

## Análise de viabilidade econômica para a implantação de uma agência de turismo receptivo para Jaraguá do Sul-SC e região.

Josiane Carla Jamoski Luciani  
josianejamoski@hotmail.com

Edison Ryu Ishikura  
ishikura@furb.br.

Fundação Regional de Blumenau (FURB) –Blumenau, SC, Brasil

### RESUMO

*Este artigo tem como objetivo avaliar a viabilidade econômica para a implantação uma empresa especializada em agenciar turismo receptivo para Jaraguá do Sul - SC e região. Considerando que Jaraguá do Sul e região possui um imenso potencial turístico e que não há nenhuma agência de turismo receptivo, considerou-se a possibilidade de investimento no ramo turístico. Buscou pesquisar, o potencial turístico da região e quais os recursos necessários para este empreendimento. A escolha do tema deve-se a percepção de crescimento no mercado turístico, e o desafio de conhecimento de novos negócios. Neste contexto o artigo aborda as potencialidades e análise financeira. O novo empreendimento é viável, porém é necessário observar os períodos para o retorno de investimento apresentados neste artigo.*

Palavras-Chave: Gestão. Turismo Receptivo. Empreendimento. Viabilidade Econômica.

### 1. INTRODUÇÃO

O presente artigo tem por finalidade construir um diagnóstico acerca de um novo empreendimento, focando-se a prospecção de negócio voltado ao ramo de serviços, especificamente uma Agência de Turismo Receptivo.

Atualmente, a velocidade das mudanças tecnológicas e sócio-culturais é preocupante, cada instante surgem novos desafios para os profissionais e para as empresas. Com isso surgem novos negócios e oportunidades para os empreendedores.

Muitas pessoas buscam ter seu próprio negócio, tomam a decisão e iniciam um novo negócio, esquecendo-se que é necessário averiguar vários aspectos para dar início e continuidade ao mesmo. Sabe-se que são muitas as empresas diariamente fecham suas portas e cerca da metade dos novos empreendimentos abertos no Brasil não passam do primeiro ano, e somente vinte por cento deles chegam ao quinto ano de vida. Para que isto não aconteça é necessário um estudo prévio da idéia do negócio e verificar a viabilidade do mesmo, pois de nada adianta ter idéias de abrir um negócio, sem a convicção de que é realmente vai ser um bom investimento. Para De Modri (1998, p.39) empreendedores são pessoas que perseguem o benefício, trabalham, individual e coletivamente. Podem ser definidos como indivíduos que movam, identificam e criam oportunidades de negócios, montam e coordenam novas combinações de recursos (funções de produção), para extrair os melhores benefícios de suas inovações num meio incerto.

Definir estratégias e ações para se manter competitivo não são tarefas fáceis, requer estudo minucioso de diversas variáveis que podem ser políticas, econômicas, financeiras, ambientais, entre outras. Em uma época onde, ser empreendedor é quase um imperativo, é muito importante lembrar que por trás de novas idéias, existe muito mais do que uma visão de futuro, onde análise, planejamento e capacidade de implementação são elementos essenciais no sucesso de um novo empreendimento. Dornelas (2001, p.161-170), define muito

---

claramente a questão do planejamento financeiro quando diz que “a parte financeira é, para muitos empreendedores, a mais difícil do plano de negócios”. Isso porque ela deve refletir em números tudo o que foi escrito até então nas outras seções do plano, incluindo investimentos, gastos com marketing, despesas com vendas, gastos com pessoal, custos fixos e variáveis, projeção de vendas, análises de rentabilidade do negócio etc.

O Brasil está se tornando, ainda de forma tímida, porém lúdico, um mercado turístico competitivo e bastante atrativo. Já são inúmeros os investimentos no setor turístico (nacional e estrangeiro), em infra-estrutura básica e turística, o problema é saber se a implantação deste novo negócio é viável. Para descobrir isso, é preciso: analisar a potencialidade do mercado turístico da região de Jaraguá do Sul para este segmento; identificar quais são os recursos (físicos, humanos e financeiros) necessários para o empreendimento; verificar a viabilidade econômica e financeira para implantação desta empresa.

