



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Gestão Hoteleira

Estudo de um Projeto de Investimento Hoteleiro

“Wonder Island Hostel”

Patrícia Valdez Lancinha Cardoso

Ponta Delgada, novembro de 2019



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Gestão Hoteleira

Estudo de um Projeto de Investimento Hoteleiro  
“Wonder Island Hostel”

Dissertação apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril  
para obtenção do grau de Mestre em Gestão Hoteleira

**Orientador:** Prof. Dr. Victor Alves Afonso

Patrícia Valdez Lancinha Cardoso

Ponta Delgada, novembro de 2019

Este texto foi escrito ao abrigo do novo acordo ortográfico.

Dedico este trabalho a todas as pessoas que me apoiaram durante a realização do  
mesmo.

# ÍNDICE GERAL

ÍNDICE GERAL .....	III
ÍNDICE DE FIGURAS .....	VII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	VIII
AGRADECIMENTOS .....	X
RESUMO .....	XI
ABSTRACT .....	XI
SIGLAS E ACRÓNIMOS.....	XII
<b>CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO .....</b>	<b>14</b>
1.1 ENQUADRAMENTO DO TEMA .....	14
1.2 ESTRUTURA DO TRABALHO .....	14
1.3 OBJETIVOS E PERGUNTA DE PARTIDA.....	15
<b>CAPÍTULO 2 – ENQUADRAMENTO TEÓRICO – REVISÃO DE LITERATURA.....</b>	<b>16</b>
2.1 O PROJETO DE INVESTIMENTO .....	16
2.1.1 Passos de desenvolvimento de um projeto de investimento .....	16
2.1.2 Principais indicadores de avaliação de um projeto de investimento .....	17
2.2 O TURISMO E O MERCADO TURÍSTICO.....	19
2.2.1 Tipos de Turismo.....	19
2.2.2 Os aspetos da procura turística .....	22
2.2.3 Os aspetos da oferta turística .....	23
2.2.4 Evolução do Turismo em Portugal (em geral) e nos Açores (em particular) ...	23
2.2.5 O Turismo Jovem .....	27
2.3 O ALOJAMENTO LOCAL .....	28
2.3.1 O Alojamento local e as suas modalidades .....	28
2.3.2 Requisitos dos estabelecimentos de AL (hostel): Gerais e de Segurança;.....	28
2.4 O HOSTEL .....	29
2.5 SUSTENTABILIDADE NA HOTELARIA .....	29
<b>CAPÍTULO 3 – ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO .....</b>	<b>30</b>
3.1 MODELO DE INVESTIGAÇÃO .....	30

3.2 INSTRUMENTOS DE OBSERVAÇÃO .....	30
3.3 RECOLHA E ANÁLISE DE DADOS .....	30
<b>CAPÍTULO 4 – ENQUADRAMENTO TEÓRICO-ECONÓMICO DO PROJETO .....</b>	<b>39</b>
4.1 MERCADO .....	39
4.1.1 Análise do Meio Envolverte - Mediata - PEST .....	39
4.1.2 Análise Interna – Imediata ou Concorrencial .....	49
4.1.3 Aplicação do Modelo das Forças de Porter .....	55
4.1.4 Análise Competitiva – SWOT .....	58
4.2 MARKETING .....	61
4.2.1 Marketing Estratégico.....	61
4.2.2 Target .....	61
4.2.3 Posicionamento do Hostel .....	61
4.2.4 Marca .....	62
4.2.5 Produto .....	63
4.2.6 Preço .....	64
4.2.7 Distribuição.....	65
4.2.8 Comunicação e Publicidade.....	65
4.3 PESSOAS .....	65
4.4 DIMENSIONAMENTO .....	67
4.5 LOCALIZAÇÃO .....	69
4.6 LAYOUT .....	70
4.7 ORGANIZAÇÃO E ESTRUTURA DE FUNCIONAMENTO .....	75
4.8 DESCRIÇÃO DE ATIVIDADES .....	77
4.9 FINANCIAMENTO: CAPITAL PRÓPRIO, SUBSÍDIOS E CAPITAL ALHEIO .....	79
4.9.1 Capital Próprio.....	79
4.9.2 Subsídios do Governo Regional dos Açores .....	79
4.9.3 Capitais Alheios.....	79
<b>CAPÍTULO 5 – AVALIAÇÃO DO PROJETO .....</b>	<b>80</b>
5.1 – PRESSUPOSTOS .....	80
5.2 – ANÁLISE ECONÓMICA E FINANCEIRA .....	81

5.2.1 Vendas .....	81
5.2.2 CMVMC .....	83
5.2.3 FSE .....	83
5.2.4 Gastos com Pessoal .....	87
5.2.5 Fundo de Maneio .....	87
5.2.6 Investimento .....	88
5.2.7 Ponto Crítico.....	88
5.3 – ANÁLISE DE VIABILIDADE GLOBAL .....	89
5.3.1 Na Perspetiva Pré-Financiamento .....	89
5.3.2 Na Perspetiva Pós-Financiamento.....	89
5.3.3 Na Perspetiva do Investidor .....	90
5.3.4 Cenário Pessimista .....	91
<b>CAPÍTULO 6 – CONCLUSÕES .....</b>	<b>92</b>
6.1 – CONCLUSÕES GERAIS .....	92
6.2 – LIMITAÇÕES DO ESTUDO.....	92
6.3 – RECOMENDAÇÕES PARA INVESTIGAÇÕES FUTURAS.....	92
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>93</b>
<b>WEBSITES CONSULTADOS .....</b>	<b>95</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>97</b>
APÊNDICE I – CMVMC .....	97
APÊNDICE II – INVESTIMENTO.....	99
APÊNDICE III – INVESTIMENTO OBRAS .....	102
APÊNDICE IV – DEPRECIACÕES E AMORTIZAÇÕES .....	103
APÊNDICE V – DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS.....	106
APÊNDICE VI – MAPA DOS CASH FLOWS OPERACIONAIS.....	106
APÊNDICE VII – PLANO DE FINANCIAMENTO .....	107
APÊNDICE VIII – BALANÇO .....	108
APÊNDICE IX – INDICADORES ECONÓMICOS .....	109
<b>ANEXOS.....</b>	<b>110</b>
ANEXO I – INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO .....	110

ANEXO II – FINANCIAMENTO NOVO BANCO .....	114
ANEXO III – TABELA RETENÇÃO NA FONTE NA RAA.....	117
ANEXO IV – TARIFÁRIO TPA NOVO BANCO .....	118
ANEXO V – TARIFAS EDA NA RAA .....	119
ANEXO VI – BOMBA DE CALOR E TERMOACUMULADORES.....	120
ANEXO VII – PAINÉIS FOTOVOLTAICOS .....	120
ANEXO VIII – TARIFÁRIO ÁGUA RIBEIRA GRANDE.....	121
ANEXO IX – TARIFÁRIO PACOTE NOS .....	122

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Tipo de Utilização e Envolvimento dos Proprietários com o Imóvel .....	20
Figura 2 – Evolução do número de Camas em Alojamento Local em Portugal.....	25
Figura 4 - População residente por sexo (Nº), Portugal e NUTS II, 2012-201.....	48
Figura 5 – Número de Estabelecimentos em São Miguel por tipologias.....	50
Figura 6 – Top 13 concorrentes na Ilha de São Miguel, em Ponta Delgada e Ribeira Grande	51
Figura 7 – Tabela Ponderação 5 Forças de Porter .....	57
Figura 8 – Esquema 5 Forças de Porter .....	57
Figura 9 – Mapa Percetual WIH .....	62
Figura 10 – Logotipo WIH.....	62
Figura 11 – Preços a praticar no WIH .....	65
Figura 12 – Organograma WIH .....	66
Figura 13 – Área do Estabelecimento .....	69
Figura 14 – Vista Satélite do Estabelecimento.....	69
Figura 15 – Vista Satélite do Estabelecimento.....	70
Figura 16 – Planta do Estabelecimento: Cave .....	71
Figura 17 – Planta do Estabelecimento: R/C .....	72
Figura 18 – Planta do Estabelecimento: Piso 1.....	73
Figura 19 – Planta do Estabelecimento: Piso 2.....	74
Figura 20 – Taxa de Ocupação na Hotelaria Tradicional, por Mês e Ilha .....	81

# ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Evolução do número de turistas residentes e estrangeiros em Portugal .....	24
Gráfico 2 – Evolução das dormidas nacionais e internacionais .....	25
Gráfico 3 – Evolução do número de Estabelecimentos.....	26
Gráfico 4 – Evolução do número de Camas em Alojamento Local.....	26
Gráfico 5 – Evolução do número de hóspedes e de camas na hotelaria tradicional nos Açores .....	26
Gráfico 6 – Inquérito: Género .....	31
Gráfico 7 – Inquérito: Faixa etária .....	31
Gráfico 8 – Inquérito: Estado Civil .....	31
Gráfico 9 – Inquérito: Local de Residência.....	32
Gráfico 10 – Inquérito: Frequência com que o turista faz férias.....	32
Gráfico 11 – Inquérito: Local onde o turista faz férias .....	32
Gráfico 12 – Inquérito: Tipo de turismo .....	33
Gráfico 13 – Inquérito: Motivo das férias .....	33
Gráfico 14 – Inquérito: Motivo das férias .....	34
Gráfico 15 – Inquérito: Indicadores para uma boa estadia .....	34
Gráfico 16 – Inquérito: Canal de distribuição de reservas .....	35
Gráfico 17 – Inquérito: Possibilidade de ter estado hospedado num hostel .....	35
Gráfico 18 – Inquérito: Motivos de escolha de hostel.....	35
Gráfico 19 – Inquérito: Indicadores de promoção de um hostel.....	36
Gráfico 20 – Inquérito: Possibilidade de repetir ficar hospedado num hostel .....	36
Gráfico 21 – Inquérito: Possibilidade de experimentar ficar hospedado num hostel .....	37
Gráfico 22 – Inquérito: Possibilidade de ter feito férias nos Açores .....	37
Gráfico 23 – Inquérito: Tipo de turismo mais apreciado nos Açores.....	38
Gráfico 24 – Inquérito: Possibilidade de repetir ficar hospedado nos Açores .....	38
Gráfico 25 – Inquérito: Possibilidade de experimentar ficar hospedado nos Açores .....	38
Gráfico 26 – Evolução do PIB em Portugal .....	44
Gráfico 27 – Evolução do PIB <i>per capita</i> em Portugal e na área do euro   Taxa de Variação anual em percentagem .....	45

