

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
MARIA LUIZA NODARI

**PLANO DE NEGÓCIO – ABERTURA DE UMA AGÊNCIA DE TURISMO
RECEPTIVO NA CIDADE DE MATINHOS - PR**

MATINHOS
2016

MARIA LUIZA NODARI

**PLANO DE NEGÓCIO – ABERTURA DE UMA AGÊNCIA DE TURISMO
RECEPTIVO NA CIDADE DE MATINHOS - PR**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal do Paraná - Setor Litoral como requisito parcial a obtenção do título Tecnólogo em Gestão de Turismo no curso de graduação em Tecnologia em Gestão de Turismo.

Orientador: Prof. MSc Augusto José W.A.das Neves

MATINHOS

2016

ATA FINAL DE AVALIAÇÃO DA DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos vinte e dois dias do mês junho de 2016, às 15:00 horas na sala 21 A da UFPR – Setor Litoral reuniu-se a banca examinadora do Trabalho de Conclusão de Curso, constituída pelos professores Dr. Valdo José Cavallet e Ma. Beatriz Leite Ferreira Cabral, sob a presidência do professor Me. Augusto José Waszczyński Antunes das Neves. O Trabalho de Conclusão do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo da UFPR de autoria da aluna Maria Luiza Nodari, sob o título: “PLANO DE NEGÓCIO – ABERTURA DE UMA AGÊNCIA DE TURISMO RECEPTIVO NA CIDADE DE MATINHOS”. O conceito atribuído foi: AS. A aluna terá o prazo de 15 (quinze) dias para fazer as correções solicitadas pela banca e entregar a versão final impressa em capa dura e digital em CD com arquivo em PDF com a inserção da cópia da Ata nas duas versões, conforme normas ABNT para a Assessoria da Câmara.

Matinhos, 22 de junho de 2016.



Professor Me. Augusto José Waszczyński Antunes das Neves



Professor Dr. Valdo José Cavallet



Professora Ma. Beatriz Leite Ferreira Cabral



Maria Luiza Nodari

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter me dado forças para continuar diante os obstáculos que surgiram durante o percurso.

Aos meus pais, que infelizmente são falecidos, mãe (Edelete Sirley Araújo), Pai (Angelo Nodari), obrigado por tudo que me ensinaram, não tiveram a oportunidade de comemorar comigo a concretização desse sonho, mas tenho certeza que estão comemorando onde estiverem.

Em especial aos meus filhos, (Bruna, Flávia e João Victor) meus presentes de Deus, que amo mais que tudo nessa vida, sem o carinho e o amor de vocês não teria chego até aqui.

Ao meu Marido Victor e companheiro, que me ajudou a mostrar a realidade através de suas criticas construtivas, me tornando uma pessoa cada vez melhor, obrigada por fazer parte da minha vida.

A minha amiga Mirian Cristina, que me incentivou a prestar vestibular nessa instituição, dizendo sempre que eu era capaz, sempre me apoiando em tudo, obrigada por acreditar em mim, mesmo quando nem eu mesma acreditava, sem seu apoio esse sonho não seria possível.

Aos meus irmãos, cunhadas, sobrinhos, afilhados pelo apoio e carinho.

Aos amigos e colegas, pelo incentivo e pelo apoio constante.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - PRINCIPAIS ATIVIDADES ECONÔMICAS POR MUNICÍPIO.....	10
TABELA 2 - TABELA VALORES GUIA: TARIFÁRIO A PARTIR DE 01/01/2014	16

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – LISTA DE AGÊNCIAS, GUIAS E TRANSPORTADORES TURÍSTICAS	13
QUADRO 2 - ROTEIRO DE PASSEIOS	44
QUADRO 3 – ESTIMATIVA DE INVESTIMENTOS	47

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – RETORNO AO DESTINO TURÍSTICO – 2006	11
GRÁFICO 2 - CARÊNCIA DE ESTABILIDADE PARA ATENDER O TURISMO - 2012	14
GRÁFICO 3 – FAIXA ETÁRIA	19
GRÁFICO 4 – TAMANHO DA FAMÍLIA	19
GRÁFICO 5 – FAIXA SALARIAL (POR MÊS)	20
GRÁFICO 6 – LOCAL DE RESIDÊNCIA	20
GRÁFICO 7 - COM QUAL FREQUÊNCIA ADQUIREM SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE TURISMO RECEPTIVO	21
GRÁFICO 8 – SE NUNCA ADQUIRIRAM O SERVIÇO, QUAIS MOTIVOS?	21
GRÁFICO 9 - QUANTO GASTAM EM MÉDIA, COM SERVIÇOS DE TURISMO RECEPTIVO NO LITORAL	22
GRÁFICO 10 - ONDE COSTUMAM ADQUIRIR SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE RECEPTIVO NO LITORAL?	22
GRÁFICO 11 – QUAIS DESSES FATORES INTERFEREM NO PROCESSO DECISÓRIO DE COMPRA DE SERVIÇOS/PRODUTOS FORNECIDOS POR AGÊNCIAS DE RECEPTIVO?	23

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – GUARAQUEÇABA	26
FIGURA 2 - SALTO DO MORATO	26
FIGURA 3 - PASSEIO DE TREM	28
FIGURA 4 - RESTAURANTE ENGENHO DA SERRA	28
FIGURA 5 - CACHAÇARIA PORTO MORRETES FÁBRICA	29
FIGURA 6 - FÁBRICA BALA DE BANANA	29
FIGURA 7 - PASSEIO DE BARCO	30
FIGURA 8 – MUSEU DA ARQUEOLOGIA UFPR	31
FIGURA 9 - AQUÁRIO	31
FIGURA 10 - PORTO DE PARANAGUÁ	32
FIGURA 11 - MORRO DO BOI	33
FIGURA 12 - PRAIA MANSA DE CAIOBÁ.....	33
FIGURA 13 – COMUNIDADE INDÍGINA GUARAGUAÇU	34
FIGURA 14 – SAMBAQUI	34
FIGURA 15 – ILHA DO MEL	35
FIGURA 16 – GRUTA ENCANTADAS	36
FIGURA 17 – NOSSA SENHORA DOS PRAZERES.....	36
FIGURA 18 – PASSEIO DE BARCO EM GUARATUBA	37
FIGURA 19 – SALTO DO PARATY	38
FIGURA 20 – MORRO DO CRISTO	38
FIGURA 21 - CULTIVO DE OSTRAS EM CABARAQUARA.....	39
FIGURA 22 – LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO	42
FIGURA 23 – LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO	42

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO	10
1.1 CLASSIFICAÇÃO DAS AGÊNCIAS DE VIAGENS	11
1.2 AGÊNCIAS, GUIAS E TRANSPORTADORAS TURÍSTICAS NO LITORAL DO PARANÁ	12
2 INTRODUÇÃO AO PLANO DE NEGÓCIO	15
2.1 RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGÓCIO	15
2.2 DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES	16
2.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO	17
2.4 MISSÃO DA EMPRESA	17
2.5 SETORES DE ATIVIDADES	17
2.6 FORMA JURÍDICA	17
2.7 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO	17
2.8 CAPITAL SOCIAL	18
2.9 FONTE DE RECURSOS	18
3 PLANEJAMENTO DE MARKETING	18
3.1 ANÁLISE DE MERCADO	18
3.1.1 Estudos dos clientes	18
3.1.2 Estudo dos concorrentes	24
3.1.3 Estudo dos fornecedores/parceiros	24
3.2 ANÁLISE DE MERCADO	25
3.2.1 Estratégias promocionais	39
3.2.2 Estrutura de comercialização	39
3.2.3 Localização do negócio	41
4 ASPECTOS OPERACIONAIS	42
4.1 LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO	42
4.2 CAPACIDADE PRODUTIVA/COMERCIAL/SERVIÇOS	43
4.3 PROCESSOS OPERACIONAIS	43
4.4 NECESSIDADE DE PESSOAL	45
5 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	46
6 ASPECTOS ECONÔMICOS E FINANCEIROS	47
6.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS	47

6.2 CAPITAL DE GIRO	47
6.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	47
6.4 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA	48
6.5 ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO	48
6.6 ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE MÃO DE OBRA	49
6.7 ESTIMATIVA DO CUSTO COM DEPRECIAÇÃO	49
6.8 ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS	49
6.9 DEMONSTRATIVOS DE RESULTADOS	50
6.10 INDICADORES DE VIABILIDADE	50
6.10.1 Ponto de equilíbrio	50
6.10.2 Rentabilidade	50
6.10.3 Prazo de retorno de investimento	50
7 CONCLUSÃO	51
REFERÊNCIAS	52

1 APRESENTAÇÃO

RUA¹ (2005, p. 17) expressa que “O Turismo pode contribuir decisivamente para o desenvolvimento sustentável e para a inclusão social porque agrega um conjunto de dimensões favoráveis à solidariedade e a integração social”. Nesse sentido é possível afirmar que o Litoral do Paraná tem grande potencial turístico, visto que os sete municípios que o compõe tem o turismo como principal atividade econômica (Antonina, Guaraqueçaba, Guaratuba, Matinhos, Morretes, Paranaguá e Pontal do Paraná).

TABELA 1 - PRINCIPAIS ATIVIDADES ECONÔMICAS POR MUNICÍPIO

MUNICÍPIO	ATIVIDADE ECONÔMICA
ANTONINA	Porto, turismo, agricultura, pecuária e pesca.
GUARAQUEÇABA	Pesca turismo, agricultura e pecuária.
GUARATUBA	Turismo, construção civil, agricultura e pesca.
MATINHOS	Turismo, construção civil e pesca.
MORRETES	Turismo e agricultura.
PARANAGUÁ	Porto, comércio, turismo, indústria, agricultura e pesca.
PONTAL DO PARANÁ	Turismo, construção civil, agricultura e pesca.

FONTE: IBGE, 2010.

A roteirização turística é uma das principais perspectivas do governo Federal para gerar renda e emprego no país (visando diminuição da pobreza e estimulando a economia). (POZZER, 2008 apud NEVES, 2010, p. 22). Posições como essa motivam a execução do turismo receptivo enquanto instrumento de resgate e preservação dos valores culturais e ambientais existentes em localidades com potencial turístico.

