

**ESTUDO DE IMPLANTAÇÃO DO MOTEL AFRODITE:
Entendendo os principais desafios enfrentados na cidade de
Teodoro Sampaio–SP**

**HELLEN VIEIRA DOS SANTOS
JOÃO CARLO GONÇALVES DA SILVA
LÍVIA MEIRIELLI NERES LIMA
MARCO AURÉLIO DA SILVA NEPOMUCENO
MARIANA LUIZA SOUZA ZANIANI
VINICIUS EDUARDO GONÇALVES DE OLIVEIRA**

**ESTUDO DE IMPLANTAÇÃO DO MOTEL AFRODITE:
Entendendo os principais desafios enfrentados na cidade de
Teodoro Sampaio–SP**

**HELLEN VIEIRA DOS SANTOS¹
JOÃO CARLO GONÇALVES DA SILVA²
LÍVIA MEIRIELE NERES LIMA³
MARCO AURÉLIO DA SILVA NEPOMUCENO⁴
MARIANA LUIZA SOUZA ZANIANI⁵
VINICIUS EDUARDO GONÇALVES DE OLIVEIRA⁶**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência para obtenção do título de Técnico em Administração na Escola Técnica Estadual Profª Nair Luccas Ribeiro, com tema: ESTUDO DE IMPLANTAÇÃO DO MOTEL AFRODITE: Entendendo os principais desafios enfrentados na cidade de Teodoro Sampaio–SP, sob orientação da professora Carolina Pires Santos.

Teodoro Sampaio – SP
Julho/2024

¹ - Técnico em Administração – e-mail: hellensantos94@etec.sp.gov.br

² - Técnico em Administração – e-mail: joao.carlosgs2002@gmail.com

³ - Técnico em Administração – e-mail: liviameriele36@gmail.com

⁴ - Técnico em Administração – e-mail: marco.nepomuceno@etec.sp.gov.br

⁵ - Técnico em Administração – e-mail: mariana.zaniani@etec.sp.gov.br

⁶ - Técnico em Administração – e-mail: vo986284@gmail.com

⁷ - Bacharel em Administração – e-mail: carolina.santos376@etec.sp.gov.br – Orientadora

DEDICATÓRIA

Dedicamos esse trabalho a nossas famílias, que nunca mediram esforços e constantemente nos apoiaram, ensinando o verdadeiro significado da vida. Aos nossos professores e à coordenadora Jhenifer Barreto Reis, pela competência e dedicação para conosco em todos os momentos. E a todos que gostam de inovar e não se furtam aos desafios de temas novos e instigantes.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos em primeiro lugar a Deus pelo dom da vida e por ter nos sustentado até aqui. A nossa família pela paciência, dedicação e companheirismo, contribuindo diretamente para que pudéssemos ter um caminho mais fácil e satisfatório durante estes três anos. Em especial a professora orientadora, Carolina Pires com sua sabedoria e competência, que com sua atenciosidade nos seus ensinamentos, fez aprimorar nossos conhecimentos. A nossa coordenadora Jhenifer Barreto e aos professores Eduardo Ribeiro e Maria Elicristina, pelo carisma, amizade e toda a ajuda possível. À escola Etec Professora Nair Luccas Ribeiro pelo excelente curso proporcionado e por esta oportunidade de nos tornarmos ótimos profissionais futuramente.

EPÍGRAFE

*“Que o medo de errar e falhar, jamais seja maior que a vontade de
acertar e conquistar.”
Wagner M. Alves*

RESUMO

O presente artigo avalia e estuda a viabilidade de implantação de um motel na cidade de Teodoro Sampaio - SP, no Pontal do Paranapanema. Para atingir os objetivos, foi realizada uma pesquisa bibliográfica e exploratória, envolvendo diversas teorias e contextos em torno dos temas saúde e segurança e ainda aplicação de uma pesquisa de mercado com o intuito de analisar o potencial de mercado do futuro empreendimento. A metodologia utilizada foi a pesquisa qualiquantitativa, com aplicação de um questionário com perguntas diversificadas que obteve respostas de 164 pessoas. Foi realizado um objeto de estudo com base nas necessidades e desejos do público, enfatizando as oportunidades encontradas no município. O foco deste trabalho é revelar a probabilidade efetiva de implantação desse empreendimento nesta localidade. Com a pesquisa aplicada, notou-se também a defasagem do conhecimento do meio moteleiro e a cultura da região. Acredita-se que, se a comunidade local percebe o motel como um empreendimento que contradiz seus valores culturais e morais, então a aceitação do negócio será prejudicada, impactando negativamente a demanda e, consequentemente, comprometendo a viabilidade econômica do projeto. Entretanto, caso haja uma boa aceitação do empreendimento, o motel irá contribuir com a economia da cidade, movimentando o comércio e gerando oportunidades de emprego. Portanto, por meio do estudo de viabilidade foi possível identificar que a implantação do motel é viável, tendo em vista que os resultados reunidos demonstram de forma positiva o tema abordado.

Palavras-chave: Hotelaria. Motel. Motelaria. Viabilidade.

ABSTRACT

This article evaluates and studies the implementation of a motel in the city of Teodoro Sampaio - SP, in Pontal do Paranapanema. To achieve the objectives, a bibliographical and exploratory research was carried out, involving different theories and contexts around the themes of health and safety and also the application of market research with the aim of analyzing the market potential of the future enterprise. The methodology used was a qualitative and quantitative research, applying a questionnaire with varied questions that obtained responses from 164 people. An object of study was carried out based on the needs and desires of the public, emphasizing the opportunities found in the municipality. The focus of this work is to reveal the effective probability of implementing this project in this location. With applied research, it was also noted that there was a gap in knowledge about the motel environment and the culture of the region. It is believed that, if the local community perceives the motel as an enterprise that contradicts their cultural and moral values, then the accessibility of the business will be harmed, impacting demand qualities and, consequently, harming the project's economic forecasts. However, if there is a good facility for development, the motel will contribute to the city's economy, driving commerce and generating employment opportunities. Therefore, through the study of options, it was possible to identify that the implementation of the motel is viable, considering that the results gathered positively demonstrate the topic addressed.

Keywords: Hospitality. Motel. Motel. Viability.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

MPS - Manutenção Preventiva Sistemática

EMBRATUR - Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo

HIV - Vírus da Imunodeficiência Humana

AIDS - Síndrome da Imunodeficiência Adquirida

DST's - Doenças Sexualmente Transmissíveis

IST's - Infecções Sexualmente Transmissíveis

OMS - Organização Mundial de Saúde

LGBTQIA+ - Um acrônimo para lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros e queer.

DARK ROOM - Traduzido literalmente como “Sala Escura”

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ME - Microempresa

EPP - Empresas de Pequeno Porte

FGTS - Fundo de Garantia por Tempo de Serviço

DRE - Demonstrativo do Resultado de Exercício

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	Objetivo Geral.....	10
1.2	Objetivos Específicos	11
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	10
2.1	Hotelaria	10
2.2	Motelaria.....	11
2.3	Hotéis Suspeitos.....	11
2.4	Meios de Hospedagem	12
2.5	Saúde e Segurança	12
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	14
4	DESENVOLVIMENTO	16
4.1	Nomenclatura.....	17
4.2	Institucional.....	17
4.3	Estrutura do estabelecimento e serviços ofertados.....	18
4.4	Marketing Estratégico	233
4.4.1	Identidade Visual.....	24
4.4.2	Canais de Comunicação	244
4.5	Plano financeiro	26
4.5.1	Vendas	277
4.5.2	Impostos.....	299
4.5.3	Aplicações Financeiras e Depreciações.....	30
4.5.4	Salários e Encargos.....	32
4.5.5	Custos Variáveis e Fixos	33
4.5.6	Demonstrativo do Resultado de Exercício	344
5	RESULTADOS E DISCUSSÃO	35
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	377
	REFERÊNCIAS	38

1 INTRODUÇÃO

A primeira aparição dos motéis brasileiros remonta à década de sessenta, no Rio de Janeiro, em um contexto culturalmente distinto, onde o conceito de motel era associado a encontros amorosos. Na época, os motéis eram vistos como modernos, mas também carregavam um estigma de promiscuidade, sendo alvos frequentes da polícia por alegados crimes contra os bons costumes.

Levando em consideração a pretensão de abertura do empreendimento, ressalta-se a seguinte questão: quais os impactos positivos que um motel pode proporcionar para a cidade? Acredita-se que um motel de pequeno porte irá gerar mais de 20 vagas de emprego e oportunidades aos habitantes de Teodoro Sampaio-SP. As vagas seriam de: recepcionista, camareiros, cozinheiros, auxiliar de lavanderia, segurança, entre outros, contribuindo com a economia da cidade. Assim como as demandas de energia, água, alimentos, entre outros itens que movimentam o cenário econômico.

Supõe-se que, se a comunidade local perceber o motel como um empreendimento que contradiz seus valores culturais e morais, então a aceitação do negócio será prejudicada, impactando negativamente a demanda e, conseqüentemente, comprometendo a viabilidade econômica do projeto. Entretanto, caso haja uma boa aceitação do empreendimento, o motel irá contribuir com a economia da cidade, movimentando o comércio e gerando oportunidades de emprego.

Justifica-se a realização dessa pesquisa, uma vez que será apresentado no decorrer do artigo um estudo sobre a viabilidade de implantação voltada à criação de um motel na localidade de Teodoro Sampaio, com objetivo de se quebrar os “tabus” e preconceitos que a sociedade relaciona ao empreendimento. Contribuindo para a promoção do bem estar em termos de saúde, educação sexual e segurança, beneficiando não apenas o meio social, mas o econômico e local.