Este artigo tem como objetivo avaliar a viabilidade econômica para a implantação uma empresa especializada em agenciar turismo receptivo para Jaraguá do Sul - SC e região.

Uma justificativa para tal empreendimento é que vivemos em uma sociedade capitalista, onde as pessoas não trabalham mais para viver, e sim acabam vivendo para trabalhar, em consequência disso aumentam consideravelmente os números de tratamentos de stress e depressão, Com isso crescem muito a busca por atividades de lazer, atividades que proporcionam momentos de relaxamento, paz interior e diversão, como meio de recompor as forças despendidas do trabalho.

## **2. TURISMO**

### **2.1. CONCEITUANDO TURISMO**

Sempre que se fala em turismo, é associado o termo à viagem, aos deslocamentos humanos de um local (cidade, país ou região) a outra. A viagem é, sem dúvida, a forma mais concreta de manifestação do turismo. Mas o turismo é muito mais que isso é um campo de atividade profissional que exige pessoas preparadas para criar e gerenciar esses serviços, é também um fator de desenvolvimento econômico.

De acordo com Senac (1998, p.9) pode-se dizer que turismo é a “viagem ou excursão feita por prazer a locais que despertam interesse”. O autor ainda diz, em outros termos define-se turismo como uma “atividade que envolve o deslocamento temporário de pessoas para outra região, país ou continente, visando à satisfação de necessidades outras que não o exercício de uma função remunerada”. Segundo a EMBRATUR: "A atividade econômica representada pelo conjunto de transações turísticas (compra e venda de bens e serviços)." Já a OMT (Organização Mundial de Turismo) conceitua como sendo: " Deslocamento voluntário e temporário do homem fora sua residência habitual, por uma razão diferente que a de exercer uma atividade remunerada."

### **2.2. MERCADO TURÍSTICO**

O turismo é uma atividade que movimentava bilhões de dólares por ano, e envolve uma diversidade de serviços e pessoal especializado e atinge centenas e milhares de pessoas em todo o mundo. Senac (1998), o turismo é o setor que mais cresce no mundo e contribui para a

---

economia mundial. Tarifas de viagens, gastos com compras, hospedagem, alimentação são itens permanentes das despesas com o turismo, o que faz dessa atividade um negócio altamente rentável, tanto para grupos empresariais como para a sociedade como um todo.

O volume de negócios em torno da atividade turística é de tal ordem que envolve os mais diferentes interesses econômicos, representados por vários ramos. Os negócios decorrentes do turismo são capazes de propiciar crescimento econômico ao núcleo receptor, uma vez que contribuem para aumentar a oferta de empregos, renda, nível de vida e, ainda, ativar outros setores produtivos. Além disso, o crescimento do turismo traz desenvolvimento de infra-estrutura - transporte e comunicação em regiões de potencial turístico. Tudo isso torna o turismo um mercado altamente competitivo, o que vem mobilizando governos e o empresariado internacional em torno de estratégias de planejamento capazes de garantir o equilíbrio entre oferta e a demanda, condição indispensável ao desenvolvimento de qualquer um dos setores da economia.

Em economia, o termo oferta corresponde à quantidade de bens ou serviços colocados à disposição dos consumidores, num determinado setor de atividade produtiva. A demanda por sua vez, refere-se à quantidade de consumidores que desejam e podem adquirir esses bens ou serviços. A estabilidade do mercado depende, entre outros fatores, do equilíbrio entre esses dois componentes.

### **3. METODOLOGIA**

A metodologia é uma fase bastante complexa, por isso é muito importante saber como a mesma será aplicada para a concretização do projeto. Será feita uma pesquisa, conforme Gil (1995, p.19) “pode-se definir pesquisa como o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos”.

Existem várias classificações de pesquisa, para este projeto foram utilizadas pesquisas qualitativa, exploratórias e descritivas.

#### **3.1. PLANO OU DELINEAMENTO DA PESQUISA**

A fase exploratória foi destinada para reunir os dados e informações favoráveis e desfavoráveis para a implantação do empreendimento, para tanto, dividiu-se o processo de delineamento da pesquisa nas seguintes fases:

Revisão bibliográfica: através da revisão bibliográfica já efetuada, buscaram-se conceitos e opiniões sobre o assunto para melhor estudo do projeto.

