando o dólar chegou na casa dos R\$ 3,00, foi possível perceber uma queda de 12% em buscas de passagens aéreas internacionais para os Estados Unidos. Porém, ao mesmo tempo que houve queda na busca de passagens para destinos internacionais, a procura por voos domésticos aumentou significativamente, cerca de 34% neste último mês, quando comparado ao mesmo período de 2014 (\*). Por isso, quem acredita que os brasileiros deixarão de viajar por este motivo está enganado. Segundo pesquisa (\*\*) encomendada pelo Skyscanner e realizada pelo CONECTAí, braço web do Ibope Inteligência, 72% dos brasileiros planejam viajar mais em 2015 do que viajaram em 2014 e 42% pretende gastar ainda mais do que gastaram nas férias do ano anterior. Mas esse gasto não será em dólar, pois 71% dos entrevistados estão em busca de destinos nacionais para passar as férias de 2015. Os

destinos nacionais mais procurados em março foram São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Fortaleza e Belo Horizonte.

“Essa pesquisa mostra que os brasileiros não vão deixar de viajar por causa da alta da moeda estrangeira, muito pelo contrário. O que acontece é que eles estão mudando as opções de destinos e dando prioridade às viagens nacionais, o que pode ser muito positivo para o turismo brasileiro”, explica Tahiana Rodrigues, gerente de comunicação do Skyscanner.

(Jornal A Tribuna, 30/03/2015)

De acordo com o Ministério do Turismo, na categoria Pousa os requisitos mínimos obrigatórios são divididos da seguinte maneira.

#### 1. Estrela

- Serviço de recepção aberto por 12 horas e acessível durante 24 horas
- Área de estacionamento
- Troca de roupas de cama e banho em dias alternados
- Serviço de alimentação disponível para café da manhã
- Medidas permanentes para redução do consumo de energia elétrica e de água
- Medidas permanentes para o gerenciamento de resíduos sólidos, com foco na redução, reuso e reciclagem
- Medidas permanentes para geração de trabalho e renda para a comunidade local
- Programa de treinamento para empregados

#### 2. Estrelas

- Serviço de recepção aberto por 12 horas e acessível durante 24 horas
- Área de estacionamento
- Troca de roupas de cama e banho em dias alternados
- Serviço de alimentação disponível para café da manhã
- Pagamento com cartão de crédito ou de débito
- Medidas permanentes para redução do consumo de energia elétrica e de água
- Medidas permanentes para o gerenciamento de resíduos sólidos, com foco na redução, reuso e reciclagem
- Medidas permanentes para geração de trabalho e renda para a comunidade local
- Programa de treinamento para empregados

### 3. Estrelas

- Serviço de recepção aberto por 12 horas e acessível durante 24 horas
- Serviço de guarda dos valores dos hóspedes
- Berço para bebês, a pedido
- Troca de roupas de cama e banho diariamente
- Minirrefrigerador em 100% das UH
- Climatização (refrigeração/ventilação/calefação) adequada em 100% das UH
- Bar
- Restaurante
- Área de estacionamento
- Programa de treinamento para empregados
- Medidas permanentes para redução do consumo de energia elétrica e de água
- Medidas permanentes para o gerenciamento de resíduos sólidos, com foco na redução, reuso e reciclagem
- Monitoramento das expectativas e impressões dos hóspedes em relação aos serviços ofertados, incluindo pesquisas de opinião, espaço para reclamações e meios para solucioná-las
- Medidas permanentes para geração de trabalho e renda para a comunidade local

### 4. Estrelas

- Serviço de recepção aberto por 24 horas
- Serviço de guarda dos valores dos hóspedes
- Berço para bebês, a pedido
- Facilidades para bebês (cadeiras altas no restaurante, facilidades para aquecimento de mamadeiras e comidas, etc)
- Café da manhã no quarto
- Serviço de refeições leves e bebidas nos quartos (*room service*) no período de 12 horas
- Troca de roupas de cama e banho diariamente
- Duas amenidades, no mínimo, em 100% das UH
- Serviço de lavanderia
- Sala de estar com televisão
- Televisão em 100% das UH
- Acesso à *internet* nas áreas sociais
- Mesa com cadeira em 100% das UH
- Instalações para recreação de crianças
- Salão de jogos
- Minirrefrigerador em 100% das UH
- Climatização (refrigeração/calefação) adequada em 100% das UH
- Serviço de alimentação disponível para café da manhã, almoço e jantar
- Preparação de dietas especiais (por exemplo: vegetariana, hipocalórica, etc.)
- Bar
- Restaurante

- Área de estacionamento
- Medidas permanentes para redução do consumo de energia elétrica e de água
- Medidas permanentes para o gerenciamento de resíduos sólidos, com foco na redução, reuso e reciclagem
- Monitoramento das expectativas e impressões dos hóspedes em relação aos serviços ofertados, incluindo
- pesquisas de opinião, espaço para reclamações e meios para solucioná-las
- Programa de treinamento para empregados
- Medidas permanentes de sensibilização para os hóspedes em relação à sustentabilidade
- Medidas permanentes para geração de trabalho e renda para a comunidade local
- Pagamento com cartão de crédito ou de débito

