



IMBAÚBA HOSTEL AGROECOLÓGICO

PRE414 – PROJETO DE EMPREENDEDORISMO E CRIAÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS

2017/II

PLANO DE NEGÓCIOS INTERMEDIÁRIO

1. Dados dos empreendedores, experiências e funções dos envolvidos:

Mateus Amorim – Graduando em Administração na UFV; Experiência como Auxiliar Administrativo na empresa TEM (Teixeiras Estradas e Mineração); Atua também como membro ativo das bandas viçosenses ‘Caminho do Ben’ e ‘Quarto de Fátima’, estabelecendo contatos para apresentações e administrando as finanças das bandas; Possui grande interesse na área de entretenimento popular e na integração da mesma com a preservação ecológica. Atuará no ‘Marketing’ e nas ‘Relações Públicas’ do empreendimento, promovendo culturais e momentos de formação rotineiramente durante o expediente;

Tácio Ferreira – Graduando em Administração na UFV; Acumula vasta experiência distribuída entre suporte técnico (de computadores), catalogação de dados, DJ de eventos, auxiliar administrativo, garçom, construção civil, entre outros. Atuou na Rede Raízes da Mata – Rede Agroecológica de Prosumidores – durante um ano, onde contribuiu ativamente com o fortalecimento da Agroecologia na região de Viçosa. Apreciador da ‘Administração Simplificada’ e da mínima burocracia possível, com máxima integração e conectividade na solução de problemas gerenciais. Atuará como ‘Gestor de Projetos/Gestor Geral’, articulando interesses e demandas do empreendimento junto ao CTA-ZM (Centro de Tecnologias Alternativas, Zona da Mata), aonde construiu extenso *network*;

Jessica Micheline – Graduanda em Economia Doméstica na UFV; Encarregada de todas as demandas locais como aquisição de mercadorias, levantamentos de preços e orçamentos, propulsão direcionada do negócio e uma série de outras atividades diretamente relacionadas com suas expertises e com seu *networking*, o maior do grupo. Residente da cidade e nascida em Viçosa, a integrante atuará em tarefas vitais, sejam elas locais ou regionais, tornando mínimo o tempo associado à tais atividades;

Lucas Dias – Graduando em Economia na UFV; Encarregado das análises econômicas da empresa e da contabilidade, gerindo também os demais encarregados e observando indicadores econômicos que proporcionem decisões financeiras balizadas e rentáveis.



2. Capital Social

O Capital Social presumido pelos empreendedores é da ordem de R\$100.000,00 (cem mil reais) – no mínimo, grande parte voltada para a aquisição de um terreno com o mínimo de 1 hectare, o restante da bagatela será para construção da edificação (em Hiperadobe, segundo técnicas de Bioconstrução), pagamento da mão de obra inicial, móveis e eletrodomésticos e a recuperação do terreno caso seja necessário (plantio e manejo da terra, pois contaremos com produção *in loco* de culturas comestíveis com metodologias Agroecológicas).

Os sócios serão os próprios integrantes do grupo e um sócio adicional (ainda em definição), cada qual com 20% de participação na constituição do Capital Social.

O critério adotado foi o financeiro, meramente por possíveis improbidades na mensuração monetária das ‘expertises’.

Tal subdivisão de participação societária visa maior grau de controle decisório e de liberdade financeira dos majoritários, ao passo que permite participação flexível de outros entes no empreendimento, sem a necessidade do desenvolvimento de relações de dependência entre o núcleo e seus satélites [“manejo de expectativas”].

3. Fontes de recursos

Num momento inicial serão feitos levantamentos de iniciativas correlatas, para compreensão do cenário de ‘Hostels Agroecológicos’ brasileiros, um nicho – no entendimento do grupo – ainda remotamente explorado.

Com o levantamento em mãos, seriam buscadas ferramentas ou órgãos de fomento que poderiam contribuir com o projeto de forma voluntária e, em um segundo momento, contratual (até o preenchimento da cota de 20% destinada aos ‘parceiros’.

Caso não existam vias de fomento público, recorreríamos à linhas de crédito bancárias, na instituição que demonstrar maior interesse e melhores condições de pagamento (em termos de juros e prazos) [os ‘financiamentos’].

Somente em última instância os recursos seriam originados dos sócios majoritários, com negociações pessoais de recursos para aplicação no empreendimento, até o mínimo de 70% do projetado inicial.



4. Análise mercadológica

a. Quem é seu público-alvo?

O público-alvo é adulto (indivíduos maiores de 18 anos). O perfil prospectado pelos sócios é o de pessoas de espírito “aventureiro”, viajantes de baixo orçamento (“mochileiros”) e estudantes universitários, que buscam um lugar integrado à natureza e às boas práticas ambientais e interpessoais para se hospedarem, com a possibilidade de uma vivência única em termos de hospedagem.