Conhecer e analisar o mercado turístico: pesquisas através de órgãos governamentais e busca de informações relevantes ao turismo.

Busca de informações a Órgãos Públicos e Privados: conhecer quais os requisitos para trabalhar neste ramo, quais incentivos para esta atividade.

#### **3.2. COLETA DE DADOS**

Quando se fala em turismo receptivo fica difícil realizar pesquisa com futuros clientes, então se optou por realizar entrevistas com pessoas que já atuaram ou que atuam no ramo de turismo, entrevista com proprietários de agências deste segmento como também a busca de informações em Órgãos Públicos e Privados. A pesquisa bibliográfica também foi utilizada

---

como fontes de informações, foram utilizadas fontes primárias, sites, folders, catálogos, e como fonte secundária, livros de autores renomados. Também foram utilizados orçamentos, e pesquisas de custo para montagem dos serviços oferecidos, estas feitas em consulta com possíveis fornecedores de bens e serviços.

As entrevistas com pessoas que já atuam ou atuaram na área, foram feitas de forma informal sem questões previamente definidas, buscou-se através de uma conversa verificar como funciona o mercado turístico. Com os Órgãos Públicos, procurou-se buscar informações sobre os pontos turísticos de Jaraguá do Sul e região, bem como a demanda turística de Jaraguá do Sul, esta se deu pessoalmente na Secretaria de Turismo de Jaraguá do Sul.

Para a parte de investimentos, procurou-se saber qual a infra-estrutura necessária para uma agência, e a partir disso, buscou-se através de contato telefônico as informações sobre preço de móveis e aluguel de sala comercial.

### 3.3. ANÁLISE DOS DADOS

Através dos dados coletados, foram analisados e utilizados para se propor roteiros a serem trabalhos pela agência em questão, bem como para elaboração de estratégia de atuação neste mercado e para verificar se o empreendimento é viável ou não.

## 4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Agência de turismo é uma empresa que tem como atividade à venda de passagens avulsas para pessoas físicas ou jurídicas, a revenda de pacotes turísticos por operadoras de turismo. São também atividades da agência, intermediação na venda de passagens aéreas, reserva de hotéis, locação de carros e ônibus, fornecimento de guias de turismo, reserva e compra de ingressos para espetáculos, planejamento de atividades esportivas, culturais, lazer, recreativas, educacionais, etc. Um pacote turístico, geralmente, é composto de hospedagem, transporte, alimentação, traslado, serviço de guias dentre outros. Os pacotes podem ser elaborados de forma individual, isto é, sob medida para as necessidades de cada cliente, ou em grupo. Uma agência de viagens deve ter constante atenção a qualidade dos serviços e ao atendimento as necessidades do cliente.

Por causa da grande variedade de serviços que podem ser oferecidos neste tipo de negócio, é necessário que o empreendedor defina, claramente, os tipos atividades que pretende desenvolver. O conhecimento do mercado turístico que irá atuar, bem como, as boas relações com hotéis, companhias aéreas, guias turísticos, restaurantes entre outros, são de extrema importância. Conhecer e gerenciar a sazonalidade do setor é outro aspecto importante a ser considerado, verifica-se um aumento da demanda nos meses de férias, ou seja, junho, dezembro e janeiro. Para garantir a demanda nos demais meses, usualmente, as agências oferecem pacotes promocionais, baseando-se nos menores custos de hotéis, transporte, etc., da baixa temporada. Outra alternativa para geração de demanda consiste na oferta de pacotes direcionados para certos grupos de consumidores que preferem ou precisam viajar nos períodos de baixa temporada, como idosos e profissionais em viagens de negócios.

Uma boa opção para as agências também consiste na especialização de alternativas como: lua-de-mel, turismo didático para crianças e adolescentes, turismo esportivo/ecológico, turismo para terceira idade entre outros. Deve-se destacar que a especialização, apesar de facilitar as operações à agência, limita o mercado consumidor, o que pode implicar em

---

dificuldades para a empresa, caso esta não consiga se posicionar adequadamente junto ao seu mercado.