É nesse contexto, que o turismo receptivo tem papel primordial, visto que se coloca como forte estratégia para redução da pobreza através da inclusão social e valorização dos sujeitos locais. Para tal acredita-se que a roteirização deve ter caráter participativo, de modo que estimule a integração e o compromisso de diversos protagonistas no processo.

A pesquisa realizada em 2007 pela SETU-PR (Secretaria de Estado do Turismo do Paraná) apresenta um importante indicativo sobre o turismo no Litoral do Paraná no que se refere ao fluxo turístico. A região recebeu uma média de 1,5

¹ Maria das Graças Rua, Doutora em Ciência Política, professora do centro de Pesquisa e Pós-graduação sobre as Américas (CEPPAC) e do Centro de desenvolvimento sustentável (CDS) da Universidade de Brasília.

milhões de turistas por ano entre 1997 e 2004. Os principais pólos emissores são Curitiba e Região Metropolitana.

GRÁFICO 1 – RETORNO AO DESTINO TURÍSTICO – 2006



FONTE: SETU (2008)

Contudo, o gráfico acima apresenta outro importante dado a ser considerado, a grande baixa de retorno aos destinos turísticos no Litoral do Paraná mesmo nos municípios praianos (os balneários Guaratuba, Matinhos e Pontal do Paraná tem a menor quantidade de visitas por ano). Dado que a sazonalidade é um dos principais problemas nas cidades litorâneas, com taxa de desemprego muito alta fora da temporada, o baixo retorno turístico agrava ainda mais a situação.

Nesse sentido, acredita-se que uma agência de turismo receptivo poderia desenvolver um papel importante para o desenvolvimento da região, pois ao roteirizar passeios diferenciados além de sol e praia, roteiros que explorem a cultura, a gastronomia, a história do Litoral, estimularia o turista a retornar mais de uma vez por ano ao destino turístico, potencializando a economia local.

1.1 CLASSIFICAÇÃO DAS AGÊNCIAS DE VIAGENS

São classificadas em duas categorias:

- * Agências de Viagens e turismo
- * Agências de Viagens

Conforme a Legislação Brasileira de turismo que é definido através do decreto nº 84.934, 21 de julho de 1980, a agência receptiva se enquadra na classificação agência de Viagens e turismo, inciso IV desse decreto relata a diferença entre as agências, sendo que esse inciso é exclusivo das agências de Viagens e turismo (Operação de viagens e excursões, individuais ou coletivas, compreendendo a organização, contratação e execução de programas, roteiros e itinerários).

Cabe apontar que aqui também se entende por agência de turismo receptivo toda e qualquer agência que presta serviços tais como: Transfer Aeroporto / Hotéis / Aeroporto; Transfer Hotéis / Evento / Hotéis; Turismo pela cidade (City Tour) Turismo de negócios; Turismo Regional; Turismo Estadual; Turismo Interestadual. (PETROCCHI; BONA, 2016).

1.2 AGÊNCIAS, GUIAS E TRANSPORTADORAS TURÍSTICAS NO LITORAL DO PARANÁ

Segundo dados do IPARDES (Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social) 2007, os municípios do Litoral apresentam diferentes realidades em relação à oferta turística dos dados atuais. No período pesquisado, Antonina, Guaraqueçaba, Morretes e Pontal do Paraná, contabilizavam mais agências que atualmente, como nos relata o Cadastur (Sistema de Cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo) 2016.

QUADRO 1 – LISTA DE AGÊNCIAS, GUIAS E TRANSPORTADORES TURÍSTICAS

		2004	2005	2006	2007	Cadastur
Antonina	Agências de turismo	1	1	1	2	–
	Transportadoras turísticas	–	1	2	2	–
	Guias de turismo	–	–	–	–	–
Guaraqueçaba	Agências de turismo	–	1	1	1	–
	Transportadoras turísticas	–	–	–	–	–
	Guias de turismo	–	–	–	–	–
Guaratuba	Agências de turismo	1	1	1	–	2
	Transportadoras turísticas	–	–	–	1	2
	Guias de turismo	1	1	1	1	–
Matinhos	Agências de turismo	3	4	3	1	3
	Transportadoras turísticas	–	–	–	–	2
	Guias de turismo	1	1	1	1	12
Morretes	Agências de turismo	2	3	–	3	1
	Transportadoras turísticas	1	1	2	2	–
	Guias de turismo	–	–	–	–	3
Paranaguá	Agências de turismo	4	5	5	5	6
	Transportadoras turísticas	5	5	5	7	12
	Guias de turismo	1	1	1	1	4
Pontal do Paraná	Agências de turismo	1	1	1	–	–
	Transportadoras turísticas	–	–	1	1	2
	Guias de turismo	–	–	1	2	3

FONTE: IPARDES, CADASTUR

Guaratuba e Matinhos tiveram um crescimento muito pequeno nos dados em relação às agências de turismo. Já os guias de turismo e transportadoras turísticas, tiveram uma grande evolução na maioria dos Municípios do Litoral do Paraná, esse desenvolvimento pode ser resultado das instituições UFPR Setor Litoral², que ofertou seu primeiro curso na área de turismo em 2006 (técnico em turismo e hospitalidade), atualmente a Universidade oferece o curso de Gestão em Turismo. Outra instituição é o Senac³, oferecendo curso de guia.

O quadro nos mostra que Paranaguá é a cidade que contém maior número de agências e transportadoras turística, esse resultado é devidamente identificado por ser uma cidade portuária e atualmente recebe navios de cruzeiro, a cidade também conta com um ponto turístico de grande importância no Litoral do Paraná, a Ilha do Mel.

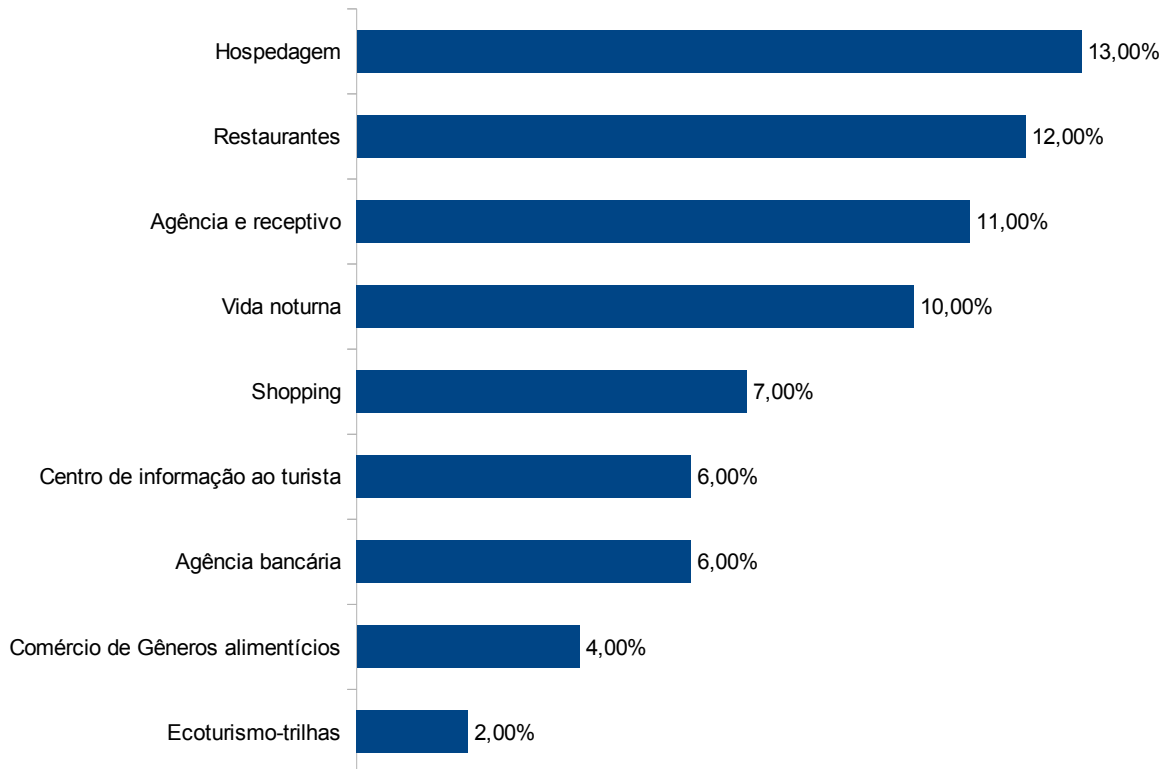
Além do baixo número de ofertas turísticas, a falta das agências receptoras também chama atenção. Um estudo de oportunidades em turismo no litoral do Paraná (realizado em 2012 pela secretaria de Estado de Turismo) relata que 11% dos 262 entrevistados na pesquisa apontaram a carência de Agência e Receptivo

² Universidade Federal do Paraná Setor Litoral, fundada em 2005, localizado em Caiobá na cidade de Matinhos/ PR.

³ Serviço Nacional de aprendizagem Comercial, inaugurado em 2012 na cidade de Matinhos/ PR.

para atender o turismo (PARANÁ, 2012).

GRÁFICO 2 - CARÊNCIA DE ESTABILIDADE PARA ATENDER O TURISMO - 2012



FONTE: SETU, 2012.

Assim, essa proposta do negócio busca implantar uma agência receptiva com passeios diferenciados, através da oferta de roteiros turísticos específicos voltados a proporcionar aos turistas e a comunidade local, caminhos para que possam conhecer um pouco mais da história do Litoral do Paraná e sua ampla biodiversidade.

Portanto, a agência priorizará roteiros que divulguem e viabilizem a valorização das belezas naturais, da cultura, da gastronomia, da biodiversidade e do encanto dos balneários Paranaenses na baixa e na alta temporada. No sentido de envolver o turista com a comunidade, valorizar a importância das trocas de cultura entre o turista e a comunidade local.