#### 5. Estrelas

- Serviço de recepção aberto por 24 horas
- Serviços de mensageiro no período de 24 horas
- Serviço de cofre em 100% das UH para guarda dos valores dos hóspedes
- Quatro amenidades, no mínimo, em 100% das UH
- Berço para bebês, a pedido
- Facilidades para bebês (cadeiras altas no restaurante, facilidades para aquecimento de mamadeiras e comidas, etc)
- Café da manhã no quarto
- Serviço de refeições leves e bebidas nos quartos (*room service*) no período de 24 horas
- Troca de roupas de cama e banho diariamente
- Secador de cabelo à disposição, sob pedido
- Serviço de lavanderia
- Sala de estar com televisão
- Espaço para leitura
- Televisão em 100% das UH
- Canais de TV por assinatura em 100% das UH
- Acesso à *internet* nas áreas sociais
- Mesa com cadeira em 100% das UH
- Piscina
- Salão de jogos
- Instalações para recreação de crianças
- Mini refrigerador em 100% das UH
- Climatização (refrigeração/calefação) adequada em 100% das UH
- Serviço de alimentação disponível para café da manhã, almoço e jantar
- Preparação de dietas especiais (por exemplo: vegetariana, hipocalórica, etc.)
- Bar
- Restaurante
- Serviço à *la carte* no restaurante
- Área de estacionamento

- Medidas permanentes para redução do consumo de energia elétrica e de água
- Medidas permanentes para o gerenciamento de resíduos sólidos, com foco na redução, reuso e reciclagem
- Monitoramento das expectativas e impressões dos hóspedes em relação aos serviços ofertados, incluindo pesquisas de opinião, espaço para reclamações e meios para solucioná-las.
- Medidas permanentes de sensibilização para os hóspedes em relação à sustentabilidade
- Medidas permanentes para geração de trabalho e renda para a comunidade local
- Programa de treinamento para empregados

### 3.1 SOLUÇÕES DO PROBLEMA

A partir de qual taxa de ocupação mensal dos quartos o plano de negócio se torna viável financeiramente?

## 3.2 Análise Setorial

### 3.2.1 Aspéctos Gerais

A 5km de Porto Seguro, Arraial D'ajuda é conhecida pelo clima quente típico da Bahia, a noite da cidade é bastante agitada e oferece muitas atrações como casas noturnas, bares e restaurantes para todos os gostos. O município está se modernizando e cada vez mais conta com atividades ligadas ao ecoturismo e a natureza ou turismo de aventura.

A cidade conta com cerca de 114.459 habitantes (IBGE 2007) mais recebe milhares de turistas o ano todo. A cidade fica localizada a 750 km de Salvador e foi fundada para homenagear Tomé de Souza, a região tem uma tradição cultural forte e singular, expressada por um folclore que inclui danças, músicas, comidas, rezas, benzeduras, cresças e lendas. Um outro traço importante de Arraial é o artesanato que é feito com barro, coco, cerâmica, prata, pedras, palha, contas e conchas. O clima é tropical e úmido, as chuvas ocorrem todos os meses do ano e a média pluviométrica anual é de 900 a 1.800 milímetros. A temperatura média é aproximadamente 25 C, podendo chegar a 31 C.

A vegetação do Arraial D'ajuda é de Mata Atlântica e sua planície é litorânea, repleta de praias, lagos, rios, dunas e mangues.

Com relação ao turismo a cidade conta com diversos tipos de hospedagem, desde grandes hotéis, pousadas, solares, chalés até camping.

Para chegar até Arraial D'ajuda é preciso pegar balsa, a travessia pode ser feita tanto a pé quanto de carro, ambos os serviços são realizados durante 24h por dia.

Arraial D'ajuda conta com diversas atrações, diurna e noturna, atividades ao ar livre, passeios em parques, vários pontos turísticos, parque de diversão, passeios e atividades, vida noturna, lojas, restaurantes, bares, passeios a barco e esportes aquáticos.

### 3.2.2 Fornecedores

A parceira nós dias de hoje é fundamental para o sucesso de um empreendimento, é importante ressaltar que a parceria não ocorre somente com os fornecedores de matéria-prima e insumos da pousada, deve ser realizado um esforço de parceria entre os agentes hospedeiros da região, bem como agentes de viagens, empresas de turismo, agentes de lazer e fornecedor de serviços e produtos não ofertados pela pousada.

#### 1. Ameaças e Oportunidades

- Mão-de-obra não qualificada dos funcionários, especialmente nos pequenos centros;
- Alto custo dos itens para mobiliar um apartamento;
- Sazonalidade, período de baixa demanda, em que a ocupação dos apartamentos é baixa;
- Falta de capital de giro (compras, manutenção, publicidade etc.);
- Falta de profissionalismo;
- Baixo poder aquisitivo dos consumidores;
- Inadimplência de clientes.
- Custos fixos elevados.