#### 4.1. TURISMO RECEPTIVO

Esta atividade tem como objetivo promover o desenvolvimento do turismo em determinada região, estado ou cidade. O primeiro passo para se planejar o turismo receptivo é fazer o inventário turístico da região, quanto mais detalhado for este inventário mais oportunidades de negócios poderão ser criadas. A empresa poderá participar de parcerias com a iniciativa privada, a fim de se criar alternativas, e contribuir para o desenvolvimento de uma determinada região. O conjunto de atrativos da região é o que leva o turismo até a localidade, a infra-estrutura da cidade e seus eventos também são fatores importantes para a decisão do turista.

Para que o turista possa desfrutar dos atrativos da cidade/região é preciso que haja infra-estrutura adequada, vias de acesso à localidade, serviços básicos de urbanização, atendimentos de emergência, sinalização turística, transporte público, etc. Estes serviços podem ser os mais variados, hotéis, restaurantes, lazer, comércio local, serviço de passeio, aluguel de equipamentos esportivos, informações turísticas etc.

#### 4.2. OBJETIVO DA AGÊNCIA

A empresa por objetivo trabalhar o turismo receptivo em Jaraguá do Sul e região, explorar as potencialidades turísticas que esta oferece, valorizando suas belezas e recursos naturais e tem como destaque à preservação do meio em que atua. Jaraguá do Sul possui uma ótima potencialidade turística, possui uma geografia favorável com seus morros, vales e montanhas, também a cultura do povo já está bastante voltada para esta atividade. Dentre tantas opções de lazer e entretenimento a agência quer oferecer os seguintes serviços: city tour; rotas da Colonização; trabalhos programados para grupos de terceira idade; roteiros sobre os caminhos de Jaraguá do Sul para estudantes; esportes radicais; treinamentos para empresas e universitários, trabalhando o espírito de equipe;

#### 4.3. ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Estrutura organizacional é a forma pela qual a empresa ordena e agrupa suas atividades e recursos, visando alcançar os objetivos e metas estabelecidas.

Localização - A escolha de um ponto comercial adequado é fator fundamental para o sucesso do empreendimento. Infra-estrutura - Para a agregação de valor de um empreendimento são necessários além de uma boa prestação de serviço, um somatório de fatores ligados à infra-estrutura como: facilidade de acesso, estacionamento, conforto, iluminação interna, equipamentos entre outros.

Recursos humanos - Ao abrir uma agência de viagens não é obrigatória uma pessoa ter curso superior em turismo, porém, é necessário que ao menos um dos sócios, ou responsável pela empresa, possua pelos menos mais de três anos de experiência profissional no exercício de atividades ligadas ao turismo. A agência contará com inicialmente com três profissionais..

---

#### 4.4. LEVANTAMENTO DAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS.

Para que a agência possa oferecer pacotes turísticos faz-se necessário o levantamento dos principais atrativos turísticos que a região onde esta vai atuar tem a oferecer. Buscou-se destacar neste levantamento os atrativos que esta agência oferecerá como opção aos clientes.

##### 4.4.1 Cidade de Jaraguá do Sul

Está situada em meio de um belíssimo vale, com morros cobertos de vegetação nativa e cachoeiras, cortada por dois principais rios da região. A cidade conserva até hoje muitas características das influências dos imigrantes europeus que aqui chegaram no século XIX. Jaraguá do Sul é sede de importantes indústrias e um excelente centro de compras, onde malhas e motores movimentam a cidade.

Anualmente no mês de outubro a cidade tem por destaque a Schützenfest, ou Festa dos Atiradores, tem sua origem nas sociedades de tiro presentes em todas as cidades de colonização germânica. São instituições muito antigas, trazidas para o Estado com a imigração. Tiveram um papel importante na vida social, cultural e recreativa dos pioneiros e com o passar dos anos enraizou-se e tornou-se parte da nossa cultura. É considerada a maior festa de atiradores do Brasil, reunindo milhares de visitantes de todas as partes do País.