Gráfico 28 – Evolução da Taxa de Desemprego em Portugal .....	45
Gráfico 29 – Índice de Preços no Consumidor e de Inflação subjacente (taxa de variação homóloga e média dos últimos 12 meses) .....	46
Gráfico 30 – Evolução do número da População em Portugal .....	48
Gráfico 31 – Evolução do número da População nos Açores .....	48

## AGRADECIMENTOS

Este projeto foi sem dúvida um grande desafio às minhas capacidades tanto ao nível das valências adquiridas através dos meus estudos académicos, bem como na gestão do tempo e organização, uma vez trabalhadora-estudante. Este é um patamar que há muito queria alcançar bem como ter o sentimento de dever cumprido não só para comigo, mas para com todos os que me apoiaram nesta caminhada. Assim sendo, agradeço desde já ao meu orientador Professor Victor Alves Afonso por toda a ajuda que me deu para o desenvolvimento deste trabalho.

Um mais querido agradecimento a toda a minha família, em especial aos meus pais que sempre confiaram nas minhas capacidades e decisões que vim tomando durante o meu crescimento tanto pessoal como profissional; que estiveram do meu lado e me incentivaram a seguir os meus sonhos, aos meus tios, que sempre me apoiaram, principalmente à minha tia Nani que desde pequenina acreditou e constantemente me incentivou a querer ter sucesso na minha vida académica e profissional; ao meu irmão, por quem tenho um orgulho e admiração enorme pelas suas capacidades e sucessos alcançados.

Agradeço às minhas primas, a ti Marta, que és uma irmã para mim e acreditas sempre na minha força; aos meus amigos que ao longo destes anos partilharam comigo as minhas paixões e sonhos e contribuíram para quem eu sou hoje.

Aos meus colegas de trabalho que me deram muita força e confiança para terminar este projeto.

E a ti Alex, que estás sempre presente nos bons e nos maus momentos, que me ajudas a crescer e a acreditar que posso sempre chegar mais longe; que me fizeste rir e fizeste acalmar o meu lado emocional nos momentos mais difíceis ao longo deste projeto e ao longo da vida que partilhamos juntos.

## RESUMO

O presente trabalho de projeto tem como objetivo a implementação de um hostel, denominado “Wonder Island Hostel”, no centro urbano da Ribeira Grande, na Ilha de São Miguel, nos Açores.

O plano de negócios foi pensado numa ótica de diversificação da oferta do destino, disponibilizando aos turistas um hostel com quartos temáticos, em que cada um representa um dos vários locais idílicos da ilha, contemplando a beleza e a plenitude da natureza presente nos Açores. Trata-se de um empreendimento turístico que aposta na preservação do ambiente e que pretende fomentar nos turistas o sentimento que a promotora nutre pela beleza do destino.

O projeto está sustentado num estudo ao mercado e na respetiva análise económico-financeira, que permitiu justificar a sua viabilidade. O investimento inicial é de 340.055,77€, e de acordo com os pressupostos considerados, o projeto apresenta um Valor Atual Líquido de 346.349€, uma Taxa Interna de Rentabilidade de 33,56% e um *Payback Period* de 3 anos.

Palavras-chave: Plano de Negócios, Turismo, Hostel, Natureza, Açores

## ABSTRACT

This document aims the implementation of a hostel called “Wonder Island Hostel”, in the urban center of Ribeira Grande, in São Miguel Island, Açores.

The business plan was designed to diversify the offer of the destination, providing tourists with a hostel with themed rooms, each representing one of several idyllic locations on the island, contemplating the beauty and fullness of nature present in Açores. This is a tourism venture that bets on the preservation of the environment and intends to foster in tourists the feeling that the authoress has for the beauty of the destination.

The project is supported by a market study and its own economic and financial analysis, which justifies its viability. The initial investment is 340.055,77€, € and, according to the assumptions considered, the project has a Net Present Value of 318.667,34€, an Internal Rate of Return of 33,02% and a Payback Period of 3 years.

Keywords; Business Plan, Tourism, Hostel, Nature, Açores

# SIGLAS E ACRÓNIMOS

AHRESP - Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal

AL - Alojamento Local

AMI - Assistência Médica Internacional

CAE - Código de Atividade Económica

CF - Cash Flow

DR - Demonstração de Resultados

EA - Época Alta

EB - Época Baixa

EDA - Eletricidade dos Açores

EM - Época Média

ENH - Empresa na Hora

EQC - Empreendedorismo Qualificativo e Criativo

FBEE - Fomento da Base Económica de Exportação

FSE - Fornecimentos Serviços Externos

IAPMEI - Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação

INE - Instituto Nacional de Estatística

IPC - Índice de Preços no Consumidor

IRC - Imposto Sobre o Rendimento das Pessoas Coletivas

IRS - Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares

OMT - Organização Mundial de Turismo

ONU - Organização das Nações Unidas

PENT - Plano Estratégico Nacional do Turismo

PIB - Produto Interno Bruto

PMS - Property Management System

PP - PayBack Period

RAA - Região Autónoma dos Açores

RevPAr - Revenue Per Available Room

RGIC - Regulamento Geral de Isenção por Categoria

SDEA - Sociedade para o Desenvolvimento Empresarial dos Açores

SEF - Serviços de Estrangeiros e Fronteiras

SEO – Search Engine Optimization

SREAT - Secretaria Regional da Energia, Ambiente e Turismo

TIR - Taxa Interna de Rentabilidade

TOC - Técnico oficial de Contas

VAB - Valor Acrescentado Bruto

VAL - Valor Atualizado Líquido

WACC - Weighted Average Cost of Capital

WIH - Wonder Island Hostel

# CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO

## 1.1 ENQUADRAMENTO DO TEMA

A crescente procura de alojamentos locais em todo o país, na constatação de que os Açores têm vindo nos últimos anos a ganhar um peso significativo no turismo português e ainda a mudança de residência da autora, de Cascais para Ponta Delgada, levaram a que, com os conhecimentos adquiridos na Licenciatura em Gestão no ISCTE, e as valências alcançadas com a Pós-Graduação em Gestão Hoteleira na ESHTe, casadas com o fator emocional, conduzissem à elaboração de uma dissertação de mestrado, sob a forma de projeto de investimento de um alojamento local, onde os turistas pudessem sentir o que a autora sentiu ao fim de um ano a viver na Ilha de São Miguel. A preocupação pelo ambiente, a preservação da natureza e o reconhecimento da beleza da ilha, foram o mote para a criação do “Wonder Island Hostel”.

## 1.2 ESTRUTURA DO TRABALHO

O trabalho inicia-se, com uma revisão sucinta de literatura com o objetivo de recolher informações sobre os temas em análise, designadamente, a atividade turística, os planos de negócio, as características e os requisitos de constituição de um hostel.

Posteriormente, no Capítulo 3, com o intuito de estudar o tipo de turista direcionado para este negócio, é apresentado um inquérito por questionário, realizado com recurso ao *GoogleForms* e enviado através das redes sociais. Após a recolha, far-se-á uma análise aos resultados obtidos.

No Capítulo 4, é contemplada a apresentação do produto e o enquadramento do mesmo no mercado: na sua envolvente mediata e imediata; o Capítulo 5 trata o estudo de viabilidade do negócio, apresentando os indicadores económico-financeiros do projeto e, por fim, no Capítulo 6, são apresentadas as conclusões, as limitações e as recomendações para futura investigação.

### 1.3 OBJETIVOS E PERGUNTA DE PARTIDA

Este projeto visa responder à questão de partida: “Existe espaço no mercado e viabilidade económico-financeira para a criação de um hostel denominado “Wonder Island Hostel” (WIH), na Ilha de São Miguel?”

O objetivo da investigação visa estudar a viabilidade global da criação e gestão do hostel, através de duas proposições, nomeadamente:

1. O conceito de negócio tem clientes – verificada através do Estudo de Mercado (análise ao mercado; perfil do turista; e concorrência).

2. O projeto apresenta viabilidade económico-financeira – validada através do Plano Financeiro.

# CAPÍTULO 2 – ENQUADRAMENTO TEÓRICO – REVISÃO DE LITERATURA

## 2.1 O PROJETO DE INVESTIMENTO

### 2.1.1 Passos de desenvolvimento de um projeto de investimento

O projeto de investimento surge da crescente necessidade de as empresas captarem financiamento e consiste na coordenação de um conjunto de tarefas e funções, estudadas e fundamentadas sob a implementação de uma estratégia definida, que visam cumprir um fim específico; um investimento, por sua vez, define-se pela injeção de capital com o objetivo de obter rendimentos/lucros.

De acordo com Marques (2006), a noção de projeto define-se por “intenções” de aplicação dos recursos existentes com o objetivo de produzir outros recursos que aumentem a qualidade e a criação de valor e/ou a redução dos custos de produção.

Lopes (2012) refere que um projeto é o conjunto das decisões de investir ou explorar capital e/ou outros recursos existentes, com o objetivo de obter benefícios. Evitar os riscos e otimizar os resultados, bem como a escolha do melhor projeto, assenta na elaboração de uma análise financeira dos fluxos geridos, do mapa de exploração, do plano de investimento, entre outros.