2 INTRODUÇÃO AO PLANO DE NEGÓCIO

2.1 RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGÓCIO

Abertura de uma agência receptiva na Cidade de Matinhos no litoral do Paraná, com vistas a atender com prioridade o público de terceira idade e famílias residentes em Curitiba, região metropolitana e de municípios do Estado do Paraná.

A empresa contará com uma equipe qualificada, oferecendo serviços de guia e translados de Van, onde será responsável pela segurança do cliente durante os trajetos, van cadastrada e identificada com selo do Cadastur (o sistema de cadastro de prestadores de serviços Mtur) que agora é responsável pela fiscalização da atividade, conforme portaria que regulamenta o Artigo 28 da Lei Geral do Turismo.

Os passeios serão regionais e abrangerão os sete municípios do litoral do Paraná, com rotas para cada dia da semana em cidades diferentes, a agência ofertará oportunidades de lazer e entretenimento com valores acessíveis. A intenção será ofertar aos clientes novas possibilidades de vivências, através de roteiros turísticos onde o objetivo principal seja o cuidado para com as pessoas e não o luxo, pois o “turismo deve estar a serviço da comunidade, e não o contrário”. (ABITIA,* 2011).

TABELA 2 - TABELA VALORES GUIA: TARIFÁRIO A PARTIR DE 01/01/2014

GUIADAS	PORTUGUÊS	BILINGUE + 30%
City tour 04 hr	R\$ 180,00	R\$ 234,00
City Tour 08 hr	R\$ 250,00	R\$ 325,00
By night (somente)	R\$ 150,00	R\$195,00
By night + city tour 4 hr	R\$ 250,00	R\$ 325,00
By night + city tour 8 hr	R\$ 300,00	R\$ 390,00
Traslado aeroporto/hotel	R\$ 100,00	R\$ 130,00
Diária de viagem (mais de um dia)	R\$230,00	R\$ 299,00
Trem (somente IDA)	R\$ 180,00	R\$234,00
IDA + VOLTA	R\$ 250,00	R\$ 325,00
Diária de um dia no PR Morretes, Antonina, Lapa, Vila Velha, etc.	R\$ 250,00	R\$ 325,00
Diária de um dia fora do PR Beto Carrero, Barco príncipe, Cascanéia, etc.	R\$300,00	R\$ 390,00
Região Metropolitana 04 hr	R\$ 180,00	R\$ 234,00
Região Metropolitana 08 hr	R\$ 250,00	R\$ 325,00
Turismo Rural 04 hr	R\$180,00	R\$ 234,00
Turismo Rural 08 hr	R\$ 250,00	R\$ 325,00

FONTE: SINDGETUR (2016)

2.2 DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES

- **Empreendedora** - Maria Luiza Nodari
- **Perfil** - Experiência profissional sempre ligada ao comércio e ao empreendedorismo. Preocupada com o empreendedorismo responsável e com o turismo social.

Gostaria de poder fazer uso dos conhecimentos aprendidos no curso de gestão em turismo e empreender no Litoral – PR, mas empreender de modo responsável para com a comunidade e o desenvolvimento desse território.

Em outras palavras, tenho em vista que o presente plano de negócios possa ser um suporte para que eu possa colocar meus objetivos em

prática, de modo seguro, viável e com fundamentos que comprovem que minha ideia é possível.

2.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO

Nome: Nodaritur

CPF:033.323.419-79

Endereço Físico do empreendimento

Rua: Juscelino Kubitscher

Bairro: Centro

Cidade: Matinhos

Estado: PR

2.4 MISSÃO DA EMPRESA

Fazer com que o turismo receptivo traga desenvolvimento para a região do Litoral do Paraná, conquistando a confiança e respeito de nossos clientes, atuando com responsabilidade social e ambiental.

2.5 SETORES DE ATIVIDADES

Setor da Economia: Terciário

Ramo de atividade: Prestação de serviços

Tipo de negócio: Agência de turismo receptivo

2.6 FORMA JURÍDICA

ME (microempresa)

Empreendimentos que visam o lucro e que apresentam um faturamento anual de até R\$ 360 mil.

2.7 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

Simples

2.8 CAPITAL SOCIAL

R\$ 88.000,00

2.9 FONTE DE RECURSOS

Empréstimo no banco.

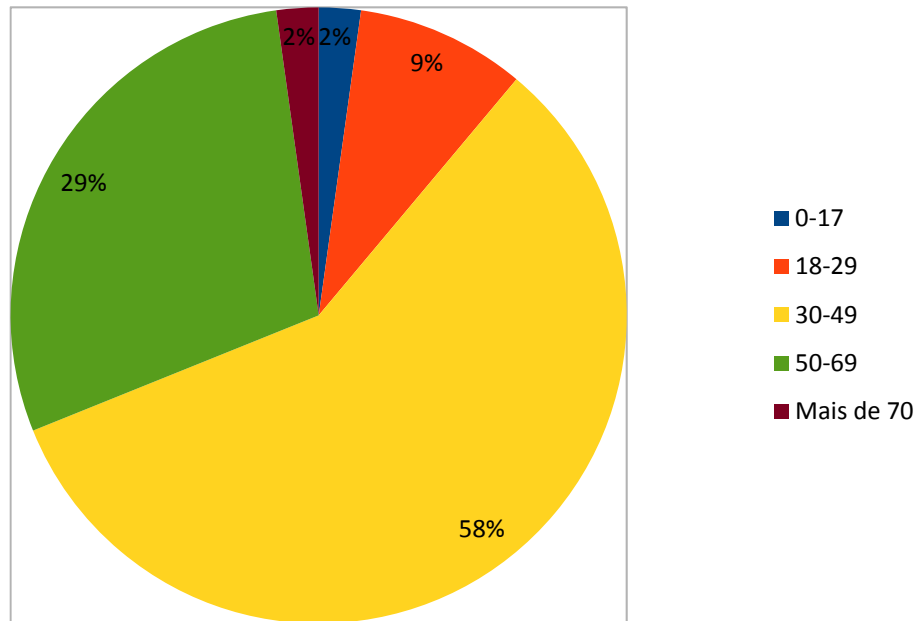
3 PLANEJAMENTO DE MARKETING

3.1 ANÁLISE DE MERCADO

3.1.1 *Estudos dos clientes

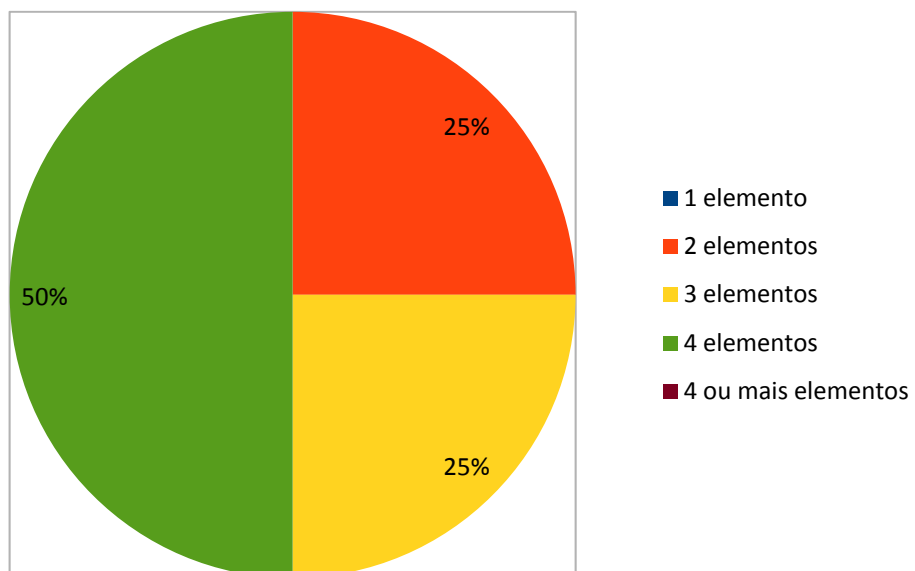
Com o auxílio de um formulário, foram entrevistadas 46 pessoas no dia 07 de setembro de 2015, na ASPP (Associação dos Servidores Público do Paraná), que fica localizada em Caiobá na cidade de Matinhos/PR.

GRÁFICO 3 – FAIXA ETÁRIA



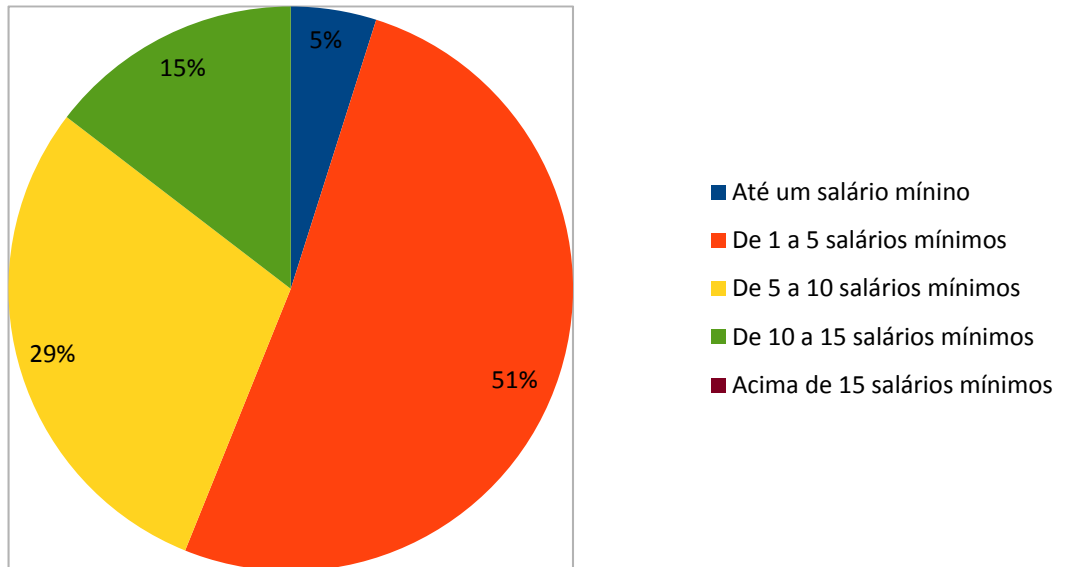
FONTE: A AUTORA, 2016.