Dotada de boa infra-estrutura, hotelaria, bares, restaurantes, clubes, teatro, dança e várias outras atrações, oferece ao visitante inúmeras opções de passeios, visitas a museus e pontos históricos. Gente bonita e hospitaleira trabalha no ideal de beleza e riqueza que Emílio Carlos Jourdan doou a esta cidade, atualmente considerada a cidade com melhor qualidade de vida de Santa Catarina. Destacam-se como principais pontos turísticos:

Igreja Matriz São Sebastião (Católica), Trilha do Juvenato Marista, Centro Cultural de Jaraguá do Sul, Casa Do Colonizador- Em enxaimel, Morro da Boa Vista, Museu Municipal Emílio da Silva, Parque Malwee e Shopping Center Breithaupt.

##### 4.4.2 Capacidade de Leitos em hotéis de Jaraguá do Sul

Para que a agência em questão possa ter noção de capacidade de leitos a oferecer aos turistas, que permanecerão na cidade, buscou-se através da Secretaria de Turismo a quantidade de leitos e qual a taxa de ocupação nos hotéis no ano anterior. Jaraguá do Sul possui 12 hotéis os quais juntos oferecem 1325 leitos, desde o simples ao luxo, no ano de 2005 a taxa de ocupação ficou em 30,33%, que é considerada-se pouco para uma cidade com o potencial turístico que a cidade possui.

##### 4.4.4.3 Demanda Turística de Jaraguá do Sul

Através da Secretaria Municipal de Turismo de Jaraguá do Sul, buscou-se saber qual a evolução da demanda turística da cidade de Jaraguá do Sul nos últimos anos, conforme segue:

Ano 2003: 194.110 Turistas Nacionais; 1.565 Turistas Estrangeiros; 112.063 (57,27%) vieram a Turismo; 83.612 (42,76%) vieram a Negócios.

Ano 2004: 315.965 Turistas Nacionais; 1.026 Turistas Estrangeiros; 198.277 (62,55%) vieram a Turismo; 118.714 (37,45%) vieram a Negócios.

---

A pesquisa da demanda turística é desenvolvida pela Santur - Órgão Oficial de Turismo do Estado de Santa Catarina a qual informa os números para a Secretaria Municipal de Turismo que se encarrega de divulgar a pesquisa. Vale destacar que a demanda relativa ao ano de 2005 não foi ainda disponibilizada.

Conforme informação acima se pode concluir que a demanda turística vem aumentando a cada ano, o que é bom para o crescimento do turismo na cidade. É importante destacar que mesmo Jaraguá do Sul sendo um grande pólo industrial de negócios é comprovado através da demanda que o crescimento notável vem sendo a busca pelo turismo.

#### 4.5. AVALIAÇÃO ECONÔMICA E FINANCEIRA

Na concepção do Sebrae (2005, p.39) é indispensável para qualquer tipo de negócio que a avaliação econômica e financeira seja a mais real possível, pois a mesma traduz a essência do planejamento e controle. Todo empresário deve se preocupar com o acompanhamento do desempenho de seu negócio, e saber se os produtos e serviços que está oferecendo realmente apresentam margens de contribuição adequada ao tipo de negócio explorado.

##### 4.5.1. Investimento Inicial para abertura da empresa.

Serão necessários inicialmente, R\$ 5.498,00 para montar a agência, entre máquinas, equipamentos, móveis e utensílios. Para captação desses recursos, serão injetadas R\$ 5.498,00 pelos sócios.

Tabela 1 – Investimento Inicial

Investimento inicial		
Discriminação	Quantidade	Valor (R\$)
Aluguel	1	518,00
Micro-computador	1	1.800,00
Cadeiras	4	800,00
Escrivaninha	1	200,00
Longarina	1	180,00
Estante	1	180,00
Modem	1	150,00
Impressora	1	380,00
Software	1	500,00
Domínio Internet	1	60,00
Hospedagem do site	1	30,00
Abertura da Empresa		500,00
Embratur e ABAV		200,00
<b>Total</b>		<b>5.498,00</b>

Fonte: Dados da própria pesquisa (2006)

Pode-se observar através da Tabela 1, que para o investimento inicial do empreendimento este valor é considerado baixo, mas é necessário analisar as planilhas e concluir se o investimento será viável ou não.