Por outro lado, a importância dos projetos de investimento assenta na análise das estratégias que permitem determinar o futuro da empresa e a sua viabilidade, avaliando o risco de perda da oportunidade de mercado que originou a sua criação e limitando a direção de investimento de forma a evitar o grau de endividamento que poderá prejudicar a saúde financeira da empresa.

Cebola (2009) afirma que um Plano de Investimento deverá passar pelas seguintes fases:

1. Identificação da oportunidade: Identificação do problema, da oportunidade ou da ideia que levam a que se equacione a necessidade em desenvolver o projeto, bem como o enquadramento do projeto na visão, missão e valores da empresa;

2. Análise da conjuntura: Procurar perceber de que forma o projeto pode contribuir para o desenvolvimento do país ou da região onde se vai inserir, fazendo um diagnóstico da evolução por setores de atividade e conhecer quais as necessidades a satisfazer, nomeadamente através de instrumentos de análise do meio envolvente: PEST, 5 forças de Porter e análise SWOT, para avaliar os ambientes internos e externos nos quais a empresa desenvolverá o projeto;

3. Formulação da estratégia: A formulação da estratégia é acompanhada pela elaboração de planos estratégicos e operacionais que tenham por finalidade alcançar os objetivos, cumprir a missão e contribuir para a visão da empresa.

4. Análise económica e financeira: Etapa em que se realiza uma análise sob o ponto de vista da rentabilidade dos investimentos e se analisa o equilíbrio financeiro, de modo a garantir que as receitas geradas sejam superiores às despesas consideradas.

5. Avaliação e decisão: Uma vez recolhida toda a informação sobre o mercado e o projeto, é nesta fase que se toma a decisão de avançar ou não com o mesmo, passando-se a procurar os meios que permitem a sua realização e posteriormente a negociação com os intervenientes externos ao projeto.

6. Planeamento: Nesta fase estabelece-se o plano de ação necessário à concretização do projeto, tendo por referência os estudos efetuados e as decisões tomadas, nomeadamente a criação da equipa de desenvolvimento do projeto e a respetiva liderança; o planeamento detalhado das ações a realizar; a definição das atividades, dos requisitos e procedimentos a adotar; a definição clara dos objetivos a alcançar e a definição dos mecanismos de controlo.

7. Revisão e execução: Fase em que se regista o desenvolvimento de todas as atividades planeadas.

8. Controlo e reajustamento ao plano: O plano de ação estabelecido é por natureza um documento previsional, pelo que é necessária a contínua aferição do seu cumprimento e avaliação da necessidade e viabilidade de eventuais ajustamentos ao projeto que venham a ser identificados.

9. Encerramento: Com a conclusão do plano de ação estabelecido para a concretização do projeto, deverá proceder-se à avaliação das condições de funcionamento do 'objeto' do projeto e à verificação de quais os objetivos atingidos e os que ficaram por atingir.

10. Fase operacional ou de funcionamento pós projeto: Após a entrega do projeto ao cliente (promotor do projeto), a liderança passa para o grupo executivo que deverá aplicar a estratégia definida para a fase pós-projeto.

### 2.1.2 Principais indicadores de avaliação de um projeto de investimento

Com o objetivo de analisar a viabilidade do projeto, são avaliadas duas perspetivas: a perspetiva do projeto, calculada através os *Free Cash Flow to Firm*, subdividindo-se em dois cenários: de pré-financiamento e de pós-financiamento; e a perspetiva do investimento, que utiliza os *Free Cash Flow to Equity*. Importa para tal compreender os indicadores inerentes a esta avaliação, nomeadamente:

- **Free Cash Flow to Firm**: Volume de *cash flow* disponível proveniente do ciclo de operação de exploração da empresa, para ser distribuído entre os detentores de fontes de financiamento, após estarem pagos todos os custos operacionais, impostos, eventuais variações de fundo de maneiio, entre outros investimentos.

- **Free Cash Flow to Equity:** Volume de *cash flow* disponível e proveniente do ciclo de exploração da empresa, por outras palavras, os dividendos a distribuir aos sócios / acionistas / investidores, após estarem já pagos todos os custos operacionais, impostos, eventuais variações de fundo de maneiio, entre outros investimentos.

- **Taxa de Atualização:** Taxa de atualização dos rendimentos ou *cash flows* futuros de forma a obter o seu valor atual (VAL)

- **VAL:** Soma de todas as entradas e saídas de capital durante a vida útil de um projeto atualizada para o momento presente. Um projeto viável apresenta um Valor Atual Líquido positivo.

- **TIR:** Taxa interna de rentabilidade do investimento, sendo que o projeto somente é viável se a mesma for superior à taxa de atualização, também denominada taxa de desconto, caso contrário, o risco associado ao investimento é demasiado grande para a obtenção do retorno do investimento.

- **PayBack Period:** Corresponde ao período no qual os *cash flows* atualizados e acumulados da operação equivalem ao investimento, ou seja, período no qual a partir desse momento a empresa começa a gerar lucro. Para um projeto ser viável, o período de retorno do investimento terá que ser inferior ao período de vida útil do projeto.

- **Beta Unlevered:** Medida de volatilidade do mercado, ou seja, mede o risco de mercado da empresa, sem considerar o impacto da dívida.

- **Beta Levered:** Tal como o *beta unlevered*, o *beta levered* também é uma medida de volatilidade do mercado; a diferença prende-se com o facto de este *beta* considerar os montantes do serviço de dívida da empresa.

- **Prémio de risco de mercado:** Rendibilidade adicional requerida por um investidor, para efetuar uma determinada aplicação financeira ou investimento com risco, em alternativa a um investimento sem risco.

- **Taxa de juros de ativos sem risco:** Reflete a remuneração de ativos isentos de risco, isto é, rendimento disponível que deriva de emissões de títulos do Estado.

- **WACC:** Custo médio ponderado de capital de uma empresa, calculado como a média das diferentes fontes de financiamento utilizadas, ponderadas pelo peso de cada uma delas na sua estrutura de financiamento.

## 2.2 O TURISMO E O MERCADO TURÍSTICO

### 2.2.1 Tipos de Turismo

Segundo a OMT (2008), o turismo consiste em “atividades realizadas por pessoas durante as suas viagens e estadas em locais fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo, não superior ao um ano, por lazer, negócio e outros motivos”.

Turismo é sinónimo de viajar, logo, ao refletirmos sobre as motivações que nos levam a viajar, estamos de facto a classificar os tipos de turismo que são praticados, tais como: turismo de lazer, de negócios ou trabalho, misto, de saúde, cultural, ecológico, étnico e político. É importante classificar os tipos de turismo corrente num determinado local ou zona, com o intuito de descobrir quais são os nossos alvos potenciais (clientes / consumidores) ou mercados turísticos por explorar. (Marques J. A., 2007)

Segundo o Plano de Marketing Estratégico (Turismo de Portugal, 2014), pode-se considerar dez principais Produtos Turísticos:

**Sol & Mar:** Representa um peso significativo dentro do setor em Portugal, estando presente em destinos turísticos que possibilitem atividades balneares em praias atrativas num ambiente natural. Contudo, este tipo de turismo, apesar de ter muita procura, é também limitado por se dirigir somente às zonas litorais de um determinado território. Ao longo dos tempos têm-se verificado altos níveis de concentração turística; um elevado grau de sazonalidade; deterioração do ambiente e paisagística nalgumas zonas em prol de investimentos em estabelecimentos turísticos que satisfizessem as necessidades da massificação turística. Neste contexto, este tipo de turismo sofreu transformações derivadas de iniciativas inovadoras que impediram, em muitos casos, a entrada em declínio de destinos apenas dedicados ao sol e mar. Assim, surgiu a junção de produtos turísticos complementares, como o Turismo de Golfe, o Turismo Desportivo e o Turismo Náutico.

**Golfe:** O turismo tem apostado no desenvolvimento desta experiência turística, quer através de entidades públicas como privadas. Portugal venceu a categoria de “Melhor Destino de Golfe do Mundo”, pelo 5º ano consecutivo, nos World Golf Awards de 2018. Por outro lado, a significativa procura da prática desta modalidade no território português deve-se em grande parte ao nosso clima, às praias, à gastronomia & vinhos, ao fator paisagístico e sobretudo à hospitalidade do povo português.

O presidente do Turismo de Portugal, Luís Araújo (2018) referiu, num comunicado, que “a procura de golfe, maioritariamente internacional, contribui de forma significativa para a existência de atividade turística ao longo de todo o ano – um dos grandes objetivos da Estratégia 2027”.

**Cruzeiros:** Segundo a PressTur - Agência de Notícias de Viagens & Turismo (2019), “o porto de Lisboa voltou a ser em 2018 o primeiro porto português de cruzeiros marítimos, tanto em número de passageiros como de escalas, recuperando a liderança que em 2017 lhe escapara para o Funchal”. No portal da Secretaria-Geral da Economia, a 10 de Novembro de 2017, encontra-se um manifesto do primeiro-ministro António Costa, na inauguração do terminal de cruzeiros de Lisboa, referindo que “o turismo tem hoje um peso enorme na nossa atividade económica, mas tem ainda muito para dar, representando 7% do PIB e 18% das exportações, o que significa que ainda há potencial para reforçar o peso deste setor”. O mesmo reforça que deverá haver medidas que combatam a sazonalidade no nosso país, de forma a que Portugal não seja somente um destino de Sol & Mar.

**Turismo Residencial:** Este produto caracteriza-se essencialmente pela oportunidade de o tipo de alojamento utilizado numa estada poder ser uma segunda residência, inserida num edifício ou em condomínios privados ou então num conjunto turístico, como é o caso dos *resorts*. Segundo o Plano Estratégico para o Turismo do Algarve 2015-2018 (Turismo de Portugal, 2014, p. 189), este produto turístico define-se como um “imóvel utilizado de forma sazonal como segunda habitação, inserido num empreendimento turístico em propriedade plural com serviços complementares e equipamentos de animação ou num meio de alojamento local que, quando devidamente registado, pode ser comercializado para fins turísticos”.