GRÁFICO 4 – TAMANHO DA FAMÍLIA



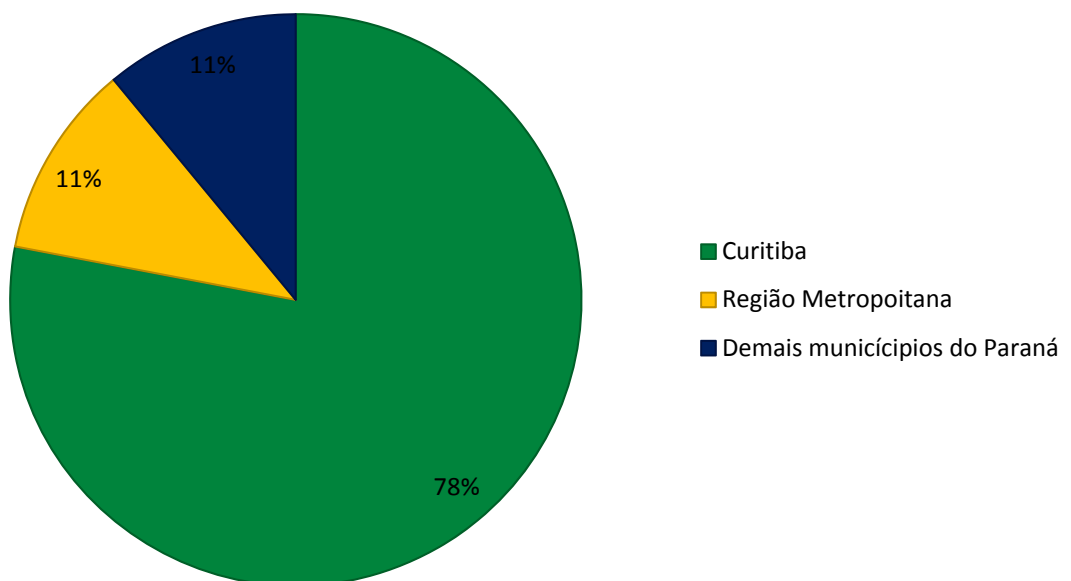
FONTE: A AUTORA, 2016.

GRÁFICO 5 – FAIXA SALARIAL (POR MÊS)



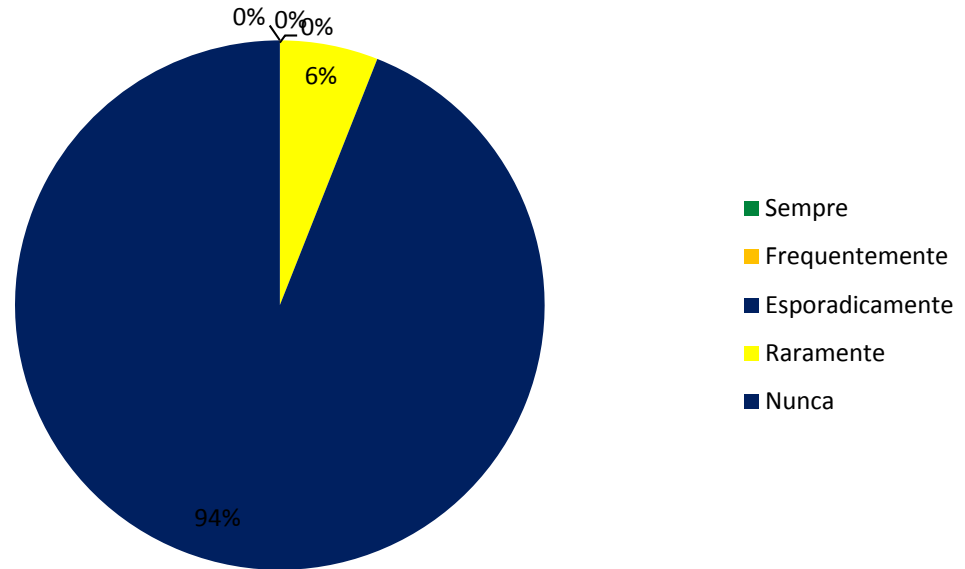
FONTE: A AUTORA, 2016.

GRÁFICO 6 – LOCAL DE RESIDÊNCIA



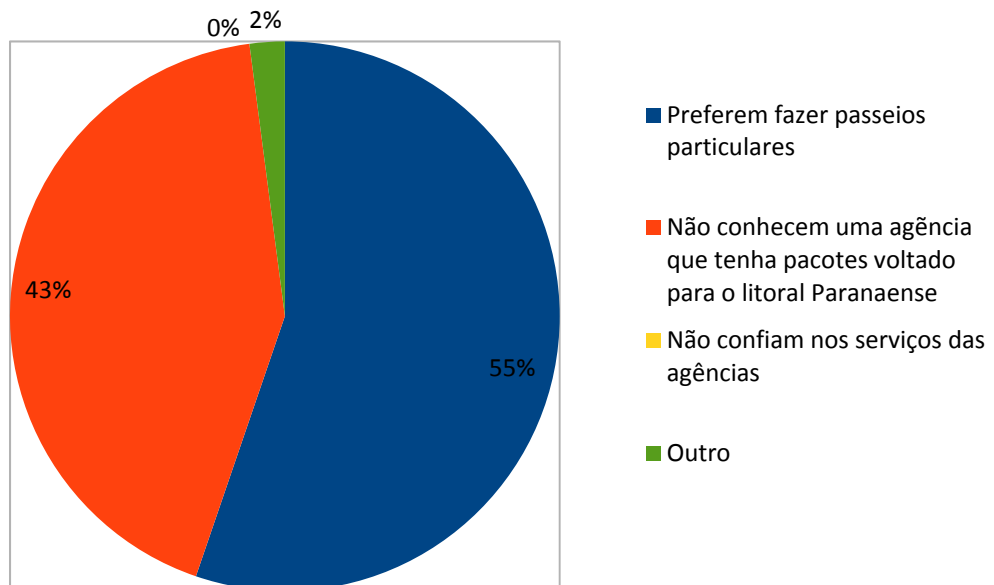
FONTE: A AUTORA, 2016.

GRÁFICO 7 - COM QUAL FREQUÊNCIA ADQUIREM SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE TURISMO RECEPTIVO



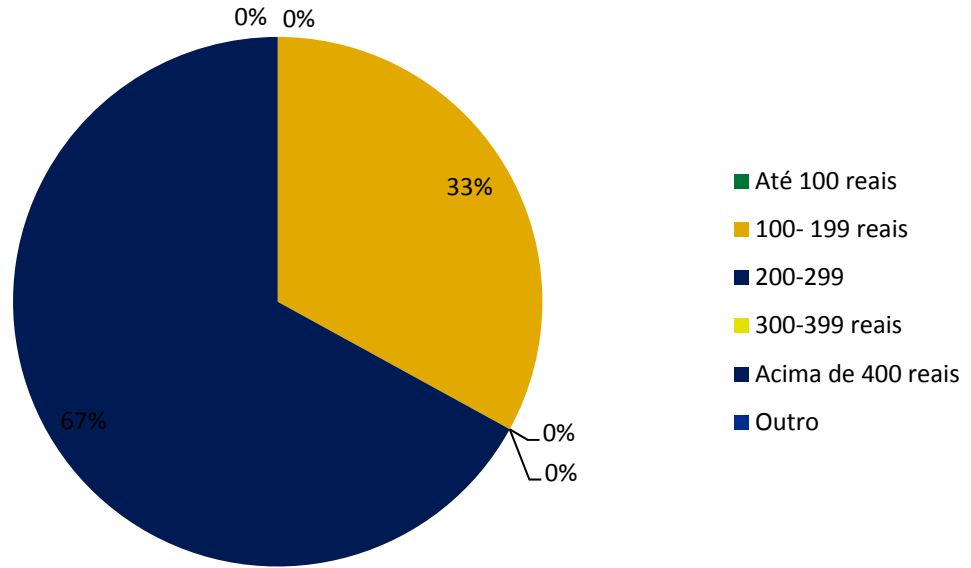
FONTE: A AUTORA, 2016.

GRÁFICO 8 – SE NUNCA ADQUIRIRAM O SERVIÇO, QUAIS MOTIVOS?



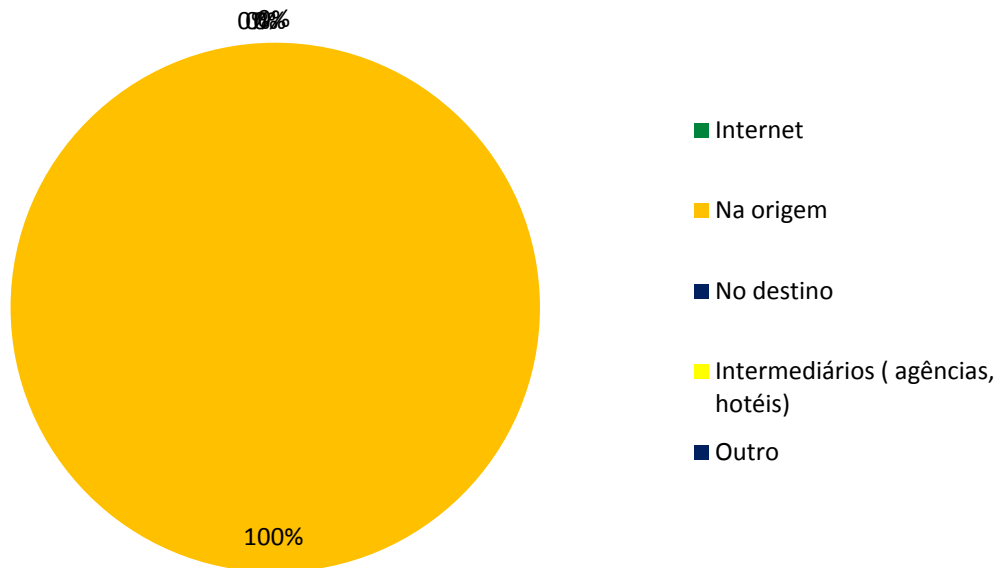
FONTE: A AUTORA, 2016.