Já as ameaças, vistas como fatores externos que podem interferir negativamente no negócio, estão listadas a seguir:

- Concorrência das redes de hotéis;
- Queda no poder aquisitivo dos consumidores;
- Competição por preço;
- Internacionalização das grandes redes de hotéis;
- Interdependência da pousada com o destino de turismo, ou seja, o hóspede primeiro
- Escolhe o destino, depois o meio de hospedagem;
- Qualidade do serviço público da região;
- Alteração no preço dos insumos;
- Baixa disponibilidade de mão-de-obra qualificada.

ANÁLISE DE SWOT	
FORÇAS	FRAQUEZAS
- Localização	- Falta de Experiência na área
- Facilidade na Gestão	- Dificuldade em diminuir custos
- Tempo de Mercado	- Falta de Capital de Giro
- Estrutura	
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
- Serviços diferenciados	- Concorrência
- Moeda estrangeira em alta	- Sazonalidade
- Cidade turística	- Falta de mão-de-obra qualificada
- Clima quente	- Queda no poder aquisitivo
	- Pouca qualidade nos serviços públicos

**Figura 3** – Análise de SWOT.

### 3.2.3 Barreiras

Uma das características e atrativos da pousada em Arraial D'ajuda é sua distancia dos centros urbanos e proximidade da natureza, mais o acesso à pousada é realizado através de uma balsa e essa característica pode levar alguns turistas a procurar por um concorrente que facilite esse traslado.

### 3.3 Análise de Demanda

#### 3.3.1 Cliente

O usuário principal do produto/serviço disponibilizado pela Pousada é o indivíduo brasileiro ou estrangeiro que busca relaxar e fugir da rotina e do estresse das grandes cidades são pessoas que procuram um contato maior com a natureza, alimentação de qualidade e atividades ao ar livre. Com relação à mídia, são indivíduos que estão sempre em contato com a internet e redes sociais, que buscam novidades como destinos de viagens e estão abertos a experiências novas e que valorizam muito a opinião e sugestão de amigos e parentes.

O turista público-alvo da Pousada aprecia clima quente, natureza e atividades ao ar livre e sempre que possível está viajando com amigos e familiares para fugir do stress e dos programas e atividades corriqueiras do dia a dia.

#### 3.3.2 Segmento

Hotelaria (Serviços de Hospedagem)

#### 3.3.3 Qualificação

De acordo com a classificação do Ministério do Turismo, a Pousada em questão é considerada como três estrelas.

#### 3.3.4 Preço

O preço da diária foi determinado tendo como base pesquisa feita junto a estabelecimentos hoteleiros de categorias similares e consultas em sites e agencias de turismo.

Preço médio da diária é R\$ 210,00 reais podendo sofrer alterações em determinadas épocas do ano, os valores apresentados na tabela abaixo fazem referência a pesquisas no site da agência de viagens Klas Viagens Ltda.

Hotel	Categoria	Entrada	Saída	Região	Tipo	Regime	Diária Média	Taxas	Total
HOTEL MARINA QUINTA DO PORTO	★★★★☆	24/Jun	25/Jun	ARRAJAL DAJUDA	SUÍTO	café da manhã	R\$ 247,00	10,0 %	R\$ 271,70
POUSADA COQUEIROS	★★★★☆	24/Jun	25/Jun	ARRAJAL DAJUDA	APTO SOL/DBL	café da manhã	R\$ 267,00	0,0 %	R\$ 267,00
HOTEL MARINA QUINTA DO PORTO	★★★★☆	24/Jun	25/Jun	ARRAJAL DAJUDA	STANDARD	café da manhã	R\$ 213,00	10,0 %	R\$ 234,30
MARACA Pousada PARQUE	★★★★☆	24/Jun	25/Jun	CENTRO	STANDARD COMFORT	café da manhã	R\$ 180,00	0,0 %	R\$ 180,00
POUSADA ARRADIL SOL	★★★★☆	24/Jun	25/Jun	PRAIA DE ARACAÍPE	STANDARD	café da manhã	R\$ 173,00	0,0 %	R\$ 173,00
TRAVEL INN VILLAGE ARRADIL	★★★★☆	24/Jun	25/Jun	Centro	SUÍTO- DBL	café da manhã	R\$ 133,33	0,0 %	R\$ 140,00

**Figura 2** – Média de Preço Praticado pela Concorrência Jun/2015

Fonte: Klas Viagens Ltda. Reserva Fácil, 2015.

## **4. OFERTA DA EMPRESA**

### **4.1 Estratégia do Produto**

Alta qualidade em acomodações, atendimento e estrutura em geral (Igual ou superior à concorrência).

Boa imagem de Mercado.

Inovação com diversas atividades, atendimento e culinária diferenciada.

Convênios com diferentes prestadores de serviços para facilitar e poupar esforços do cliente.

### **4.2 Estratégia de Preço**

Condições de pagamento; Dinheiro, Faturamento (PJ), Cartão de Crédito e Débito.

Prazos: À vista ou em até 28 dias faturado (PJ), mediante o cadastro e consulta do CNPJ.

### **4.3 Estratégia de Promoção**

Promoções através de sites de compras coletivas, redes sociais e mídia on-line.

Outra forma de divulgar é mediante os parceiros, agências de turismo, agentes de lazer, hotéis, aeroportos, restaurantes e shopping.