Segundo Almeida (2010), existem diferentes versões sobre a utilidade deste produto turístico, ou seja, se para algumas pessoas este produto é uma segunda casa, de férias, sendo o imóvel considerado um local de reunião de família e amigos, para outras, é um considerado um investimento e uma fonte de rendimento.

UTILIZAÇÃO	ENVOLVIMENTO	OBSERVAÇÕES
1. Primeira casa	Elevado	Imóvel utilizado durante longos períodos de tempo ao longo do ano.
2. Segunda casa		
2.1. Casa de férias (família)	Elevado/Médio	Utilização de índole sazonal, sendo este imóvel considerado um local de reunião da família e amigos.
2.2. Mistura de casa de férias e casa para arrendar	Médio	Utilização sazonal por parte dos proprietários com arrendamento a terceiros nos restantes períodos.
2.3. Casa para arrendar	Médio/Reduzido	Imóvel arrendado a terceiros.
3. Investimento	Reduzido	Investimento a curto prazo. Associado à aquisição do imóvel em <i>off-plan</i> e posterior venda.

Figura 1: Tipo de Utilização e Envolvimento dos Proprietários com o Imóvel

Fonte: Almeida (2010)

**Gastronomia & Vinhos:** Produto caracterizado pela oferta de produtos típicos e pelo aprofundar do conhecimento sobre o património enológico e gastronómico de um determinado território, proporcionando a degustação de diversos produtos; aprendizagem dos processos de produção; visitas a atrações turísticas locais relacionadas com a prova do produto, entre outras.

Apontava o PENT (Diário da República – I Série nº74, 2013, p. 2195) a Gastronomia & Vinhos como um produto turístico complementar que fosse promovido através da marca “Prove Portugal”, e, neste contexto, Portugal é um destino competitivo dentro da EU, pela variedade e riqueza da sua gastronomia; quantidade e diversidade de vinhos; doçaria tradicional muito apreciada; qualidade da oferta de peixe e marisco e a crescente qualificação dos *chef's* nacionais.

Ao nível da concorrência, os principais países são a França, a Itália e a Espanha pela semelhança da oferta turística que atrai uma procura idêntica e localizada nos mesmos mercados emissores. Estes países são também os que apresentam uma forte tradição na produção e comercialização de gastronomia e vinhos nacionais.

**Touring Cultural:** Tem como principal motivo de viagem a cultura tangível e/ou intangível num determinado território. Os centros culturais; museus; centros históricos; monumentos; os grandes centros de peregrinação ou os fenómenos naturais ou geográficos, portanto, o património histórico e natural constitui uma preferência do turista que procura este produto. O PENT divide-o em dois tipos de produtos turísticos: *City Break* (conhecer uma cidade e as suas atrações monumentais, arquitetónicas, culturais) e o *Touring* (Turismo Cultural e Religioso)

**Turismo de Saúde e Bem-estar:** Proporciona ao turista atividades ligadas ao bem-estar físico e/ou psíquico, por exemplo, através dos *spas* e das termas. Os recursos naturais e os equipamentos existentes são os principais mecanismos para este produto turístico funcionar, e no caso específico dos Açores, as águas termais são dos recursos naturais mais procurados pelo turista, possibilitando-lhe uma experiência ímpar no mercado nacional.

**Turismo de Negócios:** Visa a viagem do turista no âmbito profissional, independentemente das vertentes sociais, económicas, políticas ou naturais.

Este tipo de turismo assume um elevado significado para o destino, uma vez que regra geral, é organizado fora da época de férias e, portanto, contribui para a diminuição da sazonalidade no destino.

**Turismo de Natureza:** Também designado como Ecoturismo, é um segmento da atividade turística que recorre ao património natural e cultural incentivando a preservação dos mesmos e ainda as práticas ambientalistas, com principal foco na conservação dos recursos naturais e culturais e a educação ambiental. No caso concreto dos Açores, também é um produto turístico muito procurado pelas atividades e experiências que o destino oferece, nomeadamente os passeios pedestres, a canoagem, a observação de aves, a observação de baleias, fatores paisagísticos e todos os seus miradouros, práticas ambientais, turismo geológico, experiências sensoriais com as águas de origem vulcânica, entre outras.

**Turismo Desportivo:** Conjunto de práticas onde as áreas do turismo e do desporto se tornam interdependentes, evidenciado na diversidade de atividades desportivas onde o turista é um mero espetador ou, pelo contrário, assume papel de praticante. No primeiro caso, temos como exemplo os espetáculos desportivos e, no segundo, os estágios desportivos.

Mencionados os tipos de turismo, importa perceber que para cada produto turístico está associado um motivo, que poderá ter subjacente um dos seguintes parâmetros: religião; visita a familiares ou amigos; saúde e bem-estar; atividades profissionais ou negócios; lazer, recreio ou férias.

### 2.2.2 Os aspetos da procura turística

Para Cunha (2003, p.131), a procura turística traduz “o conjunto de bens e serviços que as pessoas adquirem para realizar as suas viagens.” Assim, existem 4 grandes grupos de procura turística:

a) Física: constituída pelos fluxos turísticos, que se medem pelas chegadas às fronteiras de cada país e pelas dormidas nos meios de alojamento;

b) Monetária: é o valor dos consumos realizados pelos visitantes de origem externa e interna;

c) Geográfica: Define as localidades onde se geram os movimentos turísticos (origens) e os locais para onde eles se dirigem com vista à satisfação das suas necessidades (destinos);

d) Global: À escala nacional, a procura global de um país é avaliada pela “taxa de partida” que expressa a participação da sua população nas viagens.

### 2.2.3 Os aspetos da oferta turística

Relativamente à oferta turística: "...o lado da oferta está preocupado em compreender onde é que as atividades turísticas se desenvolvem e em que escala. Está preocupado com o processo ou processos através do qual (ou quais) certas cidades têm capacidade de criar recursos turísticos e uma indústria turística" (Law, 1994, p. 61).

A oferta turística, segundo Cunha (2007), pode ser definida consoante a sua finalidade e função, designadamente:

a) Oferta Turística de Atração: Elementos de origem natural e paisagística;

b) Oferta Turística de Receção: Equipamentos, bens e serviços que satisfazem as necessidades procuradas pelo turista;

c) Oferta Turística de Fixação: Elementos que podendo ser os motivos de atração ou não do turismo, contribuem para a permanência prolongada da estadia do turista, tais como: fatores culturais, sociais, económicos e políticos;

d) Oferta Turística de Animação: Elementos que promovam um destino turístico criativo, suscetíveis de satisfazer as necessidades de lazer e ocupação de tempos livres do turista;

e) Oferta Turística de Deslocação: Conjunto de infraestruturas, equipamentos e serviços que permitem a deslocação do turista.

### 2.2.4 Evolução do Turismo em Portugal (em geral) e nos Açores (em particular)

#### **PORTUGAL**

Através do documento da "Estatísticas do Turismo 2018", publicado pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), verifica-se que o número de chegadas a Portugal de turistas não residentes atingiu 22,8 milhões, correspondendo a um crescimento de 7,5% face a 2017, tendo o mercado interno assegurado 19,9 milhões de dormidas, correspondendo a 29,4% do total e a um crescimento de 6,5% em 2018.

A evolução positiva do turismo que se verifica em Portugal nestes últimos anos tem contribuído seguramente para o desenvolvimento da economia nacional, gerando emprego e riqueza e, ainda, promovendo a valorização do património nacional.

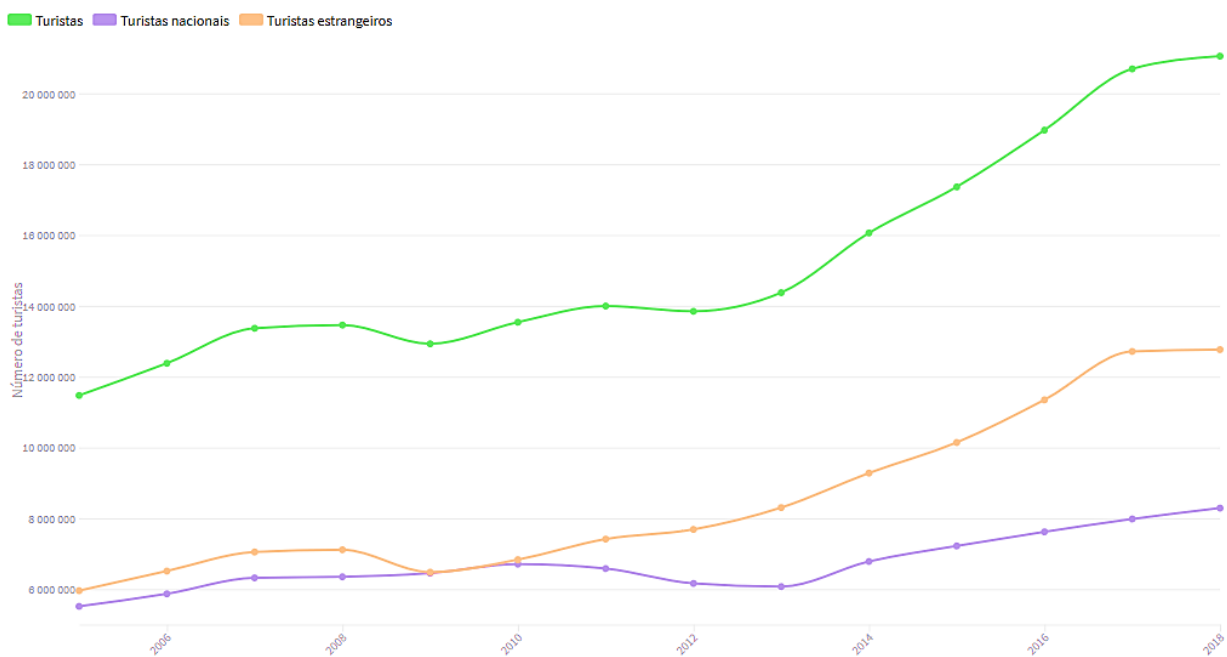


Gráfico 1 – Evolução do número de turistas residentes e estrangeiros em Portugal

Fonte: Jornal de Negócios com base nos dados do INE (2019)

De realçar que a 1 de dezembro de 2018, Portugal foi eleito o Melhor Destino Turístico do Mundo, pelo segundo ano consecutivo, no âmbito dos World Travel Awards, numa cerimónia que decorreu em Lisboa a 10 de setembro de 2019 e tornou-se o primeiro país a ganhar o prémio “Destino Turístico Acessível 2019”, entregue durante a 23.<sup>a</sup> Assembleia-Geral da Organização Mundial do Turismo (OMT), realizada em São Petersburgo, na Rússia.