GRÁFICO 9 - QUANTO GASTAM EM MÉDIA, COM SERVIÇOS DE TURISMO RECEPTIVO NO LITORAL



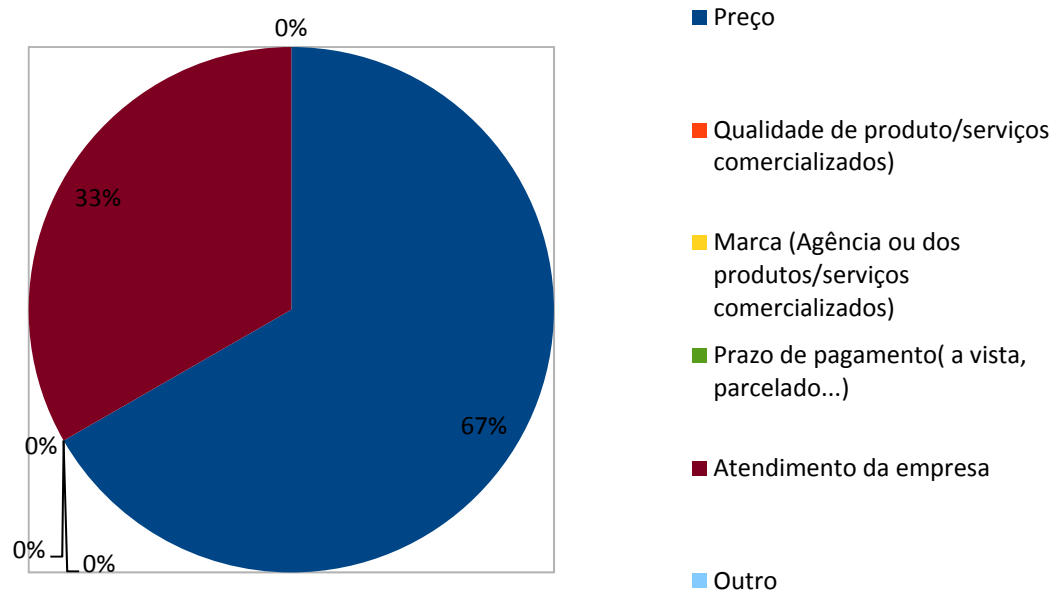
FONTE: A AUTORA, 2016.

GRÁFICO 10 - ONDE COSTUMAM ADQUIRIR SERVIÇOS DE AGÊNCIAS DE RECEPTIVO NO LITORAL?



FONTE: A AUTORA, 2016.

GRÁFICO 11 – QUAIS DESSES FATORES INTERFEREM NO PROCESSO DECISÓRIO DE COMPRA DE SERVIÇOS/PRODUTOS FORNECIDOS POR AGÊNCIAS DE RECEPTIVO?



FONTE: A AUTORA, 2016.

Com base nesses dados podemos analisar que Matinhos tem público para esse segmento, pois 94% dos entrevistados nunca fizeram passeios por uma agência receptiva, sendo que 43% dos entrevistados responderam que não conhecem uma agência que tenha pacotes voltado para o Litoral Paranaense, esse resultado indica que existe uma carência de segmentos turístico nessa região ou até mesmo uma falta de divulgação dos atrativos, o restante 55% preferem fazer particular.

Os entrevistados são servidores público residentes de Curitiba, (famílias de meia idade e aposentados). Turistas que vem para Matinhos ficam hospedados em casas, hotéis, camping, pousadas e existe também um grande fluxo de turistas que ficam em associações. E esse plano de negócio sinaliza a extrema importância de propor parceria com essas instituições.

Exemplos de algumas associações que existem na cidade de Matinhos:

*ASPP (Associação dos servidores Públicos do Paraná), onde foi realizada a entrevista.

*SESC (Serviço social do comércio)

*APCEF-PR (Associação do pessoal da caixa Econômica Federal do Paraná)

*ASSEF (Associação dos servidores do sus do Estado do Paraná)

*AFC (Associação dos funcionários da Clasper)

*CANDEIAS (Clube de férias)

São associações que apresentam público turístico o ano todo, fora da temporada eles vem para passar finais de semana. Nos feriados prolongados, férias de julho e temporada (de Dezembro a Fevereiro) ficam a semana toda, a maioria desses associados vem da região Paranaense.

3.1.2 Estudo dos concorrentes

- * Calango Expedições (Morretes)
- * AeP tur Viagens e Turismo (Matinhos)
- * Special Paraná (Curitiba)
- * Onetur Turismo (Curitiba)
- * Nucleo de turismo receptivo (Curitiba)
- * Gondwana / Ecoturismo Brasil (Curitiba)
- * Ivetur (Curitiba)

3.1.3 Estudo dos fornecedores/parceiros

Parceiros de atrativos dos segmentos turísticos.

- * Serra Verde Express
- * Barco Marlin
- * Sitio Sambaqui
- * Restaurante Engenho da serra
- * Cachaça Porto Morretes
- * Fábrica de bala de banana
- * Aquário em Paranaguá
- * Porto de Paranaguá
- * Museo da Arqueologia UFPR
- * Porto de Paranaguá

- * Barco de passeio Paranaguá
- * Comunidade Guaraguaçu
- * Comunidade Salto do Paraty

3.2 ANÁLISE DE MERCADO

Os serviços vendidos, serão passeios turísticos na região do Litoral do Paraná, abaixo seguem os passeios, foram calculados da seguinte forma:

Despesas
Guia
Despesas fixas
Diesel conforme km rodado

A soma dessas despesas foram dividido por 10 pessoas, dando um valor X , onde somei mais porcentagem e o fornecedor (valor do passeio).

City Tour em Guaraqueçaba (Terça-feira)

Saída: 8:00h

Retorno: 17:00h

Pacote total do passeio: R\$1.600,00

$1600/10 = R\$160$ por pessoa.

Serviços incluídos:

- Translado Hotel, residência ou associações até Paranaguá.
- Lancha ida e volta para Guaraqueçaba.
- Passeio na cidade histórica de Guaraqueçaba
- Passeio Salto do Morato
- Guia
- Almoço (não incluso)

FIGURA 1 - GUARAQUEÇABA



FONTE: PREFEITURA DE GUARAQUEÇABA (2016)

FIGURA 2 - SALTO DO MORATO



FONTE: VIAGEM (2014)

City tour em Morretes/ Antonina (Quarta-feira)

Saída: 7:00h

Retorno: 18:00h

Moradores do Litoral Paranaense, Curitiba e região metropolitana ganham 40% de desconto no passeio de trem na quarta-feira.

***Classe turística / Serviço de bordo/ Comissário Português.**

Pacote adulto R\$ 138,90

Pacote infantil R\$ 118,90

***Classe Executiva / Serviço de bordo/ Comissário bilíngue / Janelas maiores.**

Pacote adulto R\$ 168,90

Pacote infantil R\$ 124,90

Tabela para quem não é morador do Litoral, Curitiba e região Metropolitana.

***Classe turística / Serviço de bordo/ Comissário Português.**

Pacote adulto R\$ 181,90

Pacote infantil R\$ 148,90

***Classe Executiva / Serviço de bordo/ Comissário bilíngue / Janelas maiores.**

Pacote total do passeio R\$ 1.380,00

 $1380/10 = R\$138,00$ por pessoa.

Serviços incluídos:

- Translado Hotel, residência ou associações até a estação de trem em Curitiba.

- Viagem de trem Curitiba/ Morretes

- Visita a Cachaçaria Porto Morretes

- City Tour em Antonina

- Visita na fábrica bala de banana (Antonina).

- Guia

- Almoço no restaurante Engenho da Serra (almoço não incluso).

FIGURA 3 - PASSEIO DE TREM



FONTE: UOL VIAGEM (2010)

FIGURA 4 - RESTAURANTE ENGENHO DA SERRA



FONTE: A AUTORA (2014)

FIGURA 5 - CACHAÇARIA PORTO MORRETES



FONTE: GAZETA DO POVO (2011)

FIGURA 6 - FÁBRICA BALA DE BANANA



FONTE: TRIBUNA PARANÁ (2013)

City Tour em Paranaguá (Quinta-feira)

Saída: 8:30h

Retorno: 17:30h

Moradores do Litoral do Paraná ganham 50% desconto na entrada do Aquário

Pacote total do passeio: R\$1.020,00

 $1020/10 = R\$102,00$ por pessoa.

Serviços incluídos:

- Translado Hotel, residência ou associações até Paranaguá.
- Passeio de barco pela Baía de Paranaguá.
- Visita ao Museu da Arqueologia UFPR
- Tour pela cidade Histórica
- Visita ao aquário de Paranaguá
- Visita ao Porto de Paranaguá
- Guia

Almoço não incluso.

FIGURA 7 - PASSEIO DE BARCO



FONTE: NOSSO LITORAL.INFO (2015)

FIGURA 8 - MUSEU DA ARQUEOLOGIA UFPR



FONTE: TRIPADVISOR (2016)

FIGURA 9 – AQUÁRIO



FONTE: GAZETA DO POVO (2014)

FIGURA 10 - PORTO DE PARANAGUÁ



FONTE: BEM PARANÁ (2013)

City Tour em Matinhos/ Pontal do Sul (Sexta-Feira)

Rota do passeio:

Saída: 8:30h

Retorno: 17:30h

Pacote total do passeio: R\$650,00

650/10= R\$65,00 por pessoa.