Este estudo classifica-se como pesquisa aplicada, pesquisa exploratória, utiliza a abordagem qualiquantitativa e, como instrumentos para a coleta de dados, a pesquisa bibliográfica, pesquisa de mercado e a aplicação de questionário.

1.1 Objetivo Geral

Estudar a viabilidade de implantação de um motel na cidade de Teodoro Sampaio – SP, demonstrando os impactos positivos que vai proporcionar para a região.

1.2 Objetivos Específicos

- Analisar a viabilidade de implantação de um motel em Teodoro Sampaio-SP;
- Descrever os benefícios para a economia local, saúde e segurança;
- Avaliar a demanda pelos serviços ofertados.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O Regulamento Geral dos Meios de Hospedagem, elaborado pelo Instituto Brasileiro De Turismo (EMBRATUR), criado por meio da Deliberação Normativa nº 429, de 23 de abril de 2002, estabelece as diretrizes para os meios de hospedagem, definindo o conceito de empresa hoteleira, meios de hospedagem e unidades habitacionais, bem como os requisitos operacionais e as condições para a contratação de serviços de hospedagem. A seguir, apresentam-se definições conforme o regulamento.

2.1 Hotelaria

Entende-se como empresa hoteleira a pessoa jurídica, constituída na forma de sociedade anônima ou sociedade por quotas de responsabilidade limitada, responsável por explorar ou administrar meios de hospedagem, com o objetivo social voltado para a atividade hoteleira (EMBRATUR, 2002).

2.2 Moteleria

O termo “motel” tem origem inglesa, derivado da junção de “motor hotel”, referindo-se a estabelecimentos situados à beira de estradas ou rodovias de grande circulação, localizados em vias de acesso às cidades. Os motéis clássicos, originários nos Estados Unidos, serviam para viajantes que percorriam longas distâncias em estradas desertas, necessitando de locais de repouso para continuar sua jornada (CAVALCANTI, 2007).

Em aproximadamente quatro décadas de existência, o setor moteleiro passou por significativas transformações: os empreendimentos tornaram-se modernos e sofisticados, com investimentos em tecnologias avançadas de gerenciamento e administração. Em sua maioria, os motéis são agora locais seguros e discretos, oferecendo uma variedade de serviços similares aos de grandes hotéis e resorts, inclusive algumas suítes equipadas para reuniões, festas e outros eventos.

Essa evolução reflete a profissionalização do setor, que busca superar a antiga estigmatização. Atualmente, pode-se definir o motel como um meio de hospedagem que oferece apartamentos mobiliados, serviços completos de alimentação e estacionamento em quantidade equivalente ao número de unidades habitacionais, geralmente localizados próximos a áreas de grande movimentação (BORELLA, 2005).

2.3 Hotéis Suspeitos

É importante distinguir os estabelecimentos à beira de estrada ou pequenos estabelecimentos urbanos, que se autodenominam motéis ou hotéis, dos motéis convencionais. Nestes casos, a diferença reside na presença de prostitutas vinculadas aos estabelecimentos ou disponíveis para seus clientes.

Esses locais são frequentemente referidos como “hotéis suspeitos” e têm uma presença significativa na origem dos motéis. Na prática, devido aos preços mais elevados praticados pelos motéis, muitas vezes eles afastam a presença das profissionais de entretenimento adulto. (CAVALCANTI, 2007).

2.4 Meios de Hospedagem

Os meios de hospedagem são estabelecimentos devidamente licenciados pelas autoridades competentes para oferecer serviços de hospedagem, incluindo, no mínimo: alojamento temporário em unidades habitacionais para uso do hóspede e prestação de serviços essenciais, tais como portaria ou recepção para atendimento permanente, controle de entrada e saída, guarda de bagagens e pertences pessoais dos hóspedes em local apropriado, além da conservação, arrumação e limpeza das áreas, instalações e equipamentos.

A Deliberação Normativa nº429, também apresenta o Regulamento do Sistema Oficial de Classificação dos Meios de Hospedagem:

Art. 4º. O Sistema Oficial de Classificação dos Meios de Hospedagem é instrumento para a promoção do desenvolvimento da indústria hoteleira, cabendo-lhe classificar, categorizar, qualificar os meios de hospedagem, em território nacional, simbolizados por estrelas, de acordo com as condições de conforto, comodidade, serviços e atendimento que possuam (EMBRATUR, 2002).

Existem vários tipos de meios de hospedagens, os mais comuns são: hotéis, pousadas, hostels e casas de aluguel. Cada tipo possui suas particularidades e atendem a uma necessidade específica do cliente, porém todos devem seguir os preceitos definidos na Deliberação Normativa.

2.5 Saúde e Segurança

A saúde sexual refere-se à capacidade das mulheres e homens, ao longo de suas vidas, de aproveitar e expressar a sexualidade de maneira saudável, evitando riscos como infecções sexualmente transmissíveis, gestações não planejadas, coerções, violência e discriminação. A saúde sexual promove a valorização da vida, das relações pessoais e da manifestação genuína de quem somos.

Uma vida sexual ativa traz inúmeros benefícios, como: alivia o estresse; aumenta a imunidade; queima calorias; melhora a saúde do coração; melhora a autoestima; aumenta a intimidade; reduz a sensação de dor e diminui o risco de câncer de próstata.

A saúde reprodutiva, por sua vez, envolve o bem-estar físico, mental e social relacionado ao sistema reprodutivo. Seu objetivo é permitir que as pessoas tenham uma vida sexual satisfatória e segura, garantindo uma abordagem abrangente para o cuidado com a reprodução.

O sexo desprotegido deixa o indivíduo exposto às inúmeras infecções sexualmente transmissíveis (ISTs) existentes. Anteriormente, essas infecções eram chamadas de doenças sexualmente transmissíveis (DSTs), porém o termo foi modificado, pois destaca a possibilidade de uma pessoa ter e transmitir uma infecção, mesmo sem sinais e sintomas de doença desenvolvida. Segundo o Ministério da Saúde (2024):

As Infecções Sexualmente Transmissíveis (IST) são causadas por vírus, bactérias ou outros microrganismos. Elas são transmitidas, principalmente, por meio do contato sexual (oral, vaginal, anal) sem o uso de camisinha masculina ou feminina, com uma pessoa que esteja infectada. (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2024).

Atualmente, a IST mais preocupante é a infecção pelo Vírus da Imunodeficiência Humana (HIV). Desde a sua descoberta, o HIV vem se modificando no Brasil e no mundo no que se refere ao perfil epidemiológico e à história natural, esta característica impõe expressivos desafios tanto para a sua prevenção quanto à assistência integral à saúde dos indivíduos acometidos.

De acordo com dados notificados do Ministério da Saúde (2024) “na Região Sudeste há 343.095 casos de pessoas acometidas pela Síndrome da Imunodeficiência Adquirida (AIDS) acumulados no período entre 1980 e 2011, sendo 42.283 no Estado de Minas Gerais.”

Portanto, cuidar da saúde sexual e prevenir as doenças sexualmente transmissíveis (DSTs) é fundamental para o bem-estar e a qualidade de vida. A importância de cuidar das DSTs está relacionada à proteção da saúde individual e coletiva, à prevenção de complicações sérias e à promoção de relacionamentos saudáveis.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Quanto à sua natureza, essa pesquisa classifica-se como aplicada, pois é prática e objetiva, reunindo informações para que se transformem em um possível projeto real. Outrossim, Gil (2010) destaca que a pesquisa aplicada abrange estudos elaborados com a finalidade de resolver problemas no âmbito das sociedades em que os pesquisadores vivem. Já Gerhardt e Silveira (2009, p. 35) mencionam que “este tipo de pesquisa tem como objetivo gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos”.

A abordagem do problema de pesquisa gerou dados qualiquantitativos, pois serve para esclarecimento do assunto em discussão ou para ilustrar ou sustentar o que se afirma. Por exemplo, pode-se começar com uma abordagem qualitativa para explorar o contexto e as percepções dos participantes e, em seguida, complementar essas descobertas com dados quantitativos para validar ou ampliar as conclusões.

Ao integrar métodos qualitativos e quantitativos, a pesquisa qualiquantitativa busca compensar as limitações inerentes a cada abordagem, aproveitando os pontos fortes de ambas para alcançar uma compreensão mais holística e robusta do fenômeno investigado. (TASHAKKORI e TEDDLIE, 2010).

Em relação aos objetivos, com o intuito de promover maior conhecimento e evidenciar de forma clara o problema, facilitando a sua compreensão, foi utilizado como instrumento o método de pesquisa exploratória, que de acordo com Malhotra, (2001, p.106) “é um tipo de pesquisa que tem como principal objetivo o fornecimento de critérios sobre a situação - problema enfrentado pelo pesquisador e sua compreensão.”

Como instrumentos de coleta de dados, foram utilizados: pesquisa bibliográfica, questionário, pesquisa exploratória e pesquisa de mercado.

A pesquisa bibliográfica foi empregada na intenção de esclarecer o tema, com base em dicas teóricas publicadas em plataformas digitais, pois tem o objetivo de reunir e analisar todos os dados necessários para que o pesquisador tenha acesso às informações desenvolvidas pelo público, e assim consiga colher os conhecimentos para o desenvolvimento do projeto. Assim como afirma Freitas (2013, p. 54) durante a “pesquisa bibliográfica é importante que o

pesquisador verifique a veracidade dos dados obtidos, observando as possíveis incoerências ou contradições que as obras possam apresentar”.