O turismo é a maior atividade económica exportadora do país, como comprovam as estatísticas publicadas pelo INE dos últimos anos.

O número de hóspedes em Portugal cresce a um ritmo superior ao das dormidas. Os principais destinos são a Área Metropolitana de Lisboa (30,1%), o Norte (21,1%) e o Algarve (18,7%).

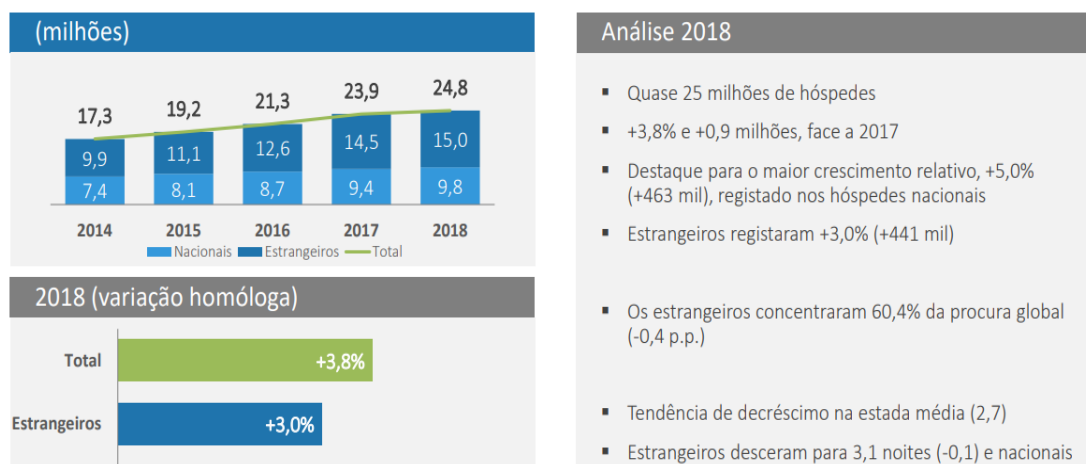


Gráfico 2 – Evolução das dormidas nacionais e internacionais

Fonte: Instituto Nacional de Estatística (INE, 2019)

### Alojamento Local

O alojamento local existe há vários anos, no entanto, constata-se um enorme crescimento destas unidades, principalmente deste que foi publicado o regime jurídico relativo à sua exploração, no Decreto-Lei n.º 128/2014 de 29 de agosto. Esta evolução resulta em significativa parte, no aumento exponencial do turismo e apresenta um crescimento mais expressivo quando comparado com os demais segmentos de alojamento.

ANO	Estabelecimentos	Camas (k)*
2018	3 534	76,2
2017	2 663	66,6
2016	1 831	55,8
2015	1 450	49,4
2014	1 145	43,8
2013	1 051	41,2

Figura 2 – Evolução do número de Camas em Alojamento Local em Portugal

(\*apenas foram consideradas unidades com 10 e mais camas)

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do INE (2018)

No relatório “Estatísticas do Turismo 2018”, refere-se que “os estabelecimentos de alojamento local registaram 4,0 milhões de hóspedes (+14,1% em 2018 face a 2017) e 9,3 milhões de dormidas (+13,9% em 2018 face a 2017).” O número de estabelecimento revela um aumento de 32,7% em 2018, face a 2017.

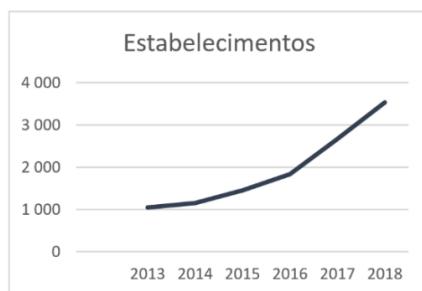


Gráfico 3 – Evolução do número de Estabelecimentos

Fonte: Elaboração própria, Dados do INE (2018)

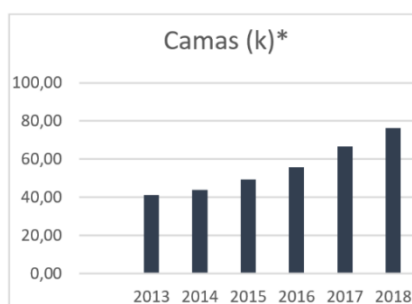


Gráfico 4 – Evolução do número de Camas em Alojamento Local

(\*apenas foram consideradas unidades com 10 e mais camas)

Fonte: Elaboração própria, Dados do INE (2018)

## AÇORES

Com ênfase no arquipélago dos Açores, os índices de desenvolvimento turístico das 9 ilhas têm demonstrado um crescente aumento das taxas de ocupação hoteleiras, diretamente relacionadas com o aumento do número de visitantes às ilhas. O gráfico que se segue retirado do Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico de Ponta Delgada 2017-2021, elaborado pela Câmara Municipal de Ponta Delgada e pelo Fundo de Maneio, comprova este crescimento, cada vez mais acentuado nos últimos anos.

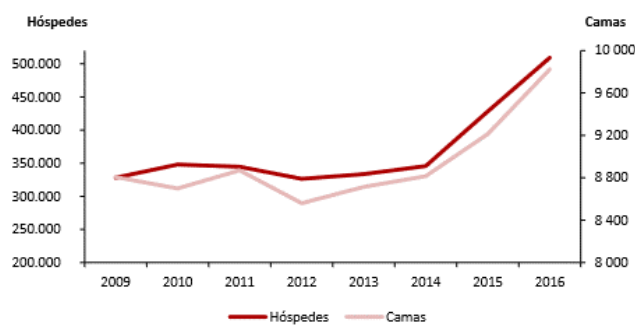


Gráfico 5 – Evolução do número de hóspedes e de camas na hotelaria tradicional nos Açores

Fonte: SREA (2010,2011,2012,2013,2014,2015,2016,2017)

### 2.2.5 O Turismo Jovem

O conceito de Turismo Jovem tem sido ao longo dos tempos um tema amplamente discutido, no entanto, apresenta uma definição pouco clara, que não é universalmente aceite (Richards & Wilson, 2006). De facto, este tipo de turismo tem vindo a ganhar notoriedade e constitui um dos maiores segmentos do turismo global, pelo aumento do número de jovens e estudantes a viajar (Richards & Wilson, 2006).

A ONU define o turista jovem, como aquele que viaja e se encontra numa faixa etária compreendida entre os 15 e os 24 anos; outros estudos alargados consideram um indivíduo jovem até aos 30 anos (Moisã, 2010); segundo Mintel (2009) os jovens apresentam idades entre os 15 e os 34 anos. Por fim e de forma mais genérica, Nugent (2005, p.2) define o conceito de jovem como “todas as pessoas que se encontram dentro de uma faixa etária específica ou com um determinado estado de espírito ou até mesmo um estado de alma”. Neste sentido, a dificuldade de enquadrar o jovem numa faixa etária, conduziu a que nos dias de hoje, o turista jovem se defina não tanto numa base demográfica mas cada vez mais como um estilo de turista (UNWTO - WYSE, 2008), ao referir que as pessoas com trinta e quarenta anos podem ser também consideradas jovens em espírito

Ainda que seja difícil definir uma faixa etária, o turismo jovem é convencionalmente entendido como a geração dos *millenials*, que vivem muito em função dos *smartphones* e são magníficos *word-of-mouth advertisers*, pela utilização massiva que fazem das redes sociais.

O turista jovem é um turista complexo e com necessidades específicas e diversificadas. Se por um lado possui elevadas expectativas e padrões, por outro não quer gastar muito dinheiro em viagens, ainda que, por viajar muito mais que os turistas tradicionais, esta despesa seja uma das parcelas com maior impacto no seu orçamento. É um turista com uma mente aberta e vai em busca de novas aventuras, mas não descarta a sua segurança. Em busca da flexibilidade de serviços de turismo, atividades e destinos criativos, é um turista que tem sempre em consideração a relação preço/qualidade. Os motivos de viagem deste tipo de turista constituem: os estudos no estrangeiro, a fuga à rotina; a desmotivação e desintegração na sociedade que levam à necessidade de liberdade e integração social noutros meios longe de casa e longe do seu paradigma social atual; a aventura, o desafio e o apetite pelo desconhecido.

A procura por atrações turísticas locais, recursos naturais, atividades recreativas, eventos, festivais, desporto, bem-estar e apreciação da boa gastronomia e vinhos, leva a que seja um público-alvo difícil de agradar, por um lado pelas suas elevadas expectativas, e por outro, mais facilitado pelo vasto leque de interesses através dos quais se pode satisfazer.