Serviços incluídos

- Translado Hotel, residência ou associações até Morro do boi em Caiobá.
- Passeio pela praia Mansa e Brava de Caiobá.
- Passeio pelo calçadão de Matinhos
- Pico de Matinhos
- Cidade Pontal do Paraná
- Sambaqui de Guaraguaçu
- Comunidade indígena de Guaraguaçu
- Guia
- Restaurante La Bodeguita (não incluso o almoço)

FIGURA 11 - MORRO DO BOI



FONTE: GUIA GEOGRÁFICO PARANÁ

FIGURA 12 - PRAIA MANSO DE CAIOBÁ



FONTE: TRIPADVISOR (2016)

FIGURA 13 - COMUNIDADE INDÍGINA GUARAGUAÇU



FONTE: TRIBUNA DO PARANÁ (2011)

FIGURA 14 - SAMBAQUI



FONTE: GAZETA DO POVO (2011)

City Tour na Ilha do Mel (Sábado)

Saída: 08:00h

Retorno: 17:00h

Pacote total do passeio R\$1.220,00

 $1220/10 = R\$122,00$ por pessoa

Serviços incluídos:

- Translado Hotel, residência ou associações até Pontal do Paraná
- Barca ida/volta para a ilha do Mel (Barca da Ilha)
- Passeio Gruta Encantadas
- Passeio pelas trilhas
- Passeio Farol das Conchas Brasília
- Passeio nossa Senhora dos Prazeres
- Parada para banho
- Guia
- Almoço não incluso (Restaurante Mar e Sol)

FIGURA 15 – ILHA DO MEL



FONTE: BELEZAS NATURAIS (2015)

FIGURA 16 – GRUTA ENCANTADAS



FONTE: GUIA DO VIAJANTE (2009)

FIGURA 17 – NOSSA SENHORA DOS PRAZERES



FONTE: PORTAL DA ILHA DO MEL (2013)

City Tour em Guaratuba (Domingo)

Saída: 8:30h Retorno: 17:30h

Pacote total do passeio R\$ 1.170,00

$1170/10 = R\$117$ por pessoa.

Serviços incluídos:

- Translado Hotel, residência ou associações até Guaratuba.
- Ferry Boat
- Passeio de barco até o Salto do Paraty
- Trilha até a cachoeira
- Almoço na comunidade Paraty
- Banho de cachoeira
- Morro do cristo
- Guia
- Sambaqui cultivo de ostras (porções de ostra não incluso).

FIGURA 18 – PASSEIO DE BARCO EM GUARATUBA



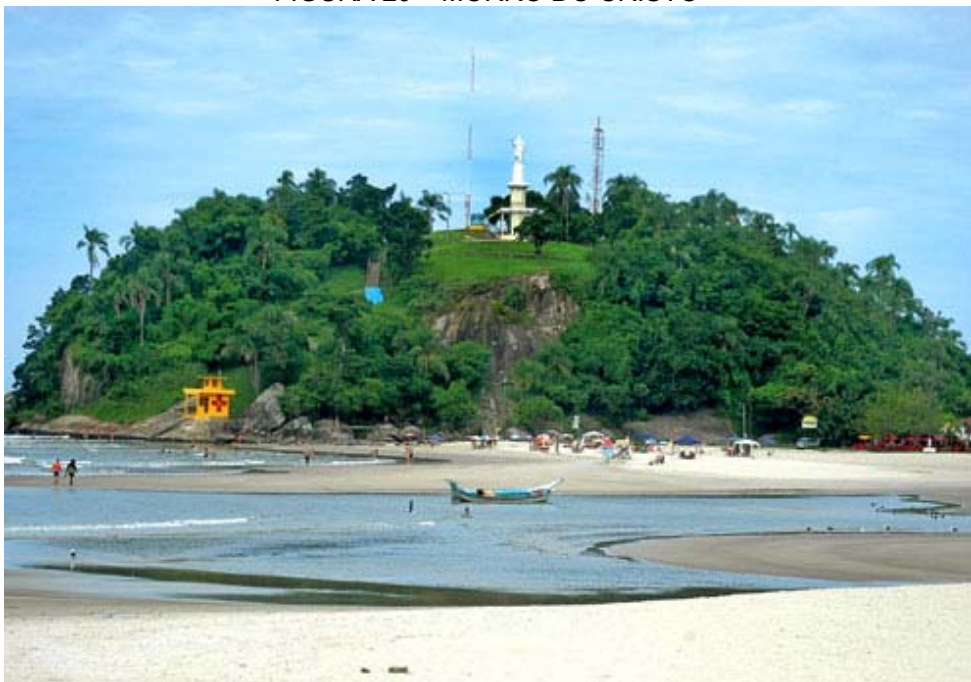
FONTE: MARLIN II & MARLIN VII (2013)

FIGURA 19 – SALTO DO PARATY



FONTE: NATUREZARLIVRE (2014)

FIGURA 20 – MORRO DO CRISTO



FONTE: TRIBUNA PARANÁ (2010)

FIGURA 21 – CULTIVO DE OSTRA EM CABARAQUARA



FONTE: SÍTIO SAMBAQUI (2016)

3.2.1 Estratégias promocionais

- Internet.
- Folhetos e cartões de visita.
- Jornais, rádios e revista da cidade.
- Ação com promoters (ações promocionais).
- Participação em feiras e eventos.

3.2.2 Estrutura de comercialização

A venda será direta ao cliente, via e-mail, telefone, internet e pessoalmente, no período de inauguração a agência irá investir com ações promocionais, realizando blitz com promotores para chamar atenção do cliente, o valor desse serviço não é barato, mas será de grande importância para a inauguração da empresa. O custo da ação será em torno de R\$3.490,00 com dois promoters

entregando flyers no calçadão, e dois promotores na frente da agência entregando flyers e levando-os para dentro da loja, a ação será de 4 dias, começa na quinta-feira e termina no domingo⁴.

A inauguração ocorrerá durante a temporada, quando o fluxo de pessoas aumentam na cidade. A ideia da ação é fazer com que as pessoas entrem e conheçam os serviços do novo empreendimento em Matinhos, cada um que entrar vai ganhar um chaveiro com o nome, telefone e endereço da agência. Esses clientes serão cadastrados, e receberão e-mails, ou mensagens no celular como preferirem com os pacotes da agência e eventos que ocorrerão fora da temporada na cidade. Para a empresa a maior preocupação será a divulgação, não adianta ter apenas estrutura, o cliente precisa conhecer e confiar nos serviços. Propor parcerias com as associações existentes na cidade de Matinhos.

Participar de feiras para divulgar o serviço, pois nesses eventos há um grande público, onde há possibilidades de possíveis parcerias.

⁴ Orçamento realizado na Agência Pró Eventos de Curitiba.

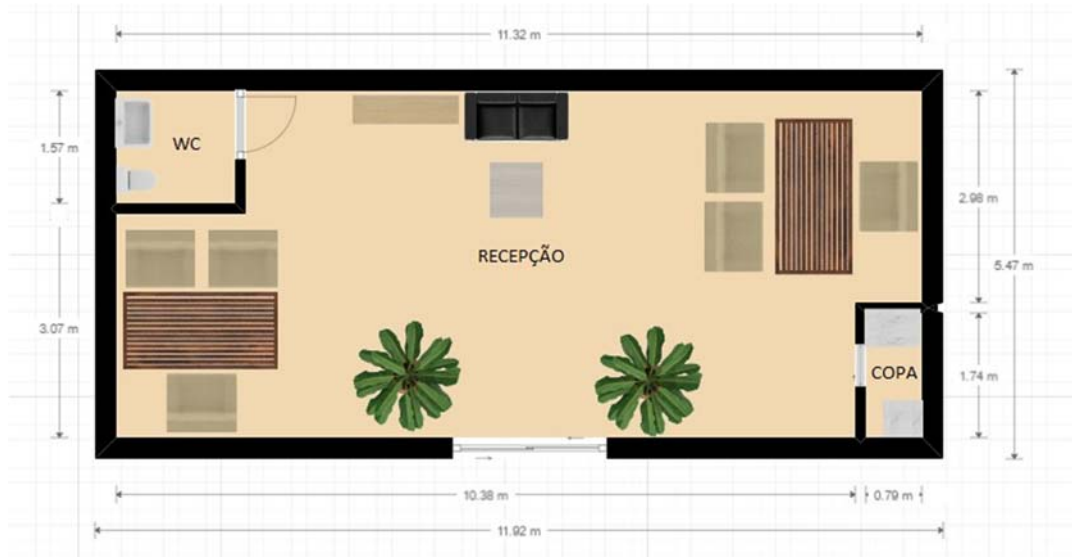
3.2.3 Localização do negócio

Avenida Juscelino Kubitscher, onde tem um fluxo grande de veículos, próximo de Mercado e farmácias. O local tem potencial para propiciar crescimento para o empreendedor, além de possibilitar acesso fácil para os clientes é uma das principais avenidas.

4 ASPECTOS OPERACIONAIS

4.1 LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO

FIGURA 22 – LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO



FONTE: A AUTORA (2016)

FIGURA 23 – LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO



FONTE: A AUTORA (2016)

4.2 CAPACIDADE PRODUTIVA/COMERCIAL/SERVIÇOS

No máximo 15 pessoas por dia podem fazer o passeio com a estrutura atual, pois a Van possui 15 lugares.

4.3 PROCESSOS OPERACIONAIS

A empresa estará aberta de Terça a Domingo, nos horários das 8:00h às 18:00h, abaixo segue o roteiro dos passeios.

QUADRO 2 - ROTEIRO DE PASSEIOS

(Continua)

ROTEIROS	CIDADES	CARACTERISTICA DO ROTEIRO
Terça-feira	Guaraqueçaba	Saída de Matinhos às 8:00h. -Translado Hotel, residência ou associações até Paranaguá. - Lancha para Guaraqueçaba. - Passeio na cidade histórica de Guaraqueçaba. - Parada para almoçar - Passeio Salto do Morato - Lancha para Paranaguá - Retorno em Matinhos às 17:00h.
Quarta-feira	Morretes/ Antonina	Saída de Matinhos às 7:00 h. -Translado Hotel, residência ou associações até a estação de trem em Curitiba. - Viagem de trem Curitiba/ Morretes. - Almoço no restaurante Engenho da Serra. - Visita a Cachaçaria Porto Morretes. - City Tour em Antonina. - Visita na fábrica bala de banana (Antonina). - Retorno em Matinhos às 18:00 h.