O maior desejo dos empreendedores é o de que aqueles que se aproximarem da iniciativa abracem de fato os valores da mesma, contribuindo para a sua contínua melhoria “de coração”, e entendendo que uma estadia cada vez melhor, mais prazerosa e satisfatória passa diretamente pela participação de cada um dos hóspedes. Por se tratar de um sistema de hospedagem produtiva, o entorno das instalações será preenchido das mais variadas produções – frutas, chás, verduras, leguminosas entre outras, maximizando a sensação de “naturalidade” da experiência de hospedagem.

É um experimento de auto-gestão: os sócios majoritários seriam responsáveis pela operação do negócio, delegando atividades pontuais aos demais sócios, se necessário. E conforme forem estabelecidas estadias, o *modus operandi* da empresa tomaria forma, de acordo com a fluência das mesmas.

A filosofia por trás desse raciocínio baseia-se no ideal de demonstrar – ou “provocar para provar” – aos hóspedes o quanto suas participações (quaisquer sejam) no processo de hospedagem são positivas e se convertem em relações mais humanas – reais – entre os indivíduos e suas vivências.



b. Que fatores influenciam a decisão de compra do seu cliente?

Nos prestaremos a oferecer, da forma mais justa e humanizada possível, excelência em atendimento, instalações simples (inovadoras em termos de design por se tratarem de bioconstruções) e confortáveis, contando com “funcionários” de diversas partes do país e do mundo (via plataformas de hospedagem colaborativa ‘Worldpackers’ e ‘WWOOF – WorldWide Opportunites On Organic Farms’), opções vegetarianas tão diversificadas e completas quanto for possível, a oportunidade de cooperação com a Agricultura Familiar, a opção de hospedagem em construções de Adobe, Hiperadobe e Superadobe (mais integradas e menos agressivas à natureza), num entorno repleto de produtos naturais prontos para o consumo, com o máximo frescor possível. Quaisquer indivíduos que se interessarem por uma experiência diferenciada de hospedagem e de convívio social se sentirão atraídos por nossa proposta.

Também será de grande influência a própria experiência de frequentar o local, tornar palpável a visão alternativa de negócio que é incomum no mercado atual, promovendo a cultura com a locação para eventos e workshops correlacionados com a Permacultura/Agroecologia, exposição de artistas e manejo de cultivo acessível aos frequentadores. Acreditamos que toda esta bagagem é um grande atrativo para clientes e uma ótima iniciativa na visão de realização pessoal dos sócios – possuir um empreendimento que traga satisfação pessoal reflete harmonia na própria rotina do negócio segundo a nossa visão.

c. Área em que pretendem atuar. Será um serviço presencial ou digital?

Ramo de hospedagem e entretenimento. Obrigatoriamente presencial (a experiência), porém com a maior conectividade possível mediante uso de página do Facebook e de *profiles* em diversas redes sociais e plataformas de ferramentas. Utilizaremos do máximo possível de recursos tecnológicos gratuitos disponíveis pra romper com a complexidade – e necessidade – da burocracia nessa tipo de operação.



5. Proposta de Valor

Nossa proposta, em linhas gerais, é a de entregar à Viçosa o seu primeiro Hostel-Bar Agroecológico de operação colaborativa.

Os benefícios que acreditamos serem propiciados aos nossos hóspedes irão muito além da qualidade das acomodações e de nossas “boas intenções”. Além da experiência enriquecedora do cultivar, esperamos proporcionar aos nossos visitantes uma oportunidade real de desenvolvimento pessoal em sintonia com a natureza, mediante aprendizado de metodologias de manejo sustentável e de desenvolvimento do potencial produtivo de um solo bem-trabalhado. Da qualidade de vida associada a hábitos de vida saudáveis e às atividades ligadas à terra. Dos sistemas psicológicos de recompensa associados à atividades grupais de produção, com ricas trocas de experiências culturais. Do aprimoramento das relações do “eu” com “o outro”, estimulando o pensamento de coletividade e de conexão – ainda que breve.

No ‘jargão administrativo’, nossa Missão é *“Prestar serviços de hospedagem e entretenimento com máximo conforto e qualidade, enfatizando a sustentabilidade e as relações humanas”*; Nossos valores são *“Cooperação; Sustentabilidade; Integração; Simplicidade”*; E nossa Visão é a de *“Ser referência em hostel na cidade de Viçosa e região, reunindo pessoas em prol da Permacultura e de uma existência colaborativa e harmônica consigo, com o próximo e com a natureza”*.

Utilizaremos de uma série de recursos adicionais como ‘Worldpackers’ (<https://goo.gl/VsIE4D>), ‘Couchsurfing’, WOOOF (‘Worldwide Oportunities On Organic Farms’), no intuito de articular com o máximo de ferramentas já disponíveis, indivíduos e suas experiências obtidas em sua estadia, suas vantagens e prejuízos.