## 2.3 O ALOJAMENTO LOCAL

### 2.3.1 O Alojamento local e as suas modalidades

Os turistas procuram cada vez mais alojamento com espaços designados para confraternizar e socializar, à semelhança do conceito de hostel, com serviços de *wi-fi* eficazes, *check-in* e *check-out* automático e aplicações móveis que respondem às necessidades dos hóspedes, nomeadamente, serviço de quarto, marcações *spa* e transporte, entre outros.

Segundo o Turismo de Portugal (2016), as modalidades dos estabelecimentos de alojamento local subdividem-se em:

- a) Moradias: alojamento local cuja unidade de alojamento é constituída por um edifício autónomo, de carácter unifamiliar;
- b) Apartamentos: alojamento local cuja unidade de alojamento é constituída por uma fração autónoma de edifício ou parte de prédio urbano suscetível de utilização independente;
- c) Estabelecimentos de hospedagem: alojamento local cujas unidades de alojamento são constituídas por quartos. Será denominado “hostel” aquele cujas unidades de alojamento predominante sejam um dormitório, isto é, um quarto constituído por um número mínimo de quatro camas ou por camas em beliche e obedeçam aos restantes requisitos previstos na lei.

### 2.3.2 Requisitos dos estabelecimentos de AL (hostel): Gerais e de Segurança;

De acordo com a AHRESP, os principais requisitos de um hostel são os seguintes:

- a) O número de camas dos dormitórios só pode ser inferior a quatro se as mesmas forem em beliche;
- b) Cada cama deve obrigatoriamente ter um compartimento individual, contendo sistema de fecho, com a dimensão mínima interior de 55cm x 40cm x 20cm;
- c) Devem dispor de ventilação e iluminação direta com o exterior através de janela;
- d) As instalações sanitárias podem ser comuns a vários quartos e dormitórios, podendo ser separadas por géneros ou mistas. Tratando-se de instalações sanitárias mistas, os chuveiros devem configurar espaços autónomos separados por portas com fecho interior;
- e) Devem estar dotados de espaços sociais comuns, cozinha e área de refeição de utilização e acesso livre pelos hóspedes.

Os estabelecimentos com capacidade superior a 10 utentes, têm de cumprir as regras previstas no regime jurídico de segurança contra incêndios em edifícios (Dec. Lei 220/2008 de 12/11 e Portaria nº 1532/2008, de 29/12). Os que possuem menor capacidade de ocupação,

apenas têm de cumprir os seguintes requisitos de segurança, extintor e manta de incêndio, equipamento de primeiros socorros e afixação do número nacional de emergência (112) em zonas acessíveis e visíveis aos utentes.

## 2.4 O HOSTEL

O Turismo de Portugal (2016) define hostel como um estabelecimento de hospedagem em que a unidade de alojamento predominante é o dormitório. Ou seja, pode ter quartos individuais, mas, para ser considerado hostel, é necessário que o número de utentes em dormitórios seja superior ao número de utentes em quartos. O setor dos hostels em Portugal tem registado um crescimento significativo, potenciado quer pelo crescimento do turismo *low-cost*, quer pelo reconhecimento internacional da qualidade do serviço oferecido. O número de hostels registados na plataforma *Hostelworld* cresceu 509% nos últimos cinco anos, de acordo com a citada plataforma. O setor está a passar por uma transformação, de modo a conseguir uma maior fatia do mercado da hospitalidade, com a oferta de quartos particulares e temáticos. A competitividade entre os hostels portugueses é elevada e leva à promoção de uma oferta maior, de qualidade e cada vez mais exigente na prestação de serviços aos turistas.

## 2.5 SUSTENTABILIDADE NA HOTELARIA

O tema da sustentabilidade económica, social e ambiental na hotelaria tem ganho dimensão ao longo dos últimos anos, e são visíveis significativos avanços transversais às principais áreas dos hotéis. Nestes três vetores têm-se implementado várias medidas de controlo e estratégias de poupança de água e de energia, menos dispendiosas e que conseguem melhorar a *performance* dos equipamentos existentes, diminuindo os custos associados ao seu consumo. Por exemplo, na construção do hostel optar por uma orientação solar adequada e utilizar materiais de construção e isolamento térmico específicos, a utilização de lâmpadas LED, os sensores de presença para ativar a iluminação, entre outros; a adesão ao “Programa Hospes” da Associação da Hotelaria de Portugal, que tem como objetivo promover a sustentabilidade da hotelaria e do Turismo, através do estabelecimento de protocolos com instituições como a AMI, o Banco Alimentar, entre outros.

## CAPÍTULO 3 – ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

### 3.1 MODELO DE INVESTIGAÇÃO

Para a escolha da metodologia de investigação, vários elementos pesam, tais como: a temática, o objeto de estudo, os objetivos de investigação e a problemática a abordar. Assim, torna-se essencial a utilização mais eficaz dos métodos para assegurar uma profunda análise empírica de toda a informação, de forma a responder às necessidades iniciais do projeto, à questão de partida e assegurar os objetivos referidos no início da dissertação.

### 3.2 INSTRUMENTOS DE OBSERVAÇÃO

Uma vez que o objetivo desta investigação se prende com o estudo da viabilidade de um projeto de investimento e, de forma a compreender o perfil de turista que procura um alojamento local, mais especificamente um hostel, na Ilha de São Miguel, surge a necessidade de se utilizar como método de investigação, para além da revisão de literatura, um processo dedutivo, de análise quantitativa, de respostas fechadas, através de um inquérito a indivíduos com a característica de turistas, que forneçam informações pertinentes para o desenrolar da investigação, permitam testar a sustentabilidade do novo conceito de negócio nas suas diversas dimensões – de mercado e económico-financeira e prever resultados que tornem o projeto exequível, cuja população-alvo é o número de hóspedes na hotelaria tradicional dos Açores: 572.182 indivíduos.

### 3.3 RECOLHA E ANÁLISE DE DADOS

O questionário desenvolvido teve como principal objetivo caracterizar o tipo de turistas interessados neste tipo de alojamento e perceber as suas principais motivações relativamente à escolha do destino. O mesmo realizado através da *GoogleForms* e partilhado na plataforma *Facebook*.

A amostra foi por conveniência e não probabilística, com efeito *snowball*, reunindo um total de 158 inquiridos, maioritariamente do género feminino, com uma presença de cerca de 43,7%, face ao género oposto, na ordem dos 56,3% (como se verifica no gráfico 6); a faixa etária que se destaca, segundo o gráfico 7, é a dos inquiridos com idades compreendidas entre os 25 e os 35 anos, seguindo-se a faixa etária, dos 36 aos 45 anos. Com um nível de confiança de 95%, obteve-se um erro de amostragem de 7,8%.

### Indique o seu género

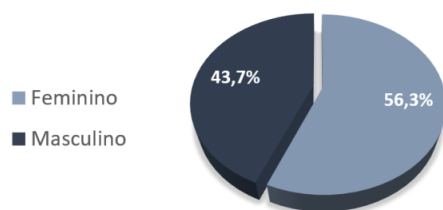


Gráfico 6 – Inquérito: Género

Fonte: Elaboração própria

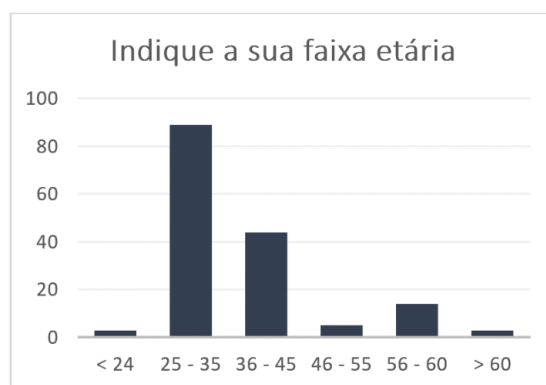


Gráfico 7 – Inquérito: Faixa etária

Fonte: Elaboração própria

Como se pode observar no gráfico 8, a maioria dos inquiridos é solteira (73,7%) e reside em Lisboa (104 inquiridos) – vd. Gráfico 9.

### Indique o seu estado civil

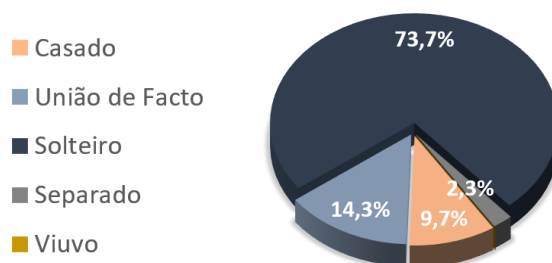


Gráfico 8 – Inquérito: Estado Civil

Fonte: Elaboração própria

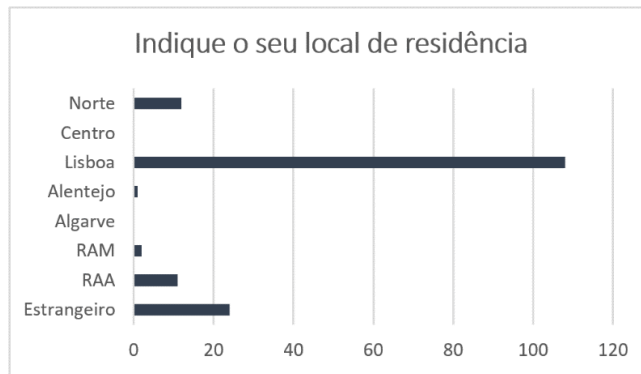


Gráfico 9 – Inquérito: Local de Residência

Fonte: Elaboração própria

No seguimento do questionário, foi colocada a questão sobre a frequência e o local onde os inquiridos fazem férias. Como se constata no gráfico 10, a maioria dos inquiridos (48,7%) afirma gozar férias 2 vezes por ano. Por outro lado, 43,7% dos inquiridos afirma que pratica férias 1 vez por ano. Somente uma percentagem de 4,4% afirma fazer férias mais do que 3 vezes por ano e uma ínfima percentagem de inquiridos pratica mais do que 4 vezes por ano (0,6%). A maioria das respostas (84 inquiridos) afirma fazer férias maioritariamente no Algarve e, com um peso já significativo, os destinos no estrangeiro ganham força, com 43 inquiridos. (vd. Gráfico 11)