## 4.5.2. Despesas Mensais da empresa

A Tabela, abaixo demonstra as despesas mensais que devem ser provisionadas independente de faturamento ou não da empresa, são custos necessários para o bom funcionamento, onde são discriminados mão-de-obra mais os encargos com funcionários, retirada dos sócios, água, luz, telefone, contador, despesas com material de expediente, depreciação e manutenções. Os totais das despesas mensais da agência são de R\$ 3.153,00.

Tabela 2 – Despesas Fixas Mensais

<b>Discriminação</b>	<b>Valor (R\$)</b>
Aluguel	518,00
Honorários Contador	180,00
Água, luz, telefone	300,00
Material escritório/limpeza	60,00
Propaganda e Publicidade	200,00
Depreciação de equipamentos	60,00
Mensalidade <i>Internet</i>	50,00
Combustível	200,00
Manutenção Sistema	20,00
Pró-Labore	800,00
Auxiliar Administrativo	600,00
FGTS 8%	48,00
13º Salário 1/12	50,00
Férias 1/12 + 1/3	67,00
<b>Total</b>	<b>3.153,00</b>

Fonte: Dados da própria pesquisa (2006)

Através da Tabela 2, observa-se que o valor para manter a empresa não é alto. Por se tratar de um ramo de atividade que permite que a prestação de serviço seja terceirizada sem perder a qualidade, acredita-se que favorece a empresa no que tange os custos com encargos sociais e trabalhistas.

## 4.5.3. Receitas e custos dos serviços oferecidos

As Tabelas a seguir demonstram as receitas e custos dos serviços que a agência oferece aos turistas oriundos dos municípios limítrofes e ou turistas de cidades com distância de até 200km que fazem o turismo diário, isto é, aqueles que permanecem somente um dia na cidade.

Tabela 3 – Receita e Custo das Rotas

SERVIÇOS ROTEIROS	ROTAS Italiana, Húngara, Alemã, pacote 21 pessoas.	EMPRESARIAL (Arvorismo, Dinâmica) pacote 15 pessoas	RAPEL (Braço Esquerdo) pacote 30 pessoas	ESPECIAL hospedagem, passeios, Pomerode, Rota Alemã e Cachoeiras Corupa
Discriminação	Valor (R\$)	Valor R\$	Valor R\$	Valor R\$
Receita Bruta	420,00	900,00	1.950,00	3.000,00
Impostos 9,4%	39,48	84,60	183,30	282,00
Receita Líquida	380,52	815,40	1.766,70	2.718,00
Custos	250,00	540,00	1.230,00	1.945,00
Margem de contribuição 34%	130,52	275,40	536,70	773,00

Fonte: Dados da própria pesquisa (2006)

#### 4.5.4. Previsão de Faturamento.

Para iniciar um negócio é necessário prever o faturamento, através de números. A previsão de serviços realizados demonstra uma visão geral da empresa. Não há necessidade de apresentar uma previsão de faturamento exato, ela precisa ser clara, pois é por meio dos resultados da previsão que a direção da empresa irá tomar decisões sobre políticas e metas que deverão ser alcançadas para que os custos sejam garantidos. Uma boa previsão de faturamento faz com que a empresa consiga manter um melhor equilíbrio nos seus compromissos financeiros.

Empresa com uma previsão bem estruturada é uma empresa onde todos os envolvidos estarão sendo beneficiados, pois a saúde da mesma está sendo monitorada, em condições de ser corrigida em tempo caso haja necessidade. No caso de estar iniciando uma empresa, a previsão entra como um balizador que informa se o negócio é viável ou não, a viabilidade consiste em obter uma receita maior que os custos.

Tabela 4 – Previsão de Faturamento (Cenário Pessimista e Otimista)

Previsão de faturamento	Mercado Pessimista		Mercado Otimista	
	Valor (R\$)	%	Valor (R\$)	%
Receita Bruta	15.534,00	110,38	16.446,00	110,38
Imposto 9,4%	1.460,20	10,38	1.545,92	10,38
Receita Líquida	14.073,80	100	14.900,08	100,00
Custos	10.125,00	71,94	10.125,00	67,95
<b>Lucro Bruto</b>	<b>3.948,80</b>	<b>28,06</b>	<b>4.775,08</b>	<b>32,05</b>
Despesas Fixas	3.153,00	22,40	3.153,00	21,16
<b>Lucro do Período</b>	<b>795,80</b>	<b>5,65</b>	<b>1.622,08</b>	<b>10,89</b>

Fonte: Dados da própria pesquisa (2006)

Simulou-se na Tabela 4 uma previsão de faturamento mensal para um cenário de mercado pessimista e otimista, com baixa da demanda conseqüentemente queda de preço. e com o crescimento da demanda conseqüentemente um aumento de preço.