(Continua)

ROTEIROS	CIDADES	CARACTERISTICA DO ROTEIRO
Quinta-feira	Paranaguá	<p>Saída de Matinhos às 8:30h</p> <ul style="list-style-type: none"> - Translado Hotel, residência ou associações até Paranaguá. - Passeio de barco pela Baía de Paranaguá. - Visita ao Museu da Arqueologia UFPR - Parada para o almoço. - Tour pela cidade Histórica. - Visita ao aquário de Paranaguá. - Visita ao Porto de Paranaguá. - Retorno a Matinhos às 17:30h.
Sexta-feira	Matinhos/ Pontal do Sul	<p>Saída de Matinhos às 8:30h</p> <ul style="list-style-type: none"> - Translado Hotel, residência ou associações até Morro do boi em Caiobá. - Passeio pela praia Mansa e Brava de Caiobá. - Passeio pelo calçadão de Matinhos. - Pico de Matinhos - Parada para o almoço, restaurante Labodeguita. - Segue para Pontal do Paraná - Sambaqui de Guaraguaçu - Comunidade indígena de Guaraguaçu -Retorno em Matinhos às 17:30h.
Sábado	Ilha do Mel	<p>Saída de Matinhos às 8:00h</p> <p>Translado Hotel, residência ou associações até Pontal do Paraná</p> <ul style="list-style-type: none"> - Barca ida/volta para a ilha do Mel (Barca da Ilha) - Passeio Gruta Encantadas - Passeio pelas trilhas - Parada para o almoço (Restaurante Mar e Sol) - Passeio Farol das Conchas Brasília. - Parada para banho. - Passeio nossa Senhora dos Prazeres. <p>Retorno em Matinhos às 17:00h.</p>

(Conclusão)

ROTEIROS	CIDADES	CARACTERISTICA DO ROTEIRO
Domingo	Guaratuba	Saída de Matinhos às 8:00h. - Translado Hotel, residência ou associações até Guaratuba. - Ferry Boat - Passeio de barco até o Salto do Paraty. - Trilha até a cachoeira. - Banho de cachoeira. - Almoço na comunidade Paraty. - Morro do cristo. - Sambaqui cultivo de ostras Retorno em Matinhos às 18:00h.

4.4 NECESSIDADE DE PESSOAL

Pessoal necessário para o inicio da empresa.

Quantidade/ Cargo	Função qualificação necessária
01 Guia	Experiência mínima de 1 ano.
01 Motorista	Experiência mínima de 1 ano.
01 Gestor de turismo	Experiência mínima de 1 ano em vendas, superior completo em turismo.
01 Contador	Experiência mínima de 1 ano.

5 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Abaixo segue análise swot, ferramenta utilizada para descobrir os pontos fortes e fracos da empresa, fundamental para o fortalecimento do empreendimento.

<p>FORÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atendimento qualificado • Equipe treinada e motivada • ótima localização • Marketing • preços acessíveis • Parcerias 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poucos concorrentes na região • Região turística em desenvolvimento • Falta de divulgação • A demanda turística cresce no Brasil
<p>FRAQUEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baixo investimento inicial. • Funcionário sem capacitação. • Falta de experiência anterior no ramo. 	<p>AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Novos concorrentes • Poucos fornecedores • Impostos elevados • Sazonalidade • Falta de hábito em contratar este serviço.

6 ASPECTOS ECONÔMICOS E FINANCEIROS

6.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS

QUADRO 3 – ESTIMATIVA DE INVESTIMENTOS

Investimentos fixo			
Produto	Quantidade	Valor	Subtotal
Mesas	2	R\$ 289,00	R\$ 578,00
Cadeiras	2	R\$ 113,94	R\$ 227,88
Cadeiras	4	R\$ 65,49	R\$ 261,96
Sofá	1	R\$ 408,49	R\$ 408,49
Telefone fixo	2	R\$ 70,00	R\$ 140,00
Microcomputador	2	R\$ 1.500,00	R\$ 3.000,00
Impressora	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Van	1	R\$ 70.000,00	R\$ 70.000,00
Materiais de escritório	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
		Total:	R\$ 76.126,33

6.2 CAPITAL DE GIRO

R\$ 7.000,00 para cobrir os custos fixos.

6.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Investimentos financeiros	R\$
Despesas de legalização	270,00
Divulgação	4.330,00
Total	4.600,00

6.4 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA

Produto/ Serviço	Quantidade (estimativas de vendas)	Preço de venda unitário	Faturamento total
Pacote turístico Guaraqueçaba	4x10	R\$160,00	R\$6,400,00
Pacote turístico Morretes/ Antonina	4x10	R\$138,00	R\$5.520,00
Pacote turístico Paranaguá	4x10	R\$102,00	R\$4.080,00
Pacote Turístico Matinhos/ Pontal do Paraná	4x10	R\$ 65,00	R\$2.600,00
Pacote Turístico Ilha do Mel	4x10	R\$122,00	R\$4.880,00
Pacote Turístico Guaratuba	4x10	R\$117,00	R\$4.680,00
TOTAL:			R\$28.160,00

* Quantidade estimativa de vendas em 4 passeios em cada cidade no mês, vezes 10 pessoas.

6.5 ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo total
Impostos Impostos Federais			
IRPJ	4,8	R\$ 28.160,00	R\$ 1.351,68
PIS	0,75	R\$ 28.160,00	R\$ 208,38
COFINS	3	R\$ 28.160,00	R\$ 844,80
CLL- contribuição social sobre o lucro líquido	2,8	R\$ 28.160,00	R\$ 788,48
Impostos Municipais			
ISS- Impostos sobre serviço	3	R\$ 28.160,00	R\$ 844,80
Subtotal 1 2.Gastos com vendas			R\$ 4.038,14

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo total
Taxa de administração do cartão de crédito	3	R\$28.160,00	R\$ 844,80
Total(subtotal 1+2)			R\$ 4.882,94

6.6 ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE MÃO DE OBRA

Função	Nº de Empregados	Salário mensal	% de encargos sociais	Encargos sociais	Total
Motorista	1	R\$1.400,00	8 %	R\$112,00	R\$1.512,00
TOTAL:					R\$1.512,00

6.7 ESTIMATIVA DO CUSTO COM DEPRECIACÃO

Ativos Fixos	Valor do Bem	Vida útil em anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Van	R\$70.000,00	05 anos	R\$ 3.500,00	R\$ 291,66
Microcomputador	R\$1.500,00	05 anos	R\$ 75,00	R\$ 6,25
Impressora	R\$1.000,00	05 anos	R\$ 50,00	R\$ 4,16
Cadeira	R\$113,94	10 anos	R\$ 11,39	R\$ 0,94
Mesa	R\$289,00	10 anos	R\$ 28,90	R\$ 2,40
Sofá	R\$408,49	10 anos	R\$ 40,84	R\$ 3,40
Telefone fixo	R\$70,00	10 anos	R\$ 7,00	R\$ 0,58
TOTAL				R\$ 309,39

6.8 ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS

Custos Mensais			
Produto	Quantidade	Valor	Subtotal
Aluguel	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
Água	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
Internet (modem, roteador)	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Telefone	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Luz	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Máquina de cartão	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Honorários do Contador	1	R\$ 440,00	R\$ 440,00
Manutenção/equipamentos	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Salário Motorista	1	R\$ 1.400,00	R\$ 1.400,00
Produtos de limpeza	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
Seguro	1	R\$ 116,46	R\$ 116,46
Depreciação -quadro 6.7	1	R\$ 309,39	R\$ 309,39
Empréstimo financeiro	1	R\$ 500,00	R\$500,00
Marketing	1	R\$1000,00	R\$1000,00
Encargos - quadro 6.6	1	R\$112,00	R\$112,00
TOTAL:			R\$6.487,85

6.9 DEMONSTRATIVOS DE RESULTADOS

Quadro	Descrição	R\$
6.4	1.Receita total com vendas	28.160,00
	2. Custos Variáveis totais	
6.3	(-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	4.600,00
6.5	(-) Imposto sobre vendas	4.038,14
6.5	(-) Gastos com vendas	844,80
	3.Margem de contribuição (1-2)	18.677,06
6.8	4.(-) Custos fixos totais	6.487,85
	5.Resultado Operacional(lucro/Prejuízo) (3-4)	12.189,21

6.10 INDICADORES DE VIABILIDADE

6.10.1 Ponto de equilíbrio

Custo fixo R\$6.487,85 / Margem de contribuição (Receita total- custo variável total) / receita total.

O valor mínimo que a empresa tem que vender para não ter lucro e nem prejuízo é de R\$9.830,07 ao mês.

Lucro liquido R\$12.189,21 / receita total R\$28.160,00 x100

Lucratividade de 43,29% ao mês.

6.10.2 Rentabilidade

Lucro liquido R\$ 12.189,21 / Investimento R\$76.126,33 x100

Rentabilidade de 16,00% ao mês.

6.10.3 Prazo de retorno de investimento.

Investimento total R\$87.726,33 / lucro liquido R\$12.189,21

Prazo de retorno de 07 meses.

7 CONCLUSÃO

O plano de negócio é um instrumento essencial para quem pretende abrir um empreendimento, entendendo que para tal se exige conhecer processos de um planejamento, organizações, controle e avaliação. Informações que adquiri através de cursos, palestras, exercícios de organizações de eventos, participações de ICH'S, viagens e principalmente módulos trabalhados em sala de aula, caminhos que me proporcionaram ampliar a visão de negócio para pesquisar se é viável uma agência receptiva na cidade de Matinhos.

Em suma o trabalho apontou a inexistência desse segmento turístico na cidade onde se pretende investir, o que potencializa para um rápido crescimento, no que diz respeito à visibilidade da empresa e venda do serviço.

O público idoso tem buscado variadas formas de alcançar qualidade de vida para a mente e para o corpo, e será o que ofertarei, através de caminhadas visitas e passeios que ofereçam o experimentar de novas experiências. E nesse mesmo caminho visualizei roteiros para passeios em família, com valores acessíveis e possibilidades de aprendizado. Conforme pesquisa de campo no gráfico 3 da página 19, podemos analisar que tem público para esses passeios.