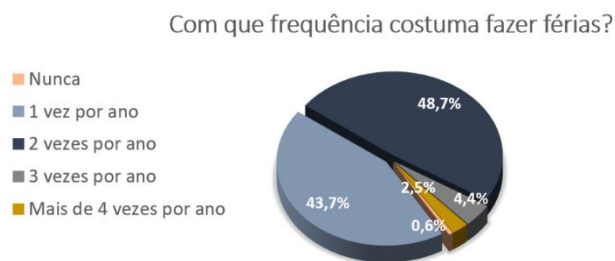


Gráfico 10 – Inquérito: Frequência com que o turista faz férias

Fonte: Elaboração própria

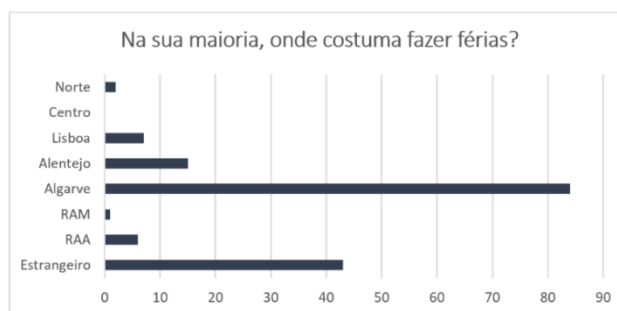


Gráfico 11 – Inquérito: Local onde o turista faz férias

Fonte: Elaboração própria

De forma a perceber o potencial do destino, questionou-se qual o tipo de turismo que os inquiridos costumam praticar, destacando-se o Turismo Sol & Mar, com quase metade dos inquiridos (45,6%) e, a ganhar importância, o Turismo de Natureza, com 22,8% dos inquiridos. (vd. Gráfico 12).



Gráfico 12 – Inquérito: Tipo de turismo

Fonte: Elaboração própria

No que concerne aos motivos pelos quais os inquiridos fazem férias, foram referidos o Lazer e Recreio, com 57,6% de respostas e em segundo lugar a Saúde, Bem-estar e Repouso, com 26,6% dos inquiridos, como mostra o gráfico 13. Trata-se de motivos com um significado muito positivo relativamente às características da oferta turística que os Açores possuem.

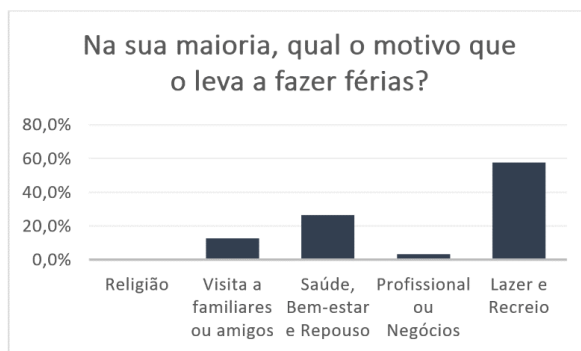


Gráfico 13 – Inquérito: Motivo das férias

Fonte: Elaboração própria

Referente ao tipo de alojamento onde os inquiridos revelaram ficar hospedados, a Casa Arrendada é a principal escolha desta amostra, seguida dos Hotéis. Os hostels ficam atrás do Parque de Campismo, mas ainda apresentam algum significado no mercado. Verifica-se que o hostel não é a primeira escolha do turista, porém, não significa que seja um tipo de alojamento excluído das opções dos inquiridos, segundo o gráfico 14.

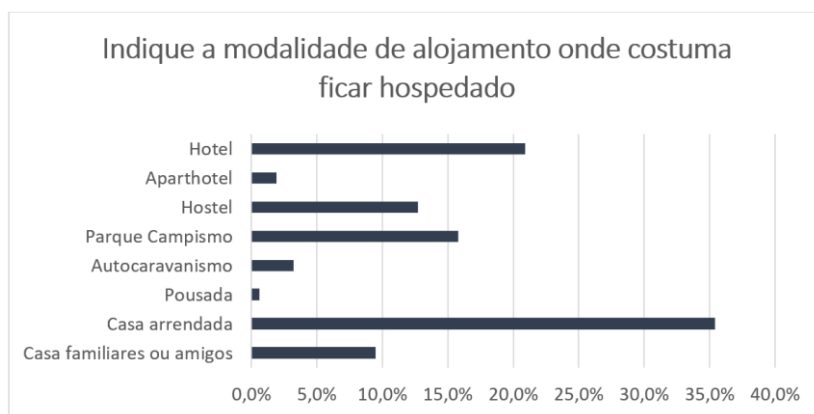


Gráfico 14 – Inquérito: Motivo das férias

Fonte: Elaboração própria

Em relação aos indicadores que os inquiridos consideram mais importantes para uma estada agradável, existem três dos dez que se destacam: o Conforto, a Higiene e o Preço, pelo que serão três fatores que o WIH terá em atenção.

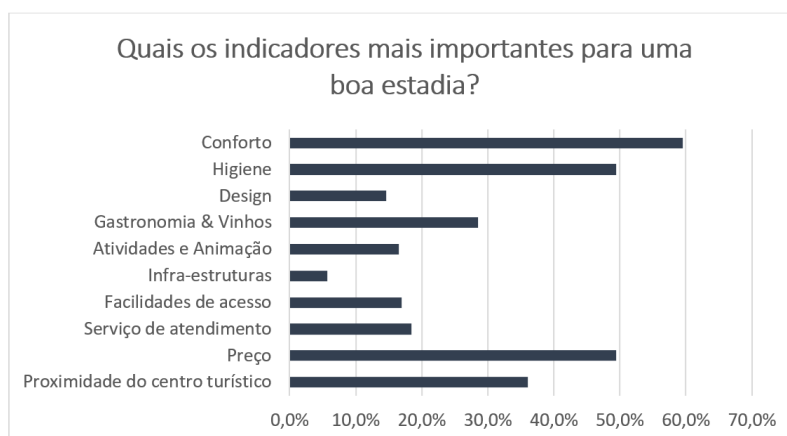


Gráfico 15 – Inquérito: Indicadores para uma boa estadia

Fonte: Elaboração própria

Relativamente ao canal de distribuição de reservas, as Operadoras apresentam um peso muito significativo, com mais de metade da escolha dos inquiridos (53,2%) como se pode verificar no gráfico 16. As agências de viagens também apresentam uma importância significativa, na ordem dos 20%. No WIH espera-se cativar o turista para efetuar a reserva diretamente com o hostel, ainda que deva participar nos canais Booking, Airbnb e Hostelworld.

Qual o canal de distribuição onde costuma efetuar as suas reservas?

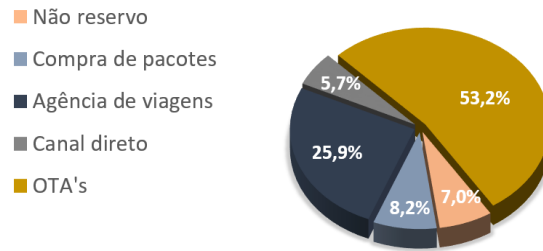


Gráfico 16 – Inquérito: Canal de distribuição de reservas

Fonte: Elaboração própria

Quando se questionaram os inquirido se já estiveram hospedados num hostel, 41,1% referiu que sim e que os motivos pelos quais escolheu ou escolheria ficar num hostel seria o Preço, a Interação Social, e o Acolhimento (3 fatores a considerar no desenvolvimento deste projeto de investimento).

Já esteve hospedado num hostel?

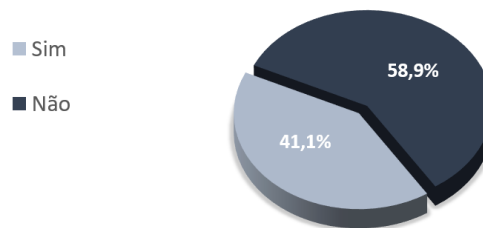


Gráfico 17 – Inquérito: Possibilidade de ter estado hospedado num hostel

Fonte: Elaboração própria

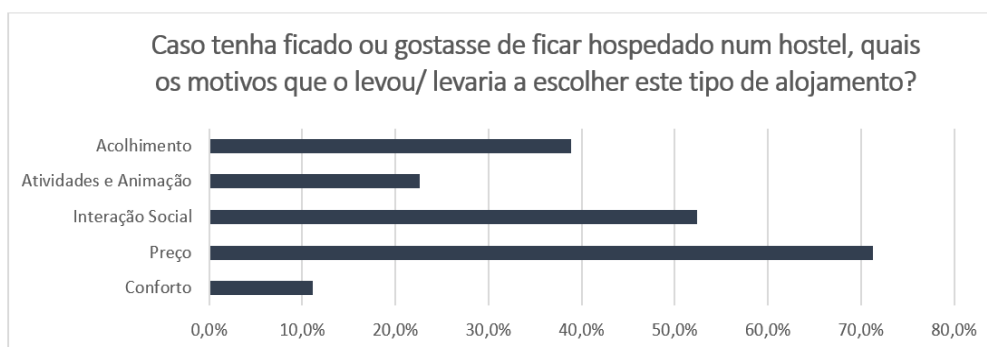


Gráfico 18 – Inquérito: Motivos de escolha de hostel

Fonte: Elaboração própria

Outro ponto que se considerou fundamental abordar com os inquiridos foi saber quais os indicadores que os mesmos consideravam mais importantes na promoção do hostel. Através do gráfico 19, percebe-se a relevância, uma vez mais, do poder das Operadores Turísticas, contudo é com uma agradável surpresa que se verifica a importância de um bom Website do Hostel, o que poderá proporcionar ao WIH as reservas a efetuar através do canal direto.