O questionário é uma técnica de pesquisa que visa captar informações com um número significativo de questões criadas por indivíduos envolvidos, tendo por objetivo filtrar o conhecimento de opiniões, faixa etária, interesses em comum, hobbies, sentimentos, expectativas vivenciadas, dentre outros fatores. Segundo Marconi E Lakatos (2003, p.200) “questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador.”

No questionário foram aplicadas as abordagens qualitativa e quantitativa, para que fosse possível captar maiores informações dos participantes. Foi realizado com auxílio da ferramenta "Google forms", que proporciona uma ampla praticidade de acesso ao público e disponibiliza formas de tabulação dos dados coletados aos responsáveis pela pesquisa.

Visando a obtenção de dados reais sobre o público, também foram realizadas pesquisas exploratórias, uma vez que esse tipo de pesquisa proporciona ao pesquisador o que Gil (2007, p. 41) chama de “[...] maior familiaridade com o problema [...]”, também foram abordadas pesquisas descritivas em prol de se obter características do público e da região.

Em conformidade com Barros e Lehfeld (1986, p. 111):

na fase de coleta de dados, o pesquisador registra os dados para depois passar pelo processo de classificação e categorização. Neste momento os dados são examinados e transformam-se em elementos importantes para comprovação ou não das hipóteses. Antes de passar à fase de interpretação é necessário que o pesquisador examine os dados: isto é, deve submetê-los a uma análise crítica, observando falhas, distorções e erros. (BARROS e LEHFELD, 1986, p. 111)

Logo, foram utilizadas fontes bibliográficas e canais de comunicação direta com o público como, a internet e telefone. Também foram utilizados sites de serviços e outros especializados em motéis.

A pesquisa de mercado foi conduzida com o objetivo de identificar o potencial de mercado, assim como as necessidades potenciais da empresa, avaliando a possibilidade de instalação e sobrevivência do negócio, satisfazendo as exigências dos clientes.

O público direcionado é composto tanto pelo sexo masculino quanto feminino. No quesito de pesquisa quantitativa aplicada, pode-se observar que a idade do público-alvo atinge quase todas as categorias acima de 17 anos, em diferentes intensidades, considerando que o empreendimento atingirá todas as classes sociais, o público-alvo está localizado em praticamente todas as regiões de Teodoro Sampaio - SP.

Para a realização de uma pesquisa eficiente se faz necessário o levantamento de informações demográficas, para orientar a pesquisa ao rumo com maior efetividade, tendo isso em mente foi descoberto que segundo o censo realizado pelo IBGE em 2022, a cidade de Teodoro Sampaio - SP, possuía uma população de 22.173 habitantes.

Com base na quantidade de habitantes da época, foi realizada a estimativa da amostra da quantidade mínima de pessoas necessárias para o levantamento de dados. Desta forma, o presente trabalho foi realizado por intermédio de artigos no portal do “Google Academics”, com auxílio de palavras-chaves na indução dos resultados e pesquisas realizadas com a população da localidade, através de ferramentas no ambiente virtual.

4 DESENVOLVIMENTO

Um motel na cidade de Teodoro Sampaio – SP, chamado “Afrodite”. Estabelecimento situado à beira de estrada, na Rodovia Arlindo Bértio, aproximadamente a 1 km do Recinto de Rodeio Toninho Cowboy. A localização foi escolhida levando em consideração o Projeto de Lei N° 6.308, de 2019 do Pastor Eurico, que declara: “A presença de moteis em áreas residenciais fere os princípios da moral e dos bons costumes, que precisam ser urgentemente reforçados no País.”, mesmo não havendo nenhuma lei específica de zoneamento municipal impedindo a abertura de estabelecimentos desse nicho, em meio aos sites com a legislação do município, optamos por escolher um local privativo, a fim de evitar possíveis transtornos aos frequentadores.

4.1 Nomenclatura

O termo Afrodite remete a deusa do amor, da beleza e sexualidade constituída nos tempos da mitologia grega, ela foi um símbolo de vaidade, sedução, charme e vingança para os deuses e semideuses que vivem no glamour do templo no Olimpo.

Outro fator que se qualifica na escolha do nome, é a homenagem a rainha do sertanejo “Marília Mendonça”, que compôs e interpretou uma canção intitulada “Motel Afrodite” que retrata momentos inesquecíveis em um motel.

4.2 Institucional

Com o intuito de estabelecer a identidade do negócio, foram estabelecidos os conceitos estratégicos que guiarão o estabelecimento nas tomadas de decisão, na criação de uma boa cultura organizacional e principalmente, na gestão de relacionamento com os clientes. De acordo com Scorsolini-Comin (2012, p.326):

tais concepções, contemporaneamente, são atualizadas em forma de missões, visões e valores. Tais dimensões são criadas pelas organizações a partir de observações do ambiente organizacional e também a partir de reuniões de caráter estratégico que delimitam onde se pretende chegar e quais os recursos que serão utilizados para tal finalidade (SCORSOLINI-COMIN, 2012, p.326).

Sendo assim, foram estabelecidas a missão, a visão e os valores da empresa, sendo elas:

- Missão: proporcionar um ambiente sofisticado e acolhedor, onde os clientes possam explorar e priorizar o bem-estar sexual, promovendo experiências únicas e inesquecíveis.
- Visão: Ser reconhecido como o principal destino para pessoas que buscam momentos de intimidade e prazer em um ambiente de inovação, discrição e higienização na região do Pontal do Paranapanema.
- Valores: Discrição, respeito, excelência no atendimento, privacidade, segurança e compromisso com a satisfação dos nossos clientes.

4.3 Estrutura do estabelecimento e serviços ofertados

A estalagem é subdivida por entrada e saída, jardim, estacionamento privativo, recepção, lavanderia, cozinha, fluxo automotivo, banheiros, corredor de circulação de colaboradores, estoque e sala administrativa. A corporação abrange 18 quartos sendo eles: 8 Standards, 4 masters, 2 deluxes e 4 tematizados. Os quartos possuirão banheiro e garagem próprios, com a finalidade de garantir que os hóspedes tenham o máximo de privacidade.

Os quartos do motel serão classificados como suítes: Standard (simples), Master (intermediário), Deluxe (luxuoso). O estabelecimento também demanda uma vasta gama de quartos tematizados que garantem conforto e aconchego para os clientes, trazendo como temas de customização:

- **LGBTQIA+:** Este quarto é composto por cores vibrantes representadas pela bandeira, abordando a diversidade e criando um espaço acolhedor para todos os hóspedes.

Figura 1 – Quarto LGBTQIA+



Fonte: Elaborada pelos autores com apoio de inteligência artificial

- **CASAMENTO:** Um quarto especial, preparado de forma exclusiva que atenda aos gostos do casal recém-casado.

Figura 2 – Quarto Casamento



Fonte: Elaborada pelos autores com apoio de inteligência artificial

- **DEUSES GREGOS:** Um quarto único que será decorado com foco em um Deus Grego diferente a cada mês.

Figura 3 – Quarto Deuses Gregos



Fonte: Elaborada pelos autores com apoio de inteligência artificial

- **SIGNOS:** O quarto com a temática de Signos do Horóscopos será customizado de acordo com a data dos signos durante o ano, seguindo esta ordem: Capricórnio (22/Dez-19/Jan); Aquário (20/Jan-18/Fev); Peixes (19/Fev -20/Mar); Áries (21/Mar-19/Abr); Touro (20/Abr-20/Mai); Gêmeos (21/Mai-20/Jun); Câncer (21/Jun-22/Jul); Leão (23/Jul-22/Ago);

Virgem (23/Ago-22/Set); Libra (23/Set-22/Out); Escorpião (23/Out-21/Nov) e Sagitário (22/Nov-21/Dez).

Figura 4 – Quarto Signos



Fonte: Elaborada pelos autores com apoio de inteligência artificial

- **PAÍSES:** O quarto será focado em apresentar decorações e objetos endêmicos de cada país, serão realizadas pesquisas para a seleção de qual país virá a ser o tema do mês.

Figura 5 – Quarto Países



Fonte: Elaborada pelos autores com apoio de inteligência artificial

- **DARK ROOM:** Visa proporcionar experiências diversificadas nas atividades sexuais. É possível entrar em solteiro, dupla, trio e desfrutar das diversas sensações. Este quarto terá como princípio o mistério, com cores voltadas para o preto e o cinza.

Figura 6 – Quarto Dark Room



Fonte: Elaborada pelos autores com apoio de inteligência artificial

- **RÚSTICO:** O quarto rústico possui uma beleza singular e encantadora. A simplicidade e a elegância dos detalhes transmitem uma sensação de paz e tranquilidade, tornando-o um refúgio para descansar e recarregar as energias.

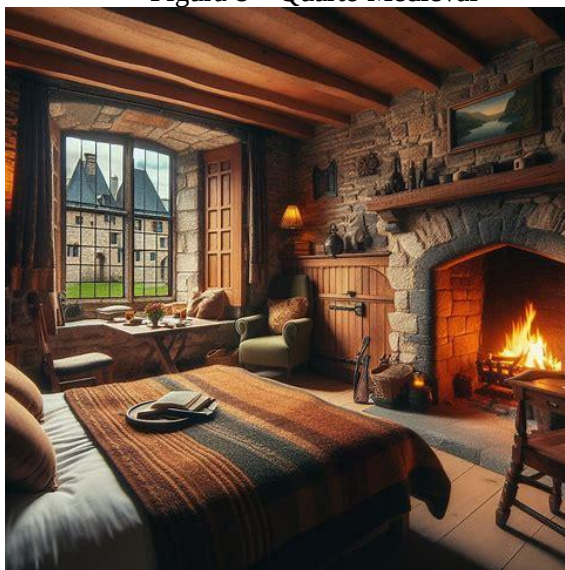
Figura 7 – Quarto Rústico



Fonte: Elaborada pelos autores com apoio de inteligência artificial

- **MEDIEVAL:** Um quarto temático com foco na idade média, apresentando móveis, iluminação e objetos que remetem a essa época.