### **4.4 Estratégia de Comunicação**

A Comunicação é responsável por manter o cliente, parceiro e fornecedor informado das promoções, inovações e melhorias que estão sendo realizadas constantemente no empreendimento. É realizada através dos principais veículos de mídia, explorando com mais intensidade a Internet como meio de divulgação e comunicação.

## 5. PLANO OPERACIONAL

A Pousada tem uma capacidade de ocupação máxima de 65 pessoas, com estacionamento próprio para até 15 carros. O volume de atendimento é mantido para atender 60% da capacidade máxima durante a maior parte do ano, nos períodos de alta temporada, é realizada a contratação de funcionários temporários para atender a demanda esperada. A contratação é realizada pelo setor administrativo gerido pelo próprio sócio da empresa.

A compra de matéria-prima e armazenagem é feita semanalmente devido à falta de previsibilidade da demanda.

A Pousada conta com quatro funcionários, uma cozinheira(o), uma camareira(o), um comercial (sócio) e um administrativo/financeiro (sócio) onde o funcionário é registrado de acordo com a lei.

A recepção abre as 08h30min e fecha às 18h:00min, porém o atendimento para os hóspedes é mantido após esse horário.

### 5.1 Política de Venda

O prazo de venda é estabelecido de acordo com o público-alvo e as características do negócio, sendo a menor parte a prazo ou faturado.

<b>POLÍTICA DE VENDA</b>		
<b>Prazo médio de venda das mercadorias</b>	<b>%</b>	<b>Dias</b>
Venda à Vista	90,00	-
Venda a Prazo	10,00	28
	<b>Prazo Médio</b>	<b>3</b>

**Tabela 1 – Prazo Médio de Vendas**

Para conseguir manter um fluxo de caixa saudável, é estabelecido como política de compra 50% a vista e 50% a prazo, sendo assim, serviços contratados e materiais para uso interno da pousada são pagos desta forma.

<b>POLÍTICA DE COMPRA</b>		
<b>Prazo médio de compras</b>	<b>%</b>	<b>Dias</b>
À Vista	50,00	-
À Prazo	50,00	30
	<b>Prazo Médio</b>	<b>15</b>

**Tabela 2** – Política de Compra

É estabelecida uma média de estoque mínimo de cinco dias para que a pousada possa atender tranquilamente os hóspedes sem eventuais problemas com falta de matéria prima ou utensílios para manter o negócio funcionando.

<b>POLÍTICA DE ESTOQUE</b>	<b>Dias</b>
Necessidade média de estoques	<b>5</b>

**Tabela 3** – Política de Estoque

## 6. PLANO FINANCEIRO

### 6.1 Investimento Total

O Investimento Total é finalmente estimado pela soma do Investimento Fixo, capital de Giro e Reserva Técnica, de acordo com a Tabela 4.

A Estimativa de Investimento Total é de R\$ 80.000,00 mil reais para o arrendamento da pousada, R\$ 5.000,00 mil reais para suprir a necessidade de Capital de Giro, R\$ 5.000,00 mil para reserva técnica e R\$ 1.000,00 mil reais para estoque inicial. Totalizando um investimento total de aproximadamente R\$ 91.000,00 mil reais.

<b>Item</b>	<b>Discriminação</b>	<b>Valor Total</b>
1	Investimento Fixo	R\$ 80.000,00
2	Capital de Giro	R\$ 5.000,00
2	Reserva Técnica	R\$ 5.000,00
3	Estoque Inicial	R\$ 1.000,00
<b>4</b>	<b>Investimento Total</b>	<b>R\$ 91.000,00</b>

**Tabela 4** – Estimativa de Investimento Total

### 6.2 Faturamento

A estimativa de vendas é realizada com base no valor da diária para uma taxa de ocupação mensal de 30%, 50% e 70%. Com o valor da diária a R\$ 210,00 reais a uma taxa de ocupação de 30% espera-se um faturamento bruto de R\$ 34.020,00 mil reais, para 50% de ocupação R\$ 56.700,00 mil reais e com uma taxa de ocupação de 70% R\$ 79.380,00 mil reais. A pousada conta com 18 quartos, levando em consideração que o mês tenha 30 dias, sua capacidade máxima de ocupação será de 540 diárias ao mês, com uma ocupação de 30% é preciso no mínimo 162 diárias ao mês, 270 diárias para uma ocupação de 50% e 378 diárias ao mês para uma ocupação de 70%.

<b>Estimativas de Vendas</b>		
<b>Taxa Ocupação</b>	<b>Preço de Venda Unit.</b>	<b>Faturamento</b>
30%	R\$ 210,00	R\$ 34.020,00
50%	R\$ 210,00	R\$ 56.700,00
70%	R\$ 210,00	R\$ 79.380,00

**Tabela 5 – Estimativa de Vendas**

De acordo com pesquisas realizadas em pousadas do mesmo porte, foi obtido um custo unitário médio por diário no valor de R\$ 63,00 reais, utilizando a mesma métrica do faturamento a uma taxa de ocupação de R\$ 30% a pousada gera um custo mensal de R\$ 10.206,00 reais, 50% R\$ 17.010,00 e 70% os custos diretos variáveis sobem para R\$ 28.814,00 mil reais.