Gráfico 19 – Inquérito: Indicadores de promoção de um hostel

Fonte: Elaboração própria

As questões que se colocaram de seguida mostraram-se muito apelativas para o investimento neste negócio, por não haver qualquer resposta negativa e referindo os inquiridos, numa maioria de 77,8%, que, tendo estado já num hostel anteriormente, voltariam a repetir a experiência, e aqueles que nunca tiveram estado alojados num hostel, com 64,6% de respostas, afirma que gostaria de experimentar esta experiência.

Caso tenha estado hospedado num hostel, repetiria a experiência?

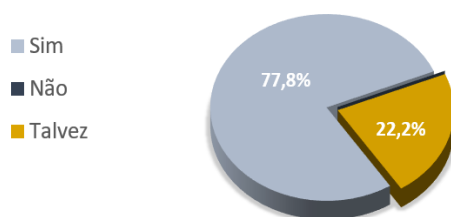


Gráfico 20 – Inquérito: Possibilidade de repetir ficar hospedado num hostel

Fonte: Elaboração própria

Caso não tenha estado hospedado num hostel, gostaria de experimentar?

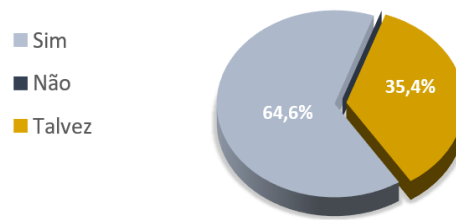


Gráfico 21 – Inquérito: Possibilidade de experimentar ficar hospedado num hostel

Fonte: Elaboração própria

De seguida, com principal foco no destino, questionou-se aos inquiridos se já tinham feito férias no Açores, e, conforme o gráfico 22, verificou-se que o destino ainda não conseguiu cativar a maioria das pessoas (apenas 38,6%). Contudo, o turismo neste destino tem crescido exponencialmente nos últimos anos e terá tendencialmente um crescimento garantido nos próximos, como se irá verificar posteriormente neste projeto.

Alguma vez fez férias nos Açores?

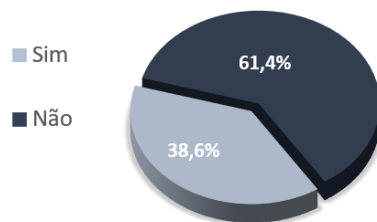


Gráfico 22 – Inquérito: Possibilidade de ter feito férias nos Açores

Fonte: Elaboração própria

Com o intuito de perceber as preferências dos inquiridos neste destino, o gráfico 23 revela que o que mais apreciam, quer tenham estado já, ou não, no destino, é a prática do turismo de *Touring Cultural*, Paisagístico e Natureza – um dos fatores que leva à escolha do *design* do hostel, que se remete para uma decoração à base de apontamentos relacionados com a natureza e as belezas paisagísticas da Ilha, e ainda o Turismo de Saúde, Bem-estar e Repouso.

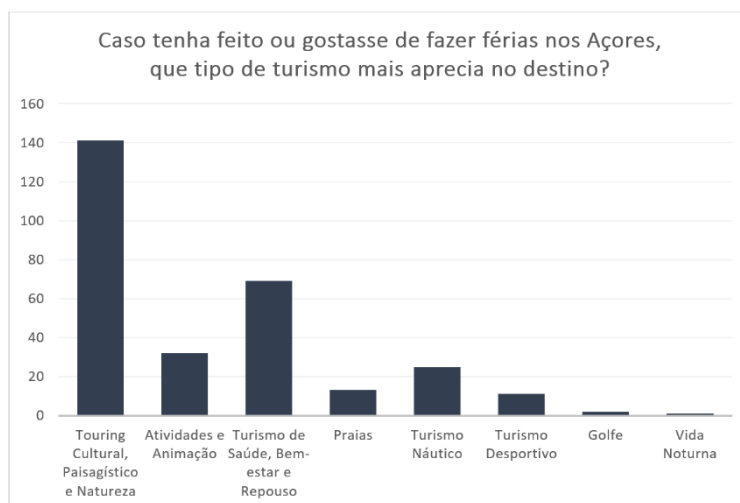


Gráfico 23 – Inquérito: Tipo de turismo mais apreciado nos Açores

Fonte: Elaboração própria

Por fim e terminando esta análise de forma muito satisfatória, quando questionados, caso tenham feito ou não férias nos Açores, se gostariam de repetir a experiência ou de experimentar pela primeira vez, a grande maioria dos inquiridos, na ordem dos 80% afirmou que sim, não havendo qualquer resposta negativa a estas questões.

Caso tenha feito férias nos Açores, voltaria a repetir a experiência?

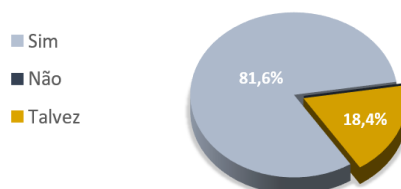


Gráfico 24 – Inquérito: Possibilidade de repetir ficar hospedado nos Açores

Fonte: Elaboração própria

Caso não tenha feito férias nos Açores, gostaria de experimentar?

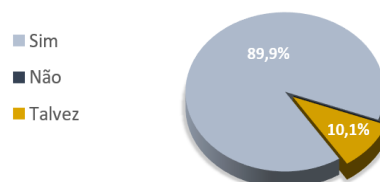


Gráfico 25 – Inquérito: Possibilidade de experimentar ficar hospedado nos Açores

Fonte: Elaboração própria

# CAPÍTULO 4 – ENQUADRAMENTO TEÓRICO-ECONÓMICO DO PROJETO

## 4.1 MERCADO

### 4.1.1 Análise do Meio Envolverte - Mediata - PEST

#### FATORES POLÍTICO-LEGAIS

##### a) Abertura do Negócio

Entre os requisitos legais e as obrigações fiscais, nomeadamente, o Decreto-Lei nº128/2014, para se ter um alojamento local em conformidade com a lei, terão de se seguir as seguintes etapas:

##### 1. Realizar a comunicação prévia com prazo

O registo dos estabelecimentos de alojamento local é realizado através de uma comunicação prévia com prazo dirigida ao Presidente da Câmara Municipal competente. Esta inscrição é realizada exclusivamente no Balcão Único Eletrónico. Após este procedimento, obrigatório, será atribuído um número de registo – no prazo de 20 dias no caso dos hostels, que deverá ser utilizado na publicidade e documentação comercial do estabelecimento. Este é o título válido de abertura do estabelecimento ao público.

A comunicação prévia com prazo deve conter as seguintes informações:

- A autorização de utilização ou título de utilização válido do imóvel;
- Identificação do titular da exploração do estabelecimento, com menção do nome ou firma e do número de identificação fiscal;
- Endereço do titular da exploração do estabelecimento;
- Nome adotado pelo estabelecimento e seu endereço;
- Capacidade (quartos, camas e utentes) do estabelecimento;
- Nome, morada e número de telefone de pessoa a contactar em caso de emergência.
- Deve, ainda, ser acompanhada pelos seguintes documentos:
- Cópia simples do documento de identificação do titular da exploração do estabelecimento (caso se trate de pessoa singular) ou indicação do código de acesso à certidão permanente do registo comercial (caso se trate de pessoa coletiva);
- Termo de responsabilidade, subscrito pelo titular da exploração do estabelecimento, assegurando a idoneidade do edifício ou da sua fração autónoma para a prestação de serviços de alojamento e que respeita as normas legais e regulamentares aplicáveis;

- Cópia simples da caderneta predial urbana no caso de o requerente ser o proprietário do imóvel;
- Cópia simples do contrato de arrendamento ou de outro título que legitime o titular da exploração ao exercício da atividade;
- Cópia simples da declaração de início ou alteração de atividade do titular da exploração;
- A modalidade de estabelecimento em que se vai desenvolver a atividade de alojamento local (moradia, apartamento, quarto ou hostel).
- Após 30 dias da apresentação da comunicação prévia com prazo, a câmara municipal realiza uma vistoria para verificação do cumprimento dos requisitos,

## 2. Abrir atividade

Os rendimentos obtidos através do alojamento local são tributados em sede da categoria B (rendimentos empresariais e profissionais). Mas, desde 2017, também se pode optar pela categoria F (rendimentos prediais).

Caso se escolha a categoria B, é necessário iniciar atividade nas Finanças, com o CAE 55201 (alojamento mobilado para turistas) ou 55204 (outros locais de alojamento de curta duração). Quando se inicia atividade, tem que se optar pelo regime de tributação. Se os rendimentos obtidos não ultrapassarem os 200.000 euros, fica-se enquadrado no regime simplificado, podendo optar-se pelo regime de contabilidade organizada. Este último passa a ser obrigatório sempre que os rendimentos anuais forem superiores a 200.000 euros.

Em caso de se optar pelo regime simplificado, será aplicado um coeficiente de 0,35 sobre os rendimentos obtidos. Na prática, paga-se imposto sobre 35% do valor recebido e os restantes 65% são considerados despesas inerentes à atividade. No regime de contabilidade organizada, os lucros e prejuízos são apurados com maior rigor e pode-se deduzir todas as despesas com a atividade, de acordo com as regras do IRS ou IRC. É, no entanto, obrigatório ter um contabilista certificado.

Caso se prefira ser tributado pela categoria F, pode-se englobar todos os rendimentos (sendo apurada a taxa a aplicar sobre a totalidade) ou tributar os rendimentos prediais à taxa de 28%.

## 3. Cumprir os requisitos gerais do alojamento local

Os estabelecimentos de