Contaremos com um amplo terreno que será dividido em estruturas de bioconstrução como os dormitórios, uma cozinha comunitária para os hóspedes e o centro de vivência, onde ocorrerão os eventos e o entretenimento. Dentro deste centro será construído um palco para apresentações e palestras (as quais serão ministradas por indivíduos interessados, tendo o evento nossa participação apenas na locação do ambiente), um bar com a venda de bebidas comuns e artesanais e uma cozinha para o comércio de alimentos advindos de nossa horta e quando necessário, alimentos fornecidos pelos agricultores locais (orgânicos). Além das estruturas, será disposta uma horta/floresta agroecológica e o contínuo manejo da terra, visando cada vez mais a melhora dos alimentos e o aproveitamento dos rejeitos com uma compostagem permanente. Também serão dispostos banheiros secos e produtos higiênicos com zero impacto no meio ambiente (fornecidos pelos parceiros da Casa 18, Villa Gianetti, UFV), tudo isto com um viés educacional, mostrando aos clientes que é possível consumir com zero impacto à natureza, a qual necessitamos e RESIDIMOS.

Por fim prospectamos um impacto positivo cultural na região viçosense, tendo em vista que existe um



movimento agroecológico forte na cidade, com grupos como o Centro de Tecnologias Alternativas da Zona da Mata (CTA-ZM) e o SAUÍPE (Saúde Integral em Permacultura) como exemplo. Buscamos reunir as forças desta comunidade em um local de amplo trabalho e colaboração, atendendo da forma mais positiva possível, os maiores e melhores interesses da cidade, da região, do país e do mundo.



6. Estudo dos Concorrentes

Concorrente	Diferencial	Área de atuação	Possibilidades de benchmarking
Bares da cidade	Alternativa vegetariana com prioridade local/regional	Comércio	Funcional
Repúblicas da cidade	Hospedagem com oportunidade colaborativa	Residencial	Interno
Instalações disponíveis na cidade	Ser da modalidade hostel, com o diferencial cultural/formativo	Hotelaria/Hospedagem	Interno

7. Estudo de potenciais fornecedores

Descrição do material ou serviço a ser adquirido	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Área de atuação
Cardápio do bar	Agricultores Familiares	R\$4000,00/mês*	À vista (dinheiro)	Agricultura Familiar Local/Regional
Cerveja Brüder	Cervejaria Brüder	R\$70,00/KEG**	Transferência bancária	Indústria
Hiperadobe	CTA-ZM	R\$1200,00/Km***	Boleto on-line	Não-Governamental

*Estimativa para máxima operação (36 hóspedes, numa situação de máximo consumo).

**Varia conforme consumo.

***Valor fixo, multiplicado conforme projeto.



8. Estratégias de Marketing

Os preços de nossos serviços serão formados de forma muito diferente da usual, até mesmo para a modalidade ‘hostel’ e em especial para a modalidade ‘bar’ – onde, de nossos hóspedes, só serão cobrados valores referentes ao que for consumido e não for produzido na propriedade. Ofereceremos todos os modais disponíveis de pagamento, incluindo alternativas cambiais para hóspedes internacionais.

As promoções serão tabeladas conforme o nível e a profundidade da troca de experiências ofertada pelo hóspedes, tendo em mente – é claro – a sustentabilidade financeira do negócio mediante estabelecimento de receita e outras condições mínimas para operação saudável (“no azul”). Existirão escalas progressivas (e regressivas) de preços, conforme o desejo dos hóspedes de contribuir ou não com as atividades planejadas para a rotina do empreendimento.

Nossas estratégias de CIM conterão, além da forte presença nas redes sociais gratuitas, as ferramentas já acima mencionadas, de forma que o próprio ambiente se promoverá devido à dinâmica que irá oferecer. As culturais também tomarão protagonismo, onde a ambiência seja um conceito exportado da experiência vivida durante a hospedagem para os demais clientes em potencial.

Será o tipo de iniciativa que contará com o clássico “boca-a-boca” para funcionar efetivamente, aliado ao “burburinho” nas redes sociais e na qualidade conferida pelos usuários das ferramentas auxiliares mencionadas.

9. Necessidade de indivíduos e gestão de pessoas.

O planejamento é para a mínima necessidade possível de pessoas para operação. No entanto, é um projeto que quanto mais próximo de sua máxima capacidade (36 indivíduos), maior o volume de trabalho – e portanto de produção (e “sinergia”) – realizado. Ele depende, de forma quase vital, de pessoas. Mas a idéia é que o mesmo seja retroalimentado: quem quer que esteja no local, hospedado ou não, seja capaz de produzir algo que beneficie o empreendimento.

Por se tratar de um projeto “aberto”, não serão estabelecidos procedimentos de recrutamento e seleção, ao menos não durante o “período de testes” (com carência de 3 meses para coleta de dados e avaliação dos mesmos).

Os sistemas de recompensa por outro lado, estariam diretamente relacionados ao envolvimento dos hóspedes com o empreendimento. Nessa lógica de “hóspedes-funcionários”, caberá aos mesmos decidir se sua estadia será mais voltada à experiência da hospedagem (de seu entorno, localização e privacidade) ou da atuação (participação na produção e nos processos internos necessários). As recompensas dessa forma seriam “literais”, variando conforme grau de envolvimento e dedicação ‘cliente-experiência’.



10. Canvas