<b>Estimativas de Custos</b>		
<b>Taxa Ocupação</b>	<b>Custo Unit.</b>	<b>Custos Diretos</b>
30%	R\$ 63,00	R\$ 10.206,00
50%	R\$ 63,00	R\$ 17.010,00
70%	R\$ 63,00	R\$ 23.814,00

**Tabela 6 – Estimativa de Custos**

A estimativa do estoque inicial é de aproximadamente R\$ 1.000,00 mil reais, devido à falta de previsibilidade da demanda, pois de acordo com pesquisas realizadas junto a pousadas do mesmo porte e em pleno funcionamento, chegou-se a esse valor.

<b>ESTIMATIVA DE ESTOQUE INICIAL</b>	<b>R\$</b>
Estoque Inicial	<b>1.000,00</b>

**Tabela 7 – Estimativa de Estoque Inicial**

### 6.3 Custos com Mão de Obra

Os custos com CLT somam um total de R\$ 3.371,34 mil reais mensais que contemplam uma cozinheira(o) e uma camareira(o) que trabalharam em horário comercial, podendo ser solicitado horas extras que vão depender da taxa de ocupação da pousada. O salário bruto de um funcionário(a) responsável pela cozinha é de aproximadamente R\$ 1.100,00 mil reais mensais e o valor bruto de um funcionário(a) responsável pela arrumação dos quartos é estimado em R\$ 1.000,00 mil reais mensais. Os encargos diretos totalizam um valor de R\$ 1.271,34 mil reais mês.

<b>CUSTOS COM MÃO DE OBRA</b>					
<b>Cargo/Função</b>	<b>Nº func.</b>	<b>Salário</b>	<b>%*</b>	<b>Encargos</b>	<b>Total</b>
Cozinheira	1	R\$ 1.100,00	60,54%	R\$ 665,94	R\$ 1.765,94
Camareira	1	R\$ 1.000,00	60,54%	R\$ 605,40	R\$ 1.605,40
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>R\$ 2.100,00</b>		<b>R\$ 1.271,34</b>	<b>R\$ 3.371,34</b>

**Tabela 8 – Estimativa Custos com Mão de Obra**

### 6.4 Custos Fixos

O custo fixo está estipulado em um total de R\$ 16.798,01 mil reais para uma ocupação de 30% a partir de uma taxa de ocupação de 50% é acrescentado 10% no valor total desses custos, percentual estimado para acompanhar o aumento da demanda. Portanto, os custos fixos para uma taxa de ocupação acima de 50% é de R\$ 18.477,81, para uma sazonalidade de 100%.

<b>CUSTOS FIXOS</b>	
<b>Discriminação</b>	<b>Valor R\$</b>
Mão-de-Obra + Encargos	R\$ 3.371,34
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	R\$ 6.660,00
Água	R\$ 1.000,00
Luz	R\$ 1.800,00
Telefone	R\$ 400,00
Material de Expediente e Consumo	R\$ 100,00
Seguros	R\$ 200,00
Propaganda e Publicidade	R\$ 1.000,00
Depreciação Mensal	R\$ 266,67
Manutenção	R\$ 500,00
Serviços de Terceiros	R\$ 500,00
Internet	R\$ 200,00
TV a cabo	R\$ 800,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 16.798,01</b>

**Tabela 9 – Estimativa de Custos Fixos**

### 6.5 Tributação

Devido ao faturamento anual do empreendimento ser inferior a R\$ 3.600.000,00 e não fazer parte das restrições impostas pelo governo à pousada se enquadra na tributação do Simples Nacional. A TABELA 10 abaixo apresenta o total de tributos pagos mensalmente para os três senários estudados nesse plano de negócio; taxa de ocupação de 30%, 50% e 70%.

## IMPOSTOS

<b>SIMPLES</b>			
Taxa de Ocupação %	30%	50%	70%
IR			
CSLL			
COFINS			
PIS	R\$ 5.103,00	R\$ 8.505,00	R\$ 11.907,00
IPI			
ICMS			
ISS			
<b>ENCARGOS</b>			
INSS	R\$ 1.752,00	R\$ 1.752,00	R\$ 1.752,00
FGTS	R\$ 168,00	R\$ 168,00	R\$ 168,00
Acidente de trabalho	R\$ 63,00	R\$ 63,00	R\$ 63,00
<b>TOTAL GERAL DA TRIBUTAÇÃO</b>	<b>R\$ 7.086,00</b>	<b>R\$ 10.448,00</b>	<b>R\$ 13.890,00</b>

Tabela 10 – Estimativa Geral de Tributação

6.6 Demonstração de Resultados

O DRE apresentado na Tabela 11 abaixo é um consolidado anual onde são apresentados os resultados líquidos financeiros dos três senários estudados nesse plano de negócio.