O que pode significar também crescimento não só para quem trabalha diretamente com o negócio, como os hotéis e pousadas, mas também para outros setores da economia que estão diretamente envolvidos, como por exemplo, o comércio local em geral (restaurantes, lojas, vendedores ambulantes etc). E nesse sentido, não há dúvidas de que a estratégia de articulação em rede pode gerar oportunidades para todos.

Portanto posso afirmar que o plano de negócio em questão apresenta indícios e fatos que comprovam a possibilidade real de dar certo o investimento, visto que identifiquei as particularidades e potencialidades da região, os passos necessários ao bom planejamento, constatei as forças e oportunidades da empresa através da análise swot da página 46, compreendi que é necessário planejar para enfrentar as fraquezas e ameaças que possam ocorrer durante o percurso.

REFERÊNCIAS

- ABITIA, S. R. O turismo deve estar a serviço da comunidade e não o contrário. **Cadernos de cidadania (SESC), Turismo Social**, p.27, 2011. Disponível em: <https://www.sescsp.org.br/files/edicao_revista/9e0e8cda-05f1-4084-8de0-7f1c014e779b.pdf>. Acesso em: 05 jun. 2015.
- BELEZAS NATURAIS. **Ilha do Mel em fotos esplêndidas**. 2015. Disponível em: <<http://belezasnaturais.com.br/ilha-do-mel-em-fotos-esplendidas/>>. Acesso em: 04 out. 2015.
- BEM PARANÁ. **Porto de Paranaguá recebe navio de National Geographic**. 2013. Disponível em: <<http://www.bemparana.com.br/noticia/283385/porto-de-paranagua-recebe-navio-da-national-geographic>>. Acesso em: 10 mai. 2016.
- BRASIL. **Leis do turismo. Decreto lei nº11.771, de 17 de setembro de 2008**. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil03/ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm>>. Acesso em: 05 out. 2015.
- DIÁLOGOS DO TURISMO. **Uma viagem de inclusão**. Disponível em:
- GAZETA DO POVO. **Aquário Marinho de Paranaguá divide opiniões**. 2014. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/verao/aquario-marinho-de-paranagua-divide-opinioes-9h3sv6x25eqzof32zwijs80ge>>. Acesso em: 10 mai. 2016.
- GAZETA DO POVO. **Cachaça a legítima morretiana**. 2011. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/especiais/litoral/cachaca-a-legitima-morretiana-98b3c1sb4fbhm52lkas2f9t8u>>. Acesso em: 15 out. 2015.
- GAZETA DO POVO. **Relíquias em sambaquis**. 2011. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/especiais/litoral/reliquias-em-sambaquis-c5iyf44xnpzqo3eegqsi03f2>>. Acesso em: 12 mai. 2016.
- GONDWANA. **Agência de turismo receptivo**. Disponível em: <<http://www.gondwanabrasil.com.br/>>. Acesso em: 02 out. 2015.
- GUIA DO VIAJANTE. **Ilha do Mel - PR**. 2009. Disponível em: <<http://guiadoviajante.com/639/ilha-do-mel-pr/>>. Acesso em: 04 out. 2015.
- GUIA GEOGRÁFICO PARANÁ. **Morro do Boi, em Caiobá**. Disponível em: <<http://www.guiageo-parana.com/matinhos/morro-boi.htm>>. Acesso em:
- IBGE. 2010. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=411570&search=parana|matinhos>>. Acesso em: 05 fev. 2015.
- IPARDES. 2007. Disponível em: <http://www.ipardes.gov.br/index.php?pg_conteudo=1&cod_noticia=280>. Acesso em: 02 mar. 2015.

IVETUR. **Agência de turismo receptivo**. Disponível em: <<http://www.ivetur.tur.br/>>. Acesso em: 02 out. 2015.

MARLIN II & MARLIN VII. **Fotos de passeios em Guaratuba**. 2013. Disponível em: <<http://www.passeiosepescariaguaratuba.com.br/portal/fotos-de-passeios-em-guaratuba.html>>. Acesso em: 05 mai. 2016.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Sobre o cadastur**. 2016. Disponível em: <<http://www.cadastur.turismo.gov.br/cadastur/>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

NATUREZARLIVRE. **Caminhada Salto Parati**. 2014. Disponível em: <<http://naturezarlivre.blogspot.com.br/2014/02/caminhada-salto-parati-22032014.html>>. Acesso em: 05 mai. 2016.

NOSSO LITORAL.INFO. **Passeio de barco é opção de turismo em Paranaguá**. 2015. Disponível em: <<http://www.nossolitoraldoparana.com/atrativo/lista/9/9>>. Acesso em: 10 mai. 2016.

ONETUR. **Agência de turismo receptivo**. Disponível em: <<http://onetur.com.br/home/>>. Acesso em: 02 out. 2015.

PARANÁ. Secretaria de Estado do Turismo. Paraná Turismo. **Estudo de oportunidades de turismo no litoral do Paraná**. 2012.

PETROCCHI, Mario; BONA, André. **Agência de turismo, planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 2000.

PISO SALARIAL. **Tabela do piso salarial, salário médio e teto salarial**. 2016. Disponível em: <<http://www.pisosalarial.com.br/salarios/tabela-salarial/>>. Acesso em: 03 jun. 2016.

PORTAL DA ILHA DO MEL. **Fortaleza Nossa Sra dos Prazeres**. 2013. Disponível em: <<http://www.ilhadomel.net/?p=1203>>. Acesso em: 04 out. 2015.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Sobre microempresa (ME)**. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/empresario-individual/me-microempresa-epp-empresa-de-pequeno-porte>>. Acesso em: 05 fev. 2016.

PREFEITURA DE GUARAQUEÇABA. **Nossa cidade**. 2016. Disponível em: <<http://www.guaraquecaba.pr.gov.br/>>. Acesso em: 02 mai. 2016.

RUA, M. G. Turismo e Políticas Públicas de Inclusão. **Diálogos do Turismo - uma viagem de inclusão**, Brasília, p. 17, 2005.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócio**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=O3VZRvk34Xw&list=PLME8P9-ux-gOurscSZQcJjjljKriJ2RYA>>. Acesso em: 05 jun. 2015.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília, 2013. Disponível em: <http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/>

5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\$File/2021.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2015.

SERRA VERDE EXPRESS. **Trens e receptivos**. Disponível em: <<http://www.serraverdeexpress.com.br/>>. Acesso em: 02 out. 2015.

SETU. **Plano de desenvolvimento integrado do turismo sustentável**. 2008. Disponível em: <<http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/setu/pdf/institucional/PDTISProdutoLitoral.pdf>>. Acesso em: 02 mar. 2015.

SETU. **Turismo no Paraná - Matinhos**. Disponível em: <<http://www.turismo.pr.gov.br/modules/conteudo/matinhos.php>>. Acesso em: 02 mar. 2015.

SINDEGTUR. **Sindicato Estadual dos Guias de Turismo do Paraná**. Disponível em: <<http://www.sindegtur-pr.com.br/>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

SÍTIO SAMBAQUI. **Ostra é atração gastronômica em Guaratuba**. 2016. Disponível em: <<http://sitiosambaqui.com.br/not%C3%ADcias/10-ostra-%C3%A9-atra%C3%A7%C3%A3o-gastron%C3%B4mica-em-guaratuba-gazeta-do-povo.html>>. Acesso em: 12 mai. 2016.

SPECIAL PARANÁ. **Agência de turismo receptivo**. Disponível em: <<http://specialparana.com.br/>>. Acesso em: 02 out. 2015.

TRIBUNA PARANÁ. **Turismo alternativo no litoral do estado**. 2011. Disponível em: <<http://www.paranaonline.com.br/editoria/cidades/news/504061/?noticia=TURISMO+ALTERNATIVO+NO+LITORAL+DO+ESTADO>>. Acesso em: 10 out. 2015.

TRIBUNA PARANÁ. **Bala de banana é uma delícia que rompe fronteiras**. 2013. Disponível em: <<http://www.paranaonline.com.br/editoria/cidades/news/642726/?noticia=BALA+DE+BANANA+E+UMA+DELICIA+QUE>>. Acesso em: 15 out. 2015.

TRIBUNA PARANÁ. **Morro do Cristo é o grande ponto turístico de Guaratuba**. 2010. Disponível em: <<http://www.paranaonline.com.br/editoria/cidades/news/430545/?noticia=MORRO+DO+CRISTO+E+O+GRANDE+PONTO+TURISTICO+DE+GUARATUBA>>. Acesso em: 05 mai. 2016.

TRIPADVISOR. **Museu de Arqueologia e Etnologia de Paranaguá**. 2016. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g671914-d2412294-Reviews-Museu_de_Arqueologia_e_Etnologia_de_Paranagua-Paranagua_State_of_Parana.html>. Acesso em: 10 mai. 2016.

TRIPADVISOR. **Praia mansa, Matinhos - Pr**. 2016. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/LocationPhotoDirectLink-g3844138-d4057563-i145539322-Matinhos_Beach-Caioba_Matinhos_State_of_Parana.html>. Acesso em: 17 jun. 2016.

UOL VIAGEM. **Conheça 15 passeios de trem para fazer pelo Brasil.** 2010. Disponível em: <<http://viagem.uol.com.br/album/2013/03/13/conheca-15-passeios-de-trem-para-fazer-no-brasil.htm>>. Acesso em: 02 out. 2015.

VIAGEM. **Reserva natural Salto Morato.** 2014. Disponível em: <<http://viajeaqui.abril.com.br/estabelecimentos/br-pr-guaraquecaba-atracao-reserva-natural-salto-morato>>. Acesso em: 02 mai. 2016.

NEVES, A. J. W. A. das. **Tecnologias de informação e comunicação no município de Curitiba-PR: Um aplicativo de telefone celular para a formatação de roteiros a pé,** p. 22, 2010.