#### 4.5.5. Demonstrativo de Resultados

Tabela 5 – Demonstrativo de Resultado (Mercado Pessimista e Otimista)

Demonstrativo de resultado do exercício	Mercado Pessimista		Mercado Otimista	
	Valor (R\$)	%	Valor (R\$)	%
<b>(+) Receitas</b>	<b>186.408,00</b>	<b>110,38</b>	<b>197.352,00</b>	<b>110,38</b>
(-) Imposto	17.522,35	10,38	18.551,09	10,38
(=) Receita Líquida	168.885,65	100,00	178.800,91	100,00
(-) Custos	121.500,00	71,94	121.500,00	67,95
<b>(=) Resultado Bruto</b>	<b>47.385,65</b>	<b>28,06</b>	<b>57.300,91</b>	<b>32,05</b>
(-) Despesas	37.836,00	22,40	37.836,00	21,16
<b>(=) Lucro Líquido</b>	<b>9.549,65</b>	<b>5,65</b>	<b>19.464,91</b>	<b>10,89</b>

Fonte: Dados da própria pesquisa (2006)

A Tabela 5 tem por base de cálculo valores referentes à Tabela 4.

#### 4.5.6. Necessidade de Capital de Giro e Investimentos

É a soma do investimento fixo inicial mais a necessidade de capital de giro. Considera-se capital de giro, recursos necessários para manter as despesas fixas decorrentes dos três primeiros meses.

Tabela 6 – Capital Social

CAPITAL SOCIAL	
Discriminação	Valor (R\$)
Investimento Inicial	5.498,00
Despesas mensais (3 meses)	9.459,00
<b>Total Necessário</b>	<b>14.957,00</b>

Fonte: Dados da própria pesquisa (2006)

Através da Tabela 6 se sabe o valor de capital social para iniciar e manter este empreendimento. É uma informação indispensável para um investidor que quer iniciar um novo negócio, pois muitos não fazem esta previsão e acabam fechando as portas precocemente.

#### 4.5.7. Rentabilidade e Retorno de Capital

Rentabilidade é o percentual que representa o quanto rende anualmente o investimento total. É calculada dividindo-se o lucro líquido pelo investimento inicial. O retorno do capital é em quanto tempo vai ser recuperado o investimento.

Tabela 7 – Rentabilidade e Retorno de Investimento (Mercado Pessimista)

<b>Rentabilidade</b>		
<b>Descrição</b>	<b>Valor R\$</b>	<b>Pay-back</b>
Lucro Líquido	9.549,65	
Capital Social	14.957,00	
<b>Rentabilidade %</b>	<b>63,85</b>	<b>1 ano e 8 meses</b>

Fonte: Dados da própria pesquisa (2006)

Para se chegar a essa taxa de rentabilidade se usou como base os valores das Tabelas 5 e 6 . Se o lucro do período de um ano for R\$ 9.549,65, chega-se a uma taxa de rentabilidade de 63,84%a.a e o retorno do investimento se dará em 1 ano e 8 meses.

Tabela 8 – Rentabilidade e Retorno de Investimento (Mercado Otimista)

<b>Rentabilidade</b>		
<b>Descrição</b>	<b>Valor R\$</b>	<b>Pay-back</b>
Lucro Líquido	19.464,91	
Capital Social	14.957,00	
<b>Rentabilidade %</b>	<b>130,14</b>	<b>9 meses</b>

Fonte: Dados da própria pesquisa (2006)

Para se chegar a essa taxa de rentabilidade se usou como base os valores das Tabelas 5 e 6. Se o lucro do período de um ano for R\$ 19.464,91, chega-se a uma taxa de rentabilidade de 130,14%a.a e o retorno do investimento se dará em 9 meses.