<b>DISCRIMINAÇÃO</b>	<b>DRE</b>		
	<b>VALOR R\$</b>	<b>VALOR R\$</b>	<b>VALOR R\$</b>
<i>Taxa de Ocupação %</i>	<b>30%</b>	<b>50%</b>	<b>70%</b>
1. Receita Total	R\$ 381.024,00	R\$ 635.040,00	R\$ 889.056,00
2. Custos Variáveis Totais	R\$ 177.176,16	R\$ 295.293,60	R\$ 413.411,04
3. Margem de Contribuição	R\$ 203.847,84	R\$ 339.746,40	R\$ 475.644,96
4. Custos Fixos Totais	R\$ 211.654,92	R\$ 211.654,92	R\$ 211.654,92
5. Resultado Operacional	<b>-R\$ 7.807,08</b>	R\$ 128.091,48	R\$ 263.990,04
6. Investimentos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
<b>8. Resultado Líquido Financeiro</b>	<b>-R\$ 7.807,08</b>	<b>R\$ 128.091,48</b>	<b>R\$ 263.990,04</b>

Tabela 11 – DRE (Todos os Senários)

**DRE**

<b>DISCRIMINAÇÃO</b>	<b>Outubro</b>	<b>Novembro</b>	<b>Dezembro</b>	<b>Janeiro</b>	<b>Fevereiro</b>	<b>Março</b>	<b>Abril</b>	<b>Maió</b>	<b>Junho</b>	<b>Julho</b>	<b>Agosto</b>	<b>Setembro</b>
<i>Taxa de Ocupação de 50%</i>	80%	90%	100%	100%	100%	90%	80%	90%	100%	100%	100%	90%
<i>Sazonalidade</i>												
Receita Total	R\$ 45.360,00	R\$ 51030,00	R\$ 56.700,00	R\$ 56.700,00	R\$ 56.700,00	R\$ 51030,00	R\$ 45.360,00	R\$ 51030,00	R\$ 56.700,00	R\$ 56.700,00	R\$ 56.700,00	R\$ 51030,00
Custos Variáveis	R\$ 21092,40	R\$ 23.728,95	R\$ 26.365,50	R\$ 26.365,50	R\$ 26.365,50	R\$ 23.728,95	R\$ 21092,40	R\$ 23.728,95	R\$ 26.365,50	R\$ 26.365,50	R\$ 26.365,50	R\$ 23.728,95
Margem de Contribuição	R\$ 24.267,60	R\$ 27.301,05	R\$ 30.334,50	R\$ 30.334,50	R\$ 30.334,50	R\$ 27.301,05	R\$ 24.267,60	R\$ 27.301,05	R\$ 30.334,50	R\$ 30.334,50	R\$ 30.334,50	R\$ 27.301,05
Custos Fixos	R\$ 6.798,01	R\$ 6.798,01	R\$ 18.477,81	R\$ 18.477,81	R\$ 18.477,81	R\$ 6.798,01	R\$ 6.798,01	R\$ 6.798,01	R\$ 18.477,81	R\$ 18.477,81	R\$ 18.477,81	R\$ 6.798,01
Resultado Operacional	R\$ 7.469,59	R\$ 10.503,04	R\$ 11856,69	R\$ 11856,69	R\$ 11856,69	R\$ 10.503,04	R\$ 7.469,59	R\$ 10.503,04	R\$ 11856,69	R\$ 11856,69	R\$ 11856,69	R\$ 10.503,04
Resultado Liq. Financeiro	R\$ 7.469,59	R\$ 10.503,04	R\$ 11856,69	R\$ 11856,69	R\$ 11856,69	R\$ 10.503,04	R\$ 7.469,59	R\$ 10.503,04	R\$ 11856,69	R\$ 11856,69	R\$ 11856,69	R\$ 10.503,04
Acumulado Ano	R\$ 7.469,59	R\$ 17.972,63	R\$ 29.829,32	R\$ 41.686,01	R\$ 53.542,70	R\$ 64.045,74	R\$ 71.515,33	R\$ 82.018,37	R\$ 93.875,06	R\$ 105.731,75	R\$ 117.588,44	R\$ 128.091,48

Tabela 12 – DRE (Taxa de Ocupação 50%)

Conforme a Tabela 12 acima o DRE é apresentado mensalmente para uma taxa ocupação de 50% e com uma sazonalidade variando conforme os períodos com maior demanda.

### 6.7 Fluxo de Caixa

Conforme é apresentado no fluxo de caixa da TABELA 13, com uma ocupação de 30% existem meses com entradas negativas e conforme a taxa de ocupação aumenta essas entradas mensais acompanham esse crescimento, se mostrando um empreendimento com melhores chances de sucesso a partir de uma taxa de ocupação de 60%.

<b>FLUXO DE CAIXA</b>				
<i>Taxa de Ocupação %</i>	30%	50%	70%	
<b>Período</b>	<b>Valor</b>			<b>Sazonalidade</b>
<u>Investimento Inicial</u>	-R\$ 91.000,00	-R\$ 91.000,00	-R\$ 91.000,00	
OUTUBRO	-R\$ 2.237,45	R\$ 7.469,59	R\$ 17.176,63	80%
NOVEMBRO	-R\$ 417,38	R\$ 10.503,04	R\$ 21.423,46	90%
DEZEMBRO	R\$ 1.402,69	R\$ 11.856,69	R\$ 23.990,49	100%
JANEIRO	R\$ 1.402,69	R\$ 11.856,69	R\$ 23.990,49	100%
FEVEREIRO	R\$ 1.402,69	R\$ 11.856,69	R\$ 23.990,49	100%
MARÇO	-R\$ 417,38	R\$ 10.503,04	R\$ 21.423,46	90%
ABRIL	-R\$ 2.237,45	R\$ 7.469,59	R\$ 17.176,63	80%
MAIO	-R\$ 417,38	R\$ 10.503,04	R\$ 21.423,46	90%
JUNHO	R\$ 1.402,69	R\$ 11.856,69	R\$ 23.990,49	100%
JULHO	R\$ 1.402,69	R\$ 11.856,69	R\$ 23.990,49	100%
AGOSTO	R\$ 1.402,69	R\$ 11.856,69	R\$ 23.990,49	100%
SETEMBRO	-R\$ 417,38	R\$ 10.503,04	R\$ 21.423,46	90%

**Tabela 13 – Fluxo de Caixa Operacional**

### 6.8 Indicadores de Viabilidade Financeira

A TABELA 14 apresenta os indicadores de viabilidade financeira do projeto, para uma taxa de ocupação de 30%, 50% e 70%. É possível notar que com a menor taxa de ocupação a pousada se torna um investimento totalmente inviável, retornando seu investimento inicial com mais de 60 meses, uma Taxa Interna de Retorno (TIR) muito inferior a Taxa Média de Atratividade (TMA) e Valor Presente Líquido (VPL) negativo. O plano de negócio começa a ficar atrativo com uma taxa de ocupação superior a 60%, sendo uma excelente oportunidade para empreender com uma taxa de 70% ou mais, retornando o investimento em cinco meses, uma TIR de 21% superior a TMA e VPL de R\$ 57.186,81 mil reais, se mostrando satisfatório um projeto satisfatório.

<b>Indicadores de Viabilidade Financeira</b>			
<b>Taxa Ocupação %</b>	<b>30%</b>	<b>50%</b>	<b>70%</b>
PAYBACK TIME	-	9 meses	5 meses
TIR	-28%	6%	21%
VPL	-R\$ 90.580,24	-R\$ 19.397,32	R\$ 57.186,81
LUCRATIVIDADE	0%	20%	29%
RENTABILIDADE	0%	11%	24%

**Tabela 14 – PAYBACK, TIR E VPL (TMA 10%)**

## **7. CONCLUSÃO**

Este plano de negócios teve por objetivo estudar a viabilidade financeira para se arrendar uma pousada já em funcionamento em Arraial d'Ajuda e a metodologia utilizada foi suficiente para identificar na região, possíveis oportunidades de negócios diretamente ligados ao assunto principal do trabalho, más que ainda não foram exploradas corretamente ou que afazem de forma mal planejada.

Levando em consideração os indicadores de viabilidade apresentados, podemos concluir que o projeto é viável a partir de uma ocupação média mensal de 60% ou mais, abaixo de uma taxa mensal de 50% já se mostra não atrativo devido ao longo prazo para se recuperar o investimento inicial. Mesmo levando em consideração a sazonalidade que acaba interferindo na taxa de ocupação devido à alta e baixa temporada, alguns fatores como um bom planejamento de marketing, boas parcerias e localização são fatores que podem fazer a diferença e minimizar a queda na ocupação na baixa temporada.

## 8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

[http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/estatisticas\\_indicadores/estatisticas\\_basicas\\_turismo/](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/estatisticas_indicadores/estatisticas_basicas_turismo/)

<http://www.tribuna.com.br/noticias/noticias-detalle/turismo/alto-do-dolar-impulsiona-busca-por-turismo-nacional-e-voos-domesticos/?cHash=4860ab1fbff2edcd407f69a0dcff4050>

<http://www.klas.com.br/>

<http://webventureuol.uol.com.br/destinoaventura/ba/arraialdajuda/informacoes>

<http://www.turismo.gov.br/acesso-a-informacao/63-acoes-e-programas/4820-promover-os-produtos-turisticos>

<http://www.turismo.gov.br/>

## 9. ANEXOS

### I - Anexo – Carta para obtenção do certificado

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

PROGRAMA FGV MANAGEMENT

MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

O Trabalho de Conclusão de Curso, **Título do TCC**, elaborado por Marcelo Roberto Fernandes e aprovado pela Coordenação Acadêmica, foi aceito como pré-requisito para a obtenção do certificado do Curso de Pós-Graduação *lato sensu* MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Nível de Especialização, do Programa FGV Management.

Data da Aprovação: Local, Data

---

Jose Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

---

Gianfranco Muncinelli

Orientador

II – Anexo – Termo de compromisso**TERMO DE COMPROMISSO**

O aluno Marcelo Roberto Fernandes, abaixo assinado, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Turma GEE 1/14 do Programa FGV Management, realizado nas dependências da instituição conveniada Curitiba/PR, no período de 17/02/2014 a 01/11/2015, declara que o conteúdo do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Viabilidade Financeira para Arrendamento de Uma Pousa, é autêntico e original.

Local, Data

---

Marcelo R. Fernandes

### III – Anexo – Embratur 2003

*A promoção e apoio à comercialização dos produtos turísticos do Brasil no exterior é uma atribuição da Embratur, desde 2003.*

*A EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo*

*A Embratur foi criada em 1966, por meio do Decreto-Lei 55, que criou também o Conselho Nacional de Turismo e definiu uma política nacional para o setor. Desde então, o turismo brasileiro trilhou muitos caminhos, ganhou profissionalismo e amadureceu. Em 2003, com a criação do Ministério do Turismo, a Embratur passou a cuidar exclusivamente da promoção e o apoio à comercialização, no exterior, dos produtos turísticos do Brasil. A partir de então, o Ministério do Turismo põe em prática uma política pública baseada em modelo de gestão descentralizado e orientado pelo pensamento estratégico. Além disso, foram implementados um novo modelo para a Embratur onde o Plano Aquarela – Marketing Internacional do Brasil e a Marca Brasil passam a nortear e dar unidade às ações de promoção do Brasil no exterior.*

*A partir de então, o Ministério põe em prática uma política pública baseada em modelo de gestão descentralizado e orientado pelo pensamento estratégico. Além disso, foram implementados um novo modelo para a Embratur onde o Plano Aquarela – Marketing Internacional do Brasil e a Marca Brasil passam a nortear e dar unidade às ações de promoção do Brasil no exterior.*

*Do ponto de vista da nova forma de comunicação a Embratur tem pela primeira vez, uma estratégia e um plano de ação formatados a partir de pesquisas realizadas dentro e fora do país, implantando ações voltadas para o trade turístico a imprensa e o público consumidor.*

IV – Anexo - Ministério do Turismo – Estatística Básica de Turismo – Agosto 2014

<b>Chegadas de turistas</b>	
<b>Ano</b>	<b>Total</b>
<b>2006</b>	5.017.251
<b>2007</b>	5.025.834
<b>2008</b>	5.050.099
<b>2009</b>	4.802.217
<b>2010</b>	5.161.379
<b>2011</b>	5.433.354
<b>2012</b>	5.676.843
<b>2013</b>	5.813.342

V – Anexo – Reportagem, Jornal a Tribuna.

Passar as férias no exterior está deixando de ser a primeira opção de muitos brasileiros. Segundo um levantamento realizado pelo Skyscanner, líder global em pesquisa online de passagens aéreas, hospedagem e aluguel de carros, desde o começo de março, quando o dólar chegou na casa dos R\$ 3,00, foi possível perceber uma queda de 12% em buscas de passagens aéreas internacionais para os Estados Unidos. Porém, ao mesmo tempo que houve queda na busca de passagens para destinos internacionais, a procura por voos domésticos aumentou significativamente, cerca de 34% neste último mês, quando comparado ao mesmo período de 2014 (\*). Por isso, quem acredita que os brasileiros deixarão de viajar por este motivo está enganado. Segundo pesquisa (\*\*) encomendada pelo Skyscanner e realizada pelo CONECTAí, braço web do Ibope Inteligência, 72% dos brasileiros planejam viajar mais em 2015 do que viajaram em 2014 e 42% pretende gastar ainda mais do que gastaram nas férias do ano anterior. Mas esse gasto não será em dólar, pois 71% dos entrevistados estão em busca de destinos nacionais para passar as férias de 2015. Os destinos nacionais mais procurados em março foram São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Fortaleza e Belo Horizonte.

“Essa pesquisa mostra que os brasileiros não vão deixar de viajar por causa da alta da moeda estrangeira, muito pelo contrário. O que acontece é que eles estão mudando as opções de destinos e dando prioridade às viagens nacionais, o que pode ser muito positivo para o turismo brasileiro”, explica Tahiana Rodrigues, gerente de comunicação do Skyscanner.

VI – Anexo – Média de preço praticado pela concorrência.

Hotel	Categoria	Entrada	Saída	Região	Tipos	Regime	Diária Média	Taxas	Total
HOTEL MARINA QUINTA DO PORTO	★★★★☆	24/Jun	25/Jun	ARRAJAL DAJUDA	LUXO	café da manhã	R\$ 247,00	10,0 %	R\$ 271,70
POUSADA COQUEIROS	★★★★☆	24/Jun	25/Jun	ARRAJAL DAJUDA	APTO SOL/DBL	café da manhã	R\$ 267,00	0,0 %	R\$ 267,00
HOTEL MARINA QUINTA DO PORTO	★★★★☆	24/Jun	25/Jun	ARRAJAL DAJUDA	STANDARD	café da manhã	R\$ 213,00	10,0 %	R\$ 234,30
MARACA Pousada PARQUE	★★★★☆	24/Jun	25/Jun	CENTRO	STANDARD COMFORT	café da manhã	R\$ 180,00	0,0 %	R\$ 180,00
POUSADA ARRADIL SOL	★★★★☆	24/Jun	25/Jun	PRAIA DE ARACAÍPE	STANDARD	café da manhã	R\$ 173,00	0,0 %	R\$ 173,00
TRAVEL INN VILLAGE ARRAIAL	★★★★☆	24/Jun	25/Jun	Centro	SUÍTE DBL	café da manhã	R\$ 135,33	0,0 %	R\$ 140,00