Figura 8 – Quarto Medieval



Fonte: Elaborada pelos autores com apoio de inteligência artificial

Além do diferencial trazido pelos quartos tematizados, o serão ofertados produtos alimentícios e acessórios de Sex Shop para consumo e utilização dentro dos quartos, como:

- Bebidas (refrigerantes, sucos, cervejas, água, vinho, champagne, espumante e ice);
- Porções (frios, batata frita, tilápia e frango);
- Sobremesas (bolo, sorvete, petit gâteau, bem casado e romeu e julieta);
- Serviço de quarto (troca de lençóis e limpeza geral);
- Vendas e aluguel de acessórios de Sex Shop (algemas, preservativos, lubrificante, corrente, máscaras, arcos decorativos, cintos e fantasias).

4.4 Marketing Estratégico

O motel adota uma abordagem de marketing positivo em defesa da saúde sexual, como diferencial competitivo, demonstrando compromisso com o bem-estar e a segurança dos seus frequentadores. Ao disponibilizar preservativos de forma gratuita nos quartos e promover campanhas informativas sobre saúde sexual, o estabelecimento enfatiza a importância de práticas sexuais seguras e responsáveis. Como citado em Aldrigui (2007, p.14):

é impossível negar a expansão dos negócios de hospedagem no Brasil, mas todo esse desenvolvimento vem tropeçando em fatores como a qualidade na prestação de serviços e certa resistência quanto ao uso da tecnologia. Ainda que fisicamente muito parecidas (e, às vezes, são realmente iguais em termos estruturais), as empresas do ramo deveriam buscar se diferenciar na forma com que prestam os serviços. (ALDRIGUI, 2007, p.14)

Portanto, a comunicação, a publicidade e a disponibilidade de preservativos como uma medida eficaz de prevenção de doenças sexualmente transmissíveis (DSTs) e gravidez indesejada, destacam a importância que o estabelecimento terá com seus clientes. Além disso, o estabelecimento tem a pretensão de promover a conscientização sobre o diálogo aberto entre parceiros sexuais e o respeito mútuo nas relações íntimas, defendendo esses princípios através das redes sociais, e com parcerias e patrocínios a instituições e eventos que defendem a saúde e bem estar sexual.

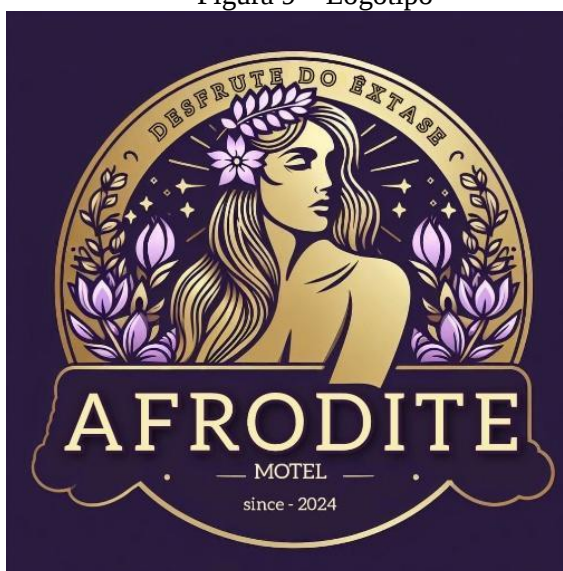
Outra estratégia competitiva adotada será a demonstração constante do compromisso do estabelecimento com a limpeza e a higienização dos quartos. As redes sociais e campanhas publicitárias serão estrategicamente produzidas para espelhar essas características em todos os seus aspectos, proporcionando o reconhecimento do motel como um local seguro e confiável para todos os frequentadores.

Essa abordagem não apenas promoverá práticas sexuais seguras, mas também irá fortalecer os laços de confiança com os frequentadores, que se sentem acolhidos em um ambiente que prioriza seu bem-estar.

4.4.1 Identidade Visual

A identidade visual do motel Afrodite foi construída com base na deusa Afrodite da mitologia grega, onde retrata a sua sensualidade, paixão e sedução. A paleta de cores utilizada, roxo e dourado, busca representar esse mix de sensações. A cor roxa traz consigo o ar de luxúria, já o dourado traz um contraste, realçando a beleza e demonstrando elegância, como pode ser observado no logotipo abaixo:

Figura 9 – Logotipo

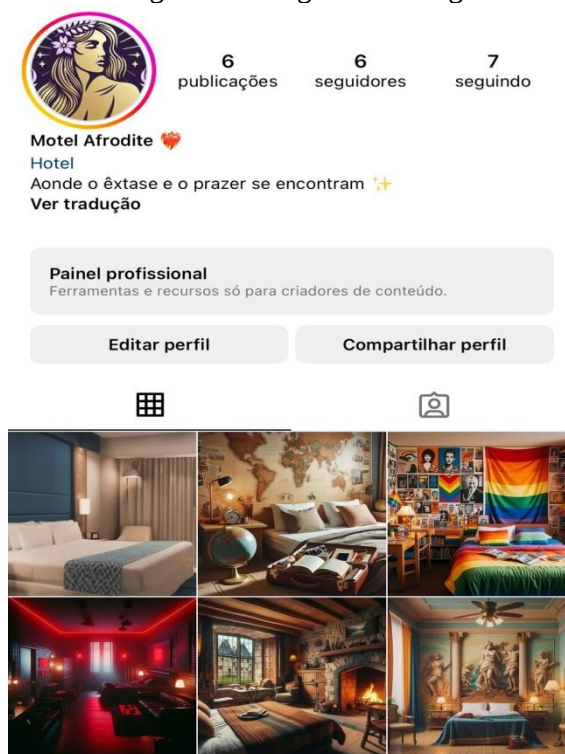


Fonte: Elaborada pelos autores

4.4.2 Canais de Comunicação

Os canais de comunicação utilizados pelo motel são bem amplos, estando presente em diversas plataformas digitais, tais como: Instagram, WhatsApp e site institucional na web. A página criada do instagram recebe o nome “@AfroditeMotel”, a seguir a visualização do perfil desenvolvido para o empreendimento:

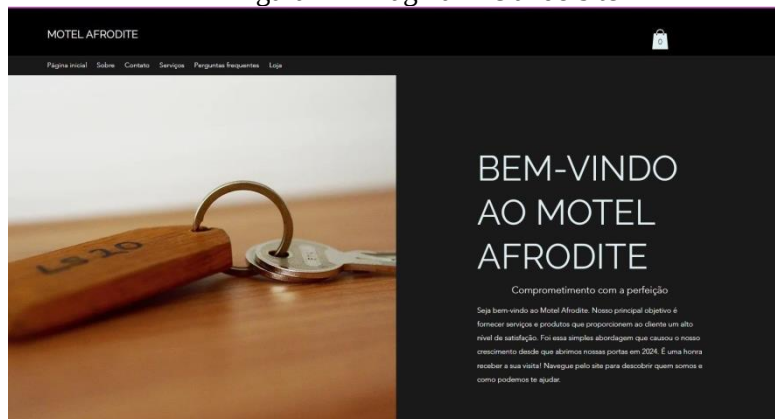
Figura 10 – Página no Instagram



Fonte: Print do Instagram criado pelos autores

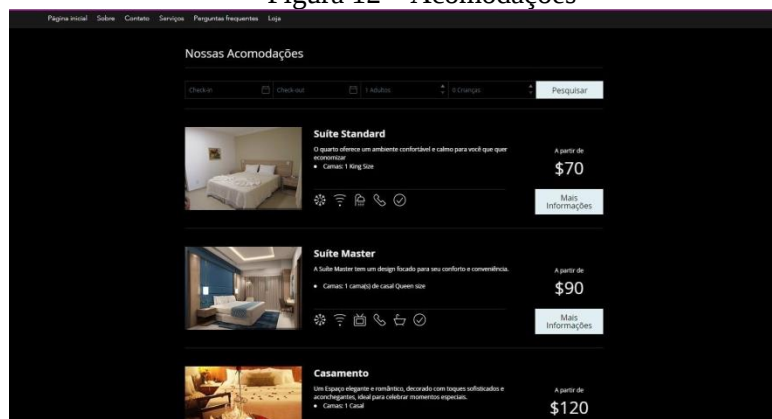
O site institucional foi desenvolvido através da plataforma Wix, disponível no endereço web “<https://pt.wix.com/>”. A plataforma disponibiliza diversas opções de *layout*, e foi possível adaptar o modelo de acordo com as necessidades e objetivos do negócio. A seguir, a demonstração visual de duas telas contidas no site:

Figura 11 – Página inicial do site



Fonte: Print do site criado pelos autores

Figura 12 – Acomodações



Fonte: Print do site criado pelos autores

O intuito da variedade de canais de comunicação é justamente utilizar tais plataformas digitais a favor do empreendimento, fazendo com que a relação entre o público alvo e o motel seja ampliada. Serão utilizados aspectos de ousadia, charme e suspense nas publicações, disponibilizando conteúdos marcantes, ricos em informação educacional, que despertem a curiosidade e ao mesmo tempo o desejo das pessoas.

4.5 Plano financeiro

Planejar a parte financeira é essencial ao iniciar qualquer empreendimento, pois, de acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2014), o plano financeiro define a viabilidade ou inviabilidade do negócio. Neste aspecto, devem ser explicitadas, detalhada e profundamente, as premissas utilizadas, as vendas, os investimentos, os gastos com pessoal, os custos fixos e variáveis, o fluxo de caixa, a demonstração de resultado e o balanço patrimonial.

Com o intuito de obter resultados mais próximos possíveis da realidade, serão considerados os seguintes fatores:

Quadro 1 - Premissas utilizadas

Premisas Utilizadas	Ano 02	Ano 03	Ano 04	Ano 05
Inflação	4%	4%	4%	4%
Correção preço de vendas	5%	5%	5%	5%
Correção salários	7%	7%	7%	7%
Correção custos fixos	5%	5%	5%	5%
Correção custos variáveis	10%	7%	6%	6%

Fonte: Elaborado pelos autores

Sendo assim, durante os cinco primeiros anos, todas as projeções para o negócio serão atualizadas de acordo com o quadro acima, considerando os índices de inflação e correção monetária para o período.

4.5.1 Vendas

A seguir será apresentado o quadro de vendas com as variações de vendas mês a mês, para o primeiro ano de empresa, mostrando os quartos oferecidos e seus preços por duas horas. Os dados foram construídos levando em consideração os fatores sazonais.

Quadro 2 - Previsão de vendas para o primeiro ano

PRODUTO	Janeiro			Fevereiro		
	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total
Suite Standard	420	R\$ 70,00	R\$ 29.400,00	430	R\$ 70,00	R\$ 30.100,00
Suite Master	370	R\$ 90,00	R\$ 33.300,00	390	R\$ 90,00	R\$ 35.100,00
Suite Tematica	320	R\$ 100,00	R\$ 32.000,00	340	R\$ 100,00	R\$ 34.000,00
Suite Delux	280	R\$ 120,00	R\$ 33.600,00	290	R\$ 120,00	R\$ 34.800,00
7% Bebidas	1	R\$ 10.565,88	R\$ 10.565,88	1	R\$ 11.035,29	R\$ 11.035,29
3% Comidas	1	R\$ 4.528,24	R\$ 4.528,24	1	R\$ 4.729,41	R\$ 4.729,41
4% Produtos Extras	1	R\$ 6.037,65	R\$ 6.037,65	1	R\$ 6.305,88	R\$ 6.305,88
TOTAIS	1390 h		R\$ 149.431,76	1450 h		R\$ 156.070,59

PRODUTO	Março			Abril		
	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total
Suite Standard	545	R\$ 70,00	R\$ 38.150,00	520	R\$ 70,00	R\$ 36.400,00
Suite Master	480	R\$ 90,00	R\$ 43.200,00	460	R\$ 90,00	R\$ 41.400,00
Suite Tematica	415	R\$ 100,00	R\$ 41.500,00	400	R\$ 100,00	R\$ 40.000,00
Suite Delux	365	R\$ 120,00	R\$ 43.800,00	335	R\$ 120,00	R\$ 40.200,00
7% Bebidas	1	R\$ 13.724,12	R\$ 13.724,12	1	R\$ 13.011,76	R\$ 13.011,76
3% Comidas	1	R\$ 5.881,76	R\$ 5.881,76	1	R\$ 5.576,47	R\$ 5.576,47
4% Produtos Extras	1	R\$ 7.842,35	R\$ 7.842,35	1	R\$ 7.435,29	R\$ 7.435,29
TOTAIS	1805 h		R\$ 194.098,24	1715 h		R\$ 184.023,53

PRODUTO	Maio			Junho		
	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total
Suite Standard	560	R\$ 70,00	R\$ 39.200,00	588	R\$ 70,00	R\$ 41.160,00
Suite Master	480	R\$ 90,00	R\$ 43.200,00	504	R\$ 90,00	R\$ 45.360,00
Suite Tematica	420	R\$ 100,00	R\$ 42.000,00	441	R\$ 100,00	R\$ 44.100,00
Suite Delux	360	R\$ 120,00	R\$ 43.200,00	378	R\$ 120,00	R\$ 45.360,00
7% Bebidas	1	R\$ 13.802,35	R\$ 13.802,35	1	R\$ 14.492,47	R\$ 14.492,47
3% Comidas	1	R\$ 5.915,29	R\$ 5.915,29	1	R\$ 6.211,06	R\$ 6.211,06
4% Produtos Extras	1	R\$ 7.887,06	R\$ 7.887,06	1	R\$ 8.281,41	R\$ 8.281,41
TOTAIS	1820 h		R\$ 195.204,71	1911 h		R\$ 204.964,94

PRODUTO	Julho			Agosto		
	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total
Suite Standard	600	R\$ 70,00	R\$ 42.000,00	600	R\$ 70,00	R\$ 42.000,00
Suite Master	515	R\$ 90,00	R\$ 46.350,00	515	R\$ 90,00	R\$ 46.350,00
Suite Tematica	450	R\$ 100,00	R\$ 45.000,00	450	R\$ 100,00	R\$ 45.000,00
Suite Delux	385	R\$ 120,00	R\$ 46.200,00	385	R\$ 120,00	R\$ 46.200,00
7% Bebidas	1	R\$ 14.788,45	R\$ 14.788,45	1	R\$ 14.788,45	R\$ 14.788,45
3% Comidas	1	R\$ 6.337,91	R\$ 6.337,91	1	R\$ 6.337,91	R\$ 6.337,91
4% Produtos Extras	1	R\$ 8.450,54	R\$ 8.450,54	1	R\$ 8.450,54	R\$ 8.450,54
TOTAIS	1950 h		R\$ 209.126,89	1950 h		R\$ 209.126,89

PRODUTO	Setembro			Outubro		
	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total
Suite Standard	656	R\$ 70,00	R\$ 45.920,00	600	R\$ 70,00	R\$ 42.000,00
Suite Master	543	R\$ 90,00	R\$ 48.870,00	515	R\$ 90,00	R\$ 46.350,00
Suite Tematica	480	R\$ 100,00	R\$ 48.000,00	450	R\$ 100,00	R\$ 45.000,00
Suite Delux	400	R\$ 120,00	R\$ 48.000,00	385	R\$ 120,00	R\$ 46.200,00
7% Bebidas	1	R\$ 15.712,12	R\$ 15.712,12	1	R\$ 14.788,45	R\$ 14.788,45
3% Comidas	1	R\$ 6.733,76	R\$ 6.733,76	1	R\$ 6.337,91	R\$ 6.337,91
4% Produtos Extras	1	R\$ 8.978,35	R\$ 8.978,35	1	R\$ 8.450,54	R\$ 8.450,54
TOTAIS	2079 h		R\$ 222.214,24	1950 h		R\$ 209.126,89

PRODUTO	Novembro			Dezembro		
	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total
Suite Standard	600	R\$ 70,00	R\$ 42.000,00	660	R\$ 70,00	R\$ 46.200,00
Suite Master	515	R\$ 90,00	R\$ 46.350,00	545	R\$ 90,00	R\$ 49.050,00
Suite Tematica	450	R\$ 100,00	R\$ 45.000,00	480	R\$ 100,00	R\$ 48.000,00
Suite Delux	385	R\$ 120,00	R\$ 46.200,00	400	R\$ 120,00	R\$ 48.000,00
7% Bebidas	1	R\$ 14.788,45	R\$ 14.788,45	1	R\$ 15.750,00	R\$ 15.750,00
3% Comidas	1	R\$ 6.337,91	R\$ 6.337,91	1	R\$ 6.750,00	R\$ 6.750,00
4% Produtos Extras	1	R\$ 8.450,54	R\$ 8.450,54	1	R\$ 9.000,00	R\$ 9.000,00
TOTAIS	1950 h		R\$ 209.126,89	2085 h		R\$ 222.750,00

Fonte: Elaborado pelos autores

O quadro dois apresenta a projeção específica de vendas de todos os produtos durante o primeiro ano, incluindo desde a suíte até os produtos ofertados, com quantidade, preço unitário e total, permitindo observar que alguns quartos possuem maior valor agregado, por

terem atrativos extras disponíveis, e, assim, são ocupados em menor quantidade, enquanto outros, com menor valor, possuem maior rotatividade.

Quadro 3 - Previsão de vendas para cinco anos

Mês	1º		2º		3º		4º		5º	
	Faturamento	H Alugada	Faturamento	H Alugada	Faturamento	H Alugada	Faturamento	H Alugada	Faturamento	H Alugada
Variação de Venda			5%		2%		1%		1%	
Variação de Valor			5%		5%		5%		5%	
Janeiro	R\$ 149.431,76	1390 h	R\$ 163.328,92	1519 h	R\$ 173.618,64	1615 h	R\$ 182.820,43	1700 h	R\$ 192.509,91	1790 h
Fevereiro	R\$ 156.070,59	1450 h	R\$ 170.585,15	1586 h	R\$ 181.332,02	1686 h	R\$ 190.942,61	1776 h	R\$ 201.062,57	1870 h
Março	R\$ 194.098,24	1805 h	R\$ 212.149,37	1973 h	R\$ 225.514,78	2097 h	R\$ 237.467,06	2208 h	R\$ 250.052,82	2325 h
Abril	R\$ 184.023,53	1715 h	R\$ 201.137,72	1871 h	R\$ 213.809,39	1988 h	R\$ 225.141,29	2094 h	R\$ 237.073,78	2205 h
Maio	R\$ 195.204,71	1820 h	R\$ 213.358,74	1984 h	R\$ 226.800,34	2109 h	R\$ 238.820,76	2221 h	R\$ 251.478,26	2339 h
Junho	R\$ 204.964,94	1911 h	R\$ 224.026,68	2083 h	R\$ 238.140,36	2215 h	R\$ 250.761,80	2332 h	R\$ 264.052,18	2456 h
Julho	R\$ 209.126,89	1950 h	R\$ 228.575,70	2126 h	R\$ 242.975,96	2260 h	R\$ 255.853,69	2379 h	R\$ 269.413,94	2506 h
Agosto	R\$ 209.126,89	1950 h	R\$ 228.575,70	2126 h	R\$ 242.975,96	2260 h	R\$ 255.853,69	2379 h	R\$ 269.413,94	2506 h
Setembro	R\$ 222.214,24	2079 h	R\$ 242.880,16	2259 h	R\$ 258.181,61	2401 h	R\$ 271.865,23	2528 h	R\$ 286.274,09	2662 h
Outubro	R\$ 209.126,89	1950 h	R\$ 228.575,70	2126 h	R\$ 242.975,96	2260 h	R\$ 255.853,69	2379 h	R\$ 269.413,94	2506 h
Novembro	R\$ 209.126,89	1950 h	R\$ 228.575,70	2126 h	R\$ 242.975,96	2260 h	R\$ 255.853,69	2379 h	R\$ 269.413,94	2506 h
Dezembro	R\$ 222.750,00	2085 h	R\$ 243.465,75	2264 h	R\$ 258.804,09	2407 h	R\$ 272.520,71	2534 h	R\$ 286.964,31	2669 h
Total Ano	R\$ 2.365.265,58	22055 h	R\$ 2.585.235,28	24042 h	R\$ 2.748.105,10	25557 h	R\$ 2.893.754,67	26912 h	R\$ 3.047.123,66	28338 h

Fonte: Elaborado pelos autores

Observando o quadro acima, é possível notar que as vendas do primeiro ano preveem uma receita total de R\$2.365.265,58. Considera-se que, por se tratar de uma empresa nova, em busca de espaço no mercado, suas vendas começarão baixas e sofrerão aumento gradativo, durante o decorrer do exercício.

Durante o segundo ano, as vendas possuem uma previsão de aumento de 5%, com previsão de 2% para o terceiro ano, e de 1% para o quarto e quinto anos. Vale ressaltar que as informações obtidas levaram em consideração a variação de vendas de outras empresas do mesmo ramo.

4.5.2 Impostos

Sabe-se que um empreendimento desta magnitude exige grandes investimentos e sobre ele incidirá diversos impostos, federais, estaduais e municipais para que seu funcionamento ocorra dentro da legalidade. O quadro a seguir indica o impacto causado por impostos e tributações aplicáveis ao negócio:

Quadro 4 - Impostos e Tributações

Tipo do Imposto	Alíquota	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
ICMS - Interno - SP	18,00%					
IPI	5,00%					
PIS	1,65%					
COFINS	7,60%					
Simples Nacional	14,68%					
Alíquota efetiva		10,98%	11,30%	11,51%	11,67%	11,83%
Impostos s/Faturamento		R\$ 259.819,71	R\$ 292.136,59	R\$ 316.162,23	R\$ 337.823,22	R\$ 360.618,76

Fonte: Elaborado pelos autores

Observa-se que, levando em consideração todo o faturamento, a empresa está enquadrada no regime determinado pela Lei Complementar nº 123/2006 (Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte).

Com base nessa lei, o estabelecimento seguirá o regime Simples Nacional, que é uma instituição do regime tributário simplificado, unificado e facilitado para microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP), que consolida o recolhimento de tributos em uma única guia.

4.5.3 Aplicações Financeiras e Depreciações

O quadro abaixo demonstra os investimentos necessários para a construção, inauguração e inicialização das atividades:

Quadro 5 – Aplicações financeiras

Descrição dos Itens	Valor	Porcentagem
Construção Civil	R\$ 3.300.000,00	79,72%
Maquinas e Equipamentos	R\$ 200.000,00	4,83%
Veiculos	R\$ 20.000,00	0,48%
Equipamentos Informatica	R\$ 11.000,00	0,27%
Software	R\$ 8.500,00	0,21%
Móveis e Utensílios	R\$ 450.000,00	10,87%
Subtotal	R\$ 3.989.500,00	96,38%
Capital de Giro + Despesas Pré operacionais	R\$ 150.000,00	3,62%
Total Dos Usos	R\$ 4.139.500,00	100%

Fonte: Elaborado pelos autores

Considerando que serão utilizados recursos próprios oriundo dos sócios para abertura do empreendimento, é possível evitar os altos juros do mercado, tornando os gastos menores e melhorando o rendimento e demais resultados futuros da empresa.

A depreciação é um fator de extrema importância ao realizar um plano financeiro. Trata-se da desvalorização que os bens móveis e imóveis sofreram ao decorrer dos anos. “A mensuração da depreciação é um fato que altera a composição patrimonial das entidades e implica na qualidade da tomada de decisão” (GRACILIANO e FIALHO, 2013, p.15).

Quadro 6 - Depreciações

Quadro de Depreciação				
Descrição dos Itens	% (a a)	Valor Investimento	Depre. Mensal	Depre. Anual
Construção Civil	4%	R\$ 3.300.000,00	R\$ 11.000,00	R\$ 132.000,00
Máquinas e Equipamentos	10%	R\$ 200.000,00	R\$ 1.666,67	R\$ 20.000,00
Veículos	20%	R\$ 20.000,00	R\$ 333,33	R\$ 4.000,00
Equipamentos Informática	20%	R\$ 11.000,00	R\$ 183,33	R\$ 2.200,00
Softwares	20%	R\$ 8.500,00	R\$ 141,67	R\$ 1.700,00
Móveis e Utensílios	10%	R\$ 450.000,00	R\$ 3.750,00	R\$ 45.000,00
Total		R\$ 3.989.500,00	R\$ 17.075,00	R\$ 204.900,00

Fonte: Elaborado pelos autores

O quadro anterior apresenta uma previsão de depreciação mensal e anual, juntamente com os valores investidos para a construção e aquisição de bens tangíveis e intangíveis. Os bens que demonstram maior depreciação são os veículos, os equipamentos de informática, os softwares, os móveis, os utensílios, as máquinas, os equipamentos e as instalações (obras, reformas e construção civil). Já elementos como terreno não sofrerão depreciação tendo, ao contrário, forte tendência de valorização. O valor total de depreciação será de R\$204.900,00 anualmente.

4.5.4 Salários e Encargos

Quadro 7 - Quadro de Pessoal

Cargos	Qtde.	Remuneração		
		Piso Salárial	Valor Contratual	Total por Cargo
Supervisor	1	R\$ 2.221,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.609,09
Assistente Administrativo	1	R\$ 1.356,57	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Recepicionista	4	R\$ 1.223,14	R\$ 1.750,00	R\$ 7.865,46
Governanta	3	R\$ 1.938,00	R\$ 3.200,00	R\$ 10.828,00
Camareiras	8	R\$ 1.236,00	R\$ 1.450,00	R\$ 12.598,19
Lavandeiros	3	R\$ 938,00	R\$ 1.300,00	R\$ 4.640,00
Copeiro	3	R\$ 1.014,00	R\$ 1.600,00	R\$ 5.540,00
Total	23	R\$ 9.926,71	R\$ 15.300,00	R\$ 48.080,74

Fonte: Elaborado pelos autores

O quadro anterior apresenta todas as áreas necessárias para as quais devem ser contratados funcionários especializados, assim como o valor de seus salários mensais, abordando desde seu salário contratual até a quantia paga por cargo, considerando seu adicional noturno.

Quadro 8 - Encargos Salariais

Encargos sobre Salários			
Descrição	Desembolso	%	Observações
SAT-Seg. Acid. Trabalho	Mensal - Mês Seguinte	0,00%	Optantes Simples = 0%
FGTS	Mensal - Mês Seguinte	8,00%	
Férias	Anual	11,11%	1/3 de férias
INSS+FGTS s/Férias	Anual	0,89%	
Décimo Terceiro	Anual em Dezembro	8,33%	
INSS+FGTS s/ 13º	Anual em Dezembro	0,67%	
Multa FGTS - Provisão Rescisão	Eventual	4,00%	Multa 50% FGTS
Total		33,00%	

Fonte: Elaborada pelos autores

O quadro anterior apresenta os custos com os direitos que um funcionário possui. É notável que os maiores encargos do percentual são provenientes do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), do décimo terceiro salário e das férias, que, somando-se aos demais, totalizam um montante de 33% dos encargos.

Quadro 9 - Projeção de Custos de Pessoal

Mês	Folha Pgt	% efetivo no 1º ano	Ano				
			1	2	3	4	5
Varição Salarial	-	-	-	6%	6%	6%	6%
Janeiro	R\$ 48.080,74	100%	R\$ 48.080,74	R\$ 50.965,58	R\$ 53.850,43	R\$ 56.735,27	R\$ 59.620,12
Fevereiro	R\$ 48.080,74	100%	R\$ 48.080,74	R\$ 50.965,58	R\$ 53.850,43	R\$ 56.735,27	R\$ 59.620,12
Março	R\$ 48.080,74	100%	R\$ 48.080,74	R\$ 50.965,58	R\$ 53.850,43	R\$ 56.735,27	R\$ 59.620,12
Abril	R\$ 48.080,74	100%	R\$ 48.080,74	R\$ 50.965,58	R\$ 53.850,43	R\$ 56.735,27	R\$ 59.620,12
Maio	R\$ 48.080,74	100%	R\$ 48.080,74	R\$ 50.965,58	R\$ 53.850,43	R\$ 56.735,27	R\$ 59.620,12
Junho	R\$ 48.080,74	100%	R\$ 48.080,74	R\$ 50.965,58	R\$ 53.850,43	R\$ 56.735,27	R\$ 59.620,12
Julho	R\$ 48.080,74	100%	R\$ 48.080,74	R\$ 50.965,58	R\$ 53.850,43	R\$ 56.735,27	R\$ 59.620,12
Agosto	R\$ 48.080,74	100%	R\$ 48.080,74	R\$ 50.965,58	R\$ 53.850,43	R\$ 56.735,27	R\$ 59.620,12
Setembro	R\$ 48.080,74	100%	R\$ 48.080,74	R\$ 50.965,58	R\$ 53.850,43	R\$ 56.735,27	R\$ 59.620,12
Outubro	R\$ 48.080,74	100%	R\$ 48.080,74	R\$ 50.965,58	R\$ 53.850,43	R\$ 56.735,27	R\$ 59.620,12
Novembro	R\$ 48.080,74	100%	R\$ 48.080,74	R\$ 50.965,58	R\$ 53.850,43	R\$ 56.735,27	R\$ 59.620,12
Dezembro	R\$ 48.080,74	100%	R\$ 48.080,74	R\$ 50.965,58	R\$ 53.850,43	R\$ 56.735,27	R\$ 59.620,12
Total Salários	R\$ 576.968,88	100%	R\$ 576.968,88	R\$ 611.587,01	R\$ 646.205,15	R\$ 680.823,28	R\$ 715.441,41
Encargos s/ Salários							
SAT-Seg. Acid. Trabalho	R\$ -	0,00%	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
FGTS	R\$ 46.157,51	8,00%	R\$ 46.157,51	R\$ 48.926,96	R\$ 51.696,41	R\$ 54.465,86	R\$ 57.235,31
Férias	R\$ 64.101,24	11,11%	R\$ 64.101,24	R\$ 67.947,32	R\$ 71.793,39	R\$ 75.639,47	R\$ 79.485,54
INSS+FGTS s/ Férias	R\$ 5.135,02	0,89%	R\$ 5.135,02	R\$ 5.443,12	R\$ 5.751,23	R\$ 6.059,33	R\$ 6.367,43
Décimo Terceiro	R\$ 48.061,51	8,33%	R\$ 48.061,51	R\$ 50.945,20	R\$ 53.828,89	R\$ 56.712,58	R\$ 59.596,27
INSS+FGTS s/ 13ª	R\$ 3.865,69	0,67%	R\$ 3.865,69	R\$ 4.097,63	R\$ 4.329,57	R\$ 4.561,52	R\$ 4.793,46
Multa FGTS - Provisão Rescisão	R\$ 23.078,76	4,00%	R\$ 23.078,76	R\$ 24.463,48	R\$ 25.848,21	R\$ 27.232,93	R\$ 28.617,66
Total Encargos	R\$ 190.399,73		R\$ 190.399,73	R\$ 201.823,71	R\$ 213.247,70	R\$ 224.671,68	R\$ 236.095,67
Total Custo de Pessoal	R\$ 767.368,61		R\$ 767.368,61	R\$ 813.410,73	R\$ 859.452,84	R\$ 905.494,96	R\$ 951.537,08

Fonte: Elaborado pelos autores

A tabela acima mostra as despesas com funcionários, partindo da folha de pagamento para os impostos salariais, pagos mensalmente durante cinco anos com variação salarial de 7%, com base em registro médio nos últimos anos. Como não há expectativa de expansão, o quadro de funcionários da empresa não mudará por pelo menos cinco anos. O valor das quantidades vendidas, projetadas no quadro de vendas, é suportado pelo quadro pessoal previsto.

4.5.5 Custos Variáveis e Fixos

Quadro 10 - Custos Variáveis

Quadro de Custos Variaveis (Compras)												
Descrição	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
Suite Standard	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suite Master	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suite Tematica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suite Delux	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bebidas	2.718,00	2.972,00	3.405,00	3.265,00	3.442,50	4.782,52	4.880,19	4.880,19	5.185,00	4.880,19	4.880,19	5.197,50
Comidas	1.494,32	1.560,71	1.940,98	1.840,24	1.952,05	2.049,65	2.091,51	2.091,51	2.222,14	2.091,51	2.091,51	2.227,50
Extras	1.992,42	2.080,94	2.587,98	2.453,65	2.602,73	2.732,87	2.788,68	2.788,68	2.962,86	2.788,68	2.788,68	2.970,00
Total	6.204,74	6.613,65	7.933,96	7.558,88	7.997,28	9.565,03	9.760,38	9.760,38	10.370,00	9.760,38	9.760,38	10.395,00

Fonte: Elaborado pelos autores

O quadro acima representa os custos variáveis, que estão ligados diretamente ao consumo dentro dos quartos, ou seja, quanto mais vendas, maiores serão os custos. Nota-se o crescimento das vendas estão ligadas diretamente à variação de ocupação dos quartos.

Quadro 11: Custos Fixos

Descrição	Ano 1		Ano 2		Ano 3		Ano 4		Ano 5	
	Valor		Valor	Reajuste	Valor	Reajuste	Valor	Reajuste	Valor	Reajuste
Salários	R\$ 576.968,88		R\$ 611.587,01	-	R\$ 646.205,15	-	R\$ 680.823,28	-	R\$ 715.441,41	-
Encargos salariais	R\$ 190.399,73		R\$ 201.823,71	-	R\$ 213.247,70	-	R\$ 224.671,68	-	R\$ 236.095,67	-
Depreciações	R\$ 204.900,00		R\$ 204.900,00	-	R\$ 204.900,00	-	R\$ 204.900,00	-	R\$ 204.900,00	-
Água	R\$ 18.000,00		R\$ 18.900,00	5%	R\$ 19.845,00	5%	R\$ 20.837,25	5%	R\$ 21.879,11	5%
Energia Elétrica	R\$ 49.200,00		R\$ 51.660,00	5%	R\$ 54.243,00	5%	R\$ 56.955,15	5%	R\$ 59.802,91	5%
Telefone	R\$ 1.080,00		R\$ 1.134,00	5%	R\$ 1.190,70	5%	R\$ 1.250,24	5%	R\$ 1.312,75	5%
Combustível	R\$ 6.000,00		R\$ 6.300,00	5%	R\$ 6.615,00	5%	R\$ 6.945,75	5%	R\$ 7.293,04	5%
Correios	R\$ 960,00		R\$ 1.008,00	5%	R\$ 1.058,40	5%	R\$ 1.111,32	5%	R\$ 1.166,89	5%
Honorários contábeis	R\$ 5.400,00		R\$ 5.670,00	5%	R\$ 5.953,50	5%	R\$ 6.251,18	5%	R\$ 6.563,73	5%
Pro-labore	R\$ 50.400,00		R\$ 52.920,00	5%	R\$ 55.566,00	5%	R\$ 58.344,30	5%	R\$ 61.261,52	5%
Encargos s/Pro-labore	R\$ 3.000,00		R\$ 3.150,00	5%	R\$ 3.307,50	5%	R\$ 3.472,88	5%	R\$ 3.646,52	5%
Internet	R\$ 2.880,00		R\$ 3.024,00	5%	R\$ 3.175,20	5%	R\$ 3.333,96	5%	R\$ 3.500,66	5%
Materiais de Escritório	R\$ 3.600,00		R\$ 3.780,00	5%	R\$ 3.969,00	5%	R\$ 4.167,45	5%	R\$ 4.375,82	5%
Materiais de Limpeza	R\$ 33.600,00		R\$ 35.280,00	5%	R\$ 37.044,00	5%	R\$ 38.896,20	5%	R\$ 40.841,01	5%
Propaganda e Informática	R\$ 24.000,00		R\$ 25.200,00	5%	R\$ 26.460,00	5%	R\$ 27.783,00	5%	R\$ 29.172,15	5%
Seguros	R\$ 4.800,00		R\$ 5.040,00	5%	R\$ 5.292,00	5%	R\$ 5.556,60	5%	R\$ 5.834,43	5%
Taxas e Impostos (Ippa, Iptu, etc.)	R\$ 1.200,00		R\$ 1.260,00	5%	R\$ 1.323,00	5%	R\$ 1.389,15	5%	R\$ 1.458,61	5%
Vistoria Anual (ART 01/12)	R\$ 3.600,00		R\$ 3.780,00	5%	R\$ 3.969,00	5%	R\$ 4.167,45	5%	R\$ 4.375,82	5%
Alvara De Funcionamento	R\$ 1.800,00		R\$ 1.890,00	5%	R\$ 1.984,50	5%	R\$ 2.083,73	5%	R\$ 2.187,91	5%
Sindicato	R\$ 4.200,00		R\$ 4.410,00	5%	R\$ 4.630,50	5%	R\$ 4.862,03	5%	R\$ 5.105,13	5%
Serviços Terceirizados	R\$ 60.000,00		R\$ 63.000,00	5%	R\$ 66.150,00	5%	R\$ 69.457,50	5%	R\$ 72.930,38	5%
Total	R\$ 1.245.988,61		R\$ 1.305.716,73		R\$ 1.366.129,14		R\$ 1.427.260,08		R\$ 1.489.145,45	

Fonte: Elaborado pelos autores

O quadro acima apresenta todos os custos fixos que a empresa terá para permanecer em funcionamento durante os anos iniciais, por possuir apenas um sócio representante, o pró-labore será um dos maiores custos: custará R\$50.400,00. Por funcionar vinte quatro horas ao dia, os gastos com energia elétrica custará R\$49.200,00 seguidos dos custos com material de limpeza e conservação, com R\$33.600,00. Com isso, no primeiro ano, o gasto geral será de R\$1.245.588,61.

4.5.6 Demonstrativo do Resultado de Exercício

Quadro 12 - DRE (Demonstrativo do Resultado de Exercício)

DESCRIÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
(+) Receita de Vendas	R\$ 2.365.265,58	R\$ 2.585.235,28	R\$ 2.748.105,10	R\$ 2.893.754,67	R\$ 3.047.123,66
(-) Impostos	R\$ 259.819,71	R\$ 292.136,59	R\$ 316.162,23	R\$ 337.823,22	R\$ 360.618,76
(=) Receita Operacional Líquida	R\$ 2.105.445,87	R\$ 2.293.098,69	R\$ 2.431.942,87	R\$ 2.555.931,45	R\$ 2.686.504,90
(-) Custos Variáveis	R\$ 105.680,04	R\$ 116.248,04	R\$ 124.385,40	R\$ 131.848,53	R\$ 139.759,44
(=) Margem de Contribuição	R\$ 1.999.765,83	R\$ 2.176.850,65	R\$ 2.307.557,47	R\$ 2.424.082,92	R\$ 2.546.745,47
(-) Custos Fixos	R\$ 1.245.988,61	R\$ 1.305.716,73	R\$ 1.366.129,14	R\$ 1.427.260,08	R\$ 1.489.145,45
(=) Lucro Antes do I.R.P.J. e C.S.S.L.	R\$ 753.777,22	R\$ 871.133,92	R\$ 941.428,32	R\$ 996.822,85	R\$ 1.057.600,02
(=) Resultado antes do IRPJ E CSSL	R\$ 753.777,22	R\$ 871.133,92	R\$ 941.428,32	R\$ 996.822,85	R\$ 1.057.600,02
(-) IRPJ e CSSL	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(=) Lucro Líquido do Exercício	R\$ 753.777,22	R\$ 871.133,92	R\$ 941.428,32	R\$ 996.822,85	R\$ 1.057.600,02

Fonte: Elaborado pelos autores

Conforme os dados apresentados no quadro acima, observa-se que, da receita bruta de R\$2.365.265,58, subtraindo os impostos, comissões e royalties, chegou-se à receita líquida de R\$2.105.445,87. Em seguida, ao subtrair os custos variáveis, a margem de contribuição será de R\$1.999.765,83.

Do valor da margem de contribuição, ainda será preciso descontar também os custos fixos, obtendo-se o lucro antes do imposto de renda, que já foram deduzidos anteriormente, por já estarem incluídos dentro do regime Simples Nacional, resultando no montante de R\$753.777,22, o qual, neste caso, é o resultado líquido do exercício no primeiro período.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste tópico serão apresentados os resultados do levantamento realizado por meio de questionário na cidade de Teodoro Sampaio - SP, que contou com a participação de 164 pessoas. Primeiramente, buscou-se identificar o sexo dos participantes.

Tabela 1 - Sexo

OPÇÕES	QUANTIDADE	PORCENTAGEM
Masculino	68	41%
Feminino	52	32%
Não declarou	44	27%
Total	164	100%

Fonte: Elaborada pelos autores

Como pode ser visto na tabela acima, a maior parte dos entrevistados pertence ao sexo masculino, indicando que os homens se sentem mais confortáveis em compartilhar sua opinião sobre motéis do que as mulheres.

Em seguida, questionou-se a idade dos indivíduos e pode-se observar a predominância do público jovem, que possui entre 17 e 21 anos de idade.

Tabela 2 - Idade

OPÇÕES	QUANTIDADE	PORCENTAGEM
17 a 21	80	49%
22 a 26	31	19%
32 a 46	9	5%
Não declarou	44	27%
Total de entrevistados	164	100%

Fonte: Elaborada pelos autores

A próxima questão buscou identificar quais eram os fatores essenciais no momento da escolha de um motel para frequentar. Ela apresentava cinco opções, das quais o questionado poderia escolher mais de uma, de acordo com seu julgamento.

Tabela 3 - Fatores fundamentais na escolha de um motel

OPÇÕES	QUANTIDADE	PORCENTAGEM
Decoração	72	43,9%
Reputação	104	63,41%
Privacidade	108	65,85%
Localização	111	67%
Valor	120	73,17%
Higiene	124	75,61%
Serviços Adicionais	126	76,83%

Fonte: Elaborada pelos autores

Mais de três quartos dos entrevistados consideram a higiene (75,61%) e a existência de serviços adicionais (76,83%), fatores fundamentais na escolha de um motel, enquanto fatores decorativos não são tão considerados, sendo visto como fundamental por menos da metade dos entrevistados (43,9%).

A próxima pergunta pretendia identificar a opinião dos munícipes sobre a abertura de um motel, se consideravam favorável ou não a implantação do empreendimento na cidade.

Tabela 4 – A visão dos participantes sobre motéis

Opinião	Quantidade	PORCENTAGEM
Favorável	160	98%
Desfavorável	4	2%

Fonte: Elaborada pelos autores

Enquanto quase todos os questionados possuem opiniões positivas sobre motéis (98%), somente uma pequena parcela (2%), possui uma opinião negativa, opinião essa que pode ter se originado de experiências negativas em motéis ou do preconceito enraizado na sociedade.

O questionário aplicado também tinha a intenção de compreender o público-alvo e suas experiências anteriores com negócios do ramo, por meio da pergunta “já frequentou um motel?”. E obteve as seguintes respostas:

Tabela 5 - Já frequentou um motel?

OPÇÃO	QUANTIDADE	PORCENTAGEM
SIM	90	54,87%
NÃO	74	45,13%

Fonte: Elaborada pelos autores

Enquanto mais da metade dos questionados (54,87%), já possuem experiência com motéis, a outra parte (45,13%), apesar de não possuírem a experiência, devido aos mais variados motivos, todos declaram que possuem vontade de vivenciar essa experiência.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Independente de seu porte, toda empresa necessita de uma análise de plano de negócio com o propósito de verificar sua viabilidade. A ausência de sua realização, antes ou durante o seu exercício, pode acarretar no fechamento antecipado do negócio. Além disso, com o plano

de viabilidade, torna-se possível adquirir uma visão sistemática sobre o funcionamento da empresa.

Para realização da análise de viabilidade da implantação do Motel Afrodite no Município de Teodoro Sampaio - SP, foram levantados dados financeiros, econômicos e demográficos e orçamentos regionais, buscando dados verídicos e atuais.

De acordo com os levantamentos, projeções e análises realizadas, torna-se possível alcançar a conclusão sobre a viabilidade do negócio, indicando que a hipótese inicialmente apresentada é válida. O empreendimento possui um tempo de retorno sobre investimento de aproximadamente cinco anos. Ressaltando que, além dos valores de faturamento, ao final do quinto ano a estrutura predial estará em perfeitas condições, e com alta probabilidade de seu valor de mercado estar acima do investido, sendo considerado o momento ideal para realizar investimentos que iriam possuir impacto positivo nas despesas. Além disso, considerando as condições demográficas e geográficas, ao final dos cinco anos, a marca estará fortemente conhecida no mercado, seguindo em uma reta crescente.

Por fim, espera-se que o presente trabalho de conclusão de curso possa servir como base para aqueles que queiram aprofundar seus conhecimentos sobre o setor moteleiro, pois, ainda que brevemente, o artigo apresenta a história e o carácter dos motéis. Além de ser um direcionamento inicial para a implantação de um negócio rentável, despertando o interesse daqueles que desejarem empreender no ramo.

REFERÊNCIAS

ALDRIGUI, M. **Meios de hospedagem**. São Paulo, Brasil: Aleph, 2007.

BARROS, J. C. LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1986.

BORELLA, H. **Motéis: Assimetrias e Simetrias com a prática Hoteleira**. Porto Alegre: SENAC/RS, 2005.

BRASIL. Projeto de Lei Nº 6.308 de 2019. **Altera a Lei nº 10.257, de 10 de Julho de 2001, para proibir a instalação e o funcionamento de boates, casas noturnas e correlatas em áreas urbanas**. Disponível em:
<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1856904>

Acesso em: 26 Jun 2024

CAVALCANTI, D. **Arquitetura de Motéis Cariocas: Espaço e Organização Social**. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

EMBRATUR. Deliberação Normativa nº 429, de 23 de abril de 2002. *Regulamento Geral dos Meios de Hospedagem*. Disponível em: <<https://www.feriasvivas.org.br/wp-content/uploads/2014/09/deliberacao-020423-429.pdf>>. Acesso em: 07 Mai 2024.

FREITAS, H. O. S. **Metodologia Científica**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

GERHARDT, H. B. B. SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa**. 2. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOVBR. Ministério da Saúde. *Departamento de HIV, Aids, Tuberculose, Hepatites Virais e Infecções Sexualmente Transmissíveis*. 2024. Disponível em: <<https://www.gov.br/aids/pt-br/assuntos/hiv-aids>>. Acesso em: 12 jun. 2024.

GRACILIANO, E. A. FIALHO, W. C. D. **Registro da depreciação na contabilidade pública: uma contribuição para o disclosure de gestão**. Pensar Contábil, Rio de Janeiro, v. 15, n. 56, p. 14 - 21

HISRICH, R. D. PETERS, M. P. SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Censo 2022: População e Domicílios*. 2022. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/teodoro-sampaio.html>>. Acesso em: 12 jun. 2024.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: Uma orientação aplicada**. 3. ed. Porto Alegre : Bookmann, 2001

MARCONI. M. A. LAKATOS, E.M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

SCORSOLINI-COMIN, F. **Missão, visão e valores como marcas do discurso nas organizações de trabalho**. Universidade Federal do Triângulo Mineiro. Psico, Uberaba, 43, n. 3, pp. 325-333, jul./set. 2012.

TASHAKKORI, A. TEDDLIE, C. **Manual de métodos mistos em pesquisa social e comportamental**. Publicações Sábias, 2010.