Analisando as taxas de rentabilidade referente às Tabelas 7 e 8, se conclui que independente do cenário mercadológico o empreendimento é mais rentável se comparado com os fundos de investimento fixos (Título do Governo, poupança, CDB).

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve como objetivo apresentar uma análise de viabilidade econômica sobre a prospecção para um empreendimento voltado ao ramo turístico, especificamente uma Agência de Turismo Receptivo.

O mercado turístico vem crescendo e atraindo cada vez mais investidores, pois é um ramo promissor, que aquece a economia de um País. Trata-se de uma atividade com variadas possibilidades de investimento e seus serviços podem ser direcionados aos mais diversos tipos de consumidores, sem limites de idade, sexo, raça ou cor.

Quando se fala em investimento em um novo empreendimento, logo, pensa-se que terá um alto custo inicial. Ao se fazer o levantamento de investimento inicial deste empreendimento, conclui-se que não é alto o investimento para se iniciar uma agência, por se tratar do ramo de serviços e não exigir uma grande infra-estrutura. Outro aspecto favorável, é poder trabalhar-se com mão-de-obra terceirizada, reduzindo assim custos com encargos sociais e trabalhistas.

Analisando as projeções de faturamento conforme Tabela 4, conclui-se que para o empreendimento ser rentável e manter-se no mercado, é necessário trabalharmos focando a Tabela 4 em uma visão otimista, por ser um número possível de pacotes vendidos a serem atendidos com qualidade pela empresa que economicamente conseguirá cumprir seus

compromissos mensais.

O retorno sobre o investimento se considerarmos como base à Tabela 8, tem-se uma taxa de rentabilidade de 130,14% a.a e um pay-back de 9 mês, conclui-se que o negócio é viável, tanto economicamente, como mercadologicamente.

Como não há uma empresa explorando as rotas da colonização, pode-se observar no levantamento das potencialidades turísticas, que as mesmas estão de certa forma abandonadas, até mesmo por falta de incentivo, e interesse da própria comunidade que nelas habitam e investir no turismo.

Observa-se também que a demanda turística de Jaraguá do Sul vem crescendo gradativamente, como nossa cidade é um forte pólo industrial tem-se em mente que esse crescimento está ligado a negócios, mas conforme números apresentados na demanda turística comprova-se que a maioria vem em busca do turismo como opção de lazer. Outro ponto observado no levantamento de hotéis, é que apesar de oferecer um bom número de leitos a taxa de ocupação é baixa.

Como o projeto em questão envolve vários prestadores de serviços, seria de grande valia desenvolver uma pesquisa mais coerente. Para tanto sugere-se novas pesquisas buscando informações sobre quantidade e qualidade do atendimento dos serviços oferecidos nos hotéis, empresas de transporte, restaurantes e similares. Como Jaraguá do Sul é uma cidade com grande concentração de empresas que conseqüentemente geram muitos negócios. Grande parte das empresas realiza convenções com representantes, participam de feiras, recomenda-se fazer um trabalho de conscientização turística com as mesmas para que aproveitem esta oportunidade de divulgar as potencialidades turísticas da cidade.

Para enfrentar os desafios e garantir espaço no mercado, é fundamental que o empreendedor não só se arme de maior número de informações possíveis como também, adote uma estratégia que associe qualidade e preços competitivos. Por melhor e mais preciso que seja um planejamento, nenhum negócio estará a salvo de riscos. O empreendedor deverá estar sempre observando as constantes mudanças que ocorrem no mercado, e estabelecendo novas políticas para se manter competitivo. A determinação, criatividade e perseverança em conjunto a seus objetivos são fatores fundamentais para o desenvolvimento e sucesso de uma organização.

## 6. REFERÊNCIAS

DE MORI, F. **Empreender:** avaliando e planejando um novo negócio. Florianópolis: Escola de Novos Empreendedores, 1998.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios.** – 2ª tiragem. – Rio de Janeiro: Campus, 2001.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991.

SALIM, C. S. Construindo plano de negócios: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2003.

SENAC.DN. Introdução a turismo e hotelaria. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 1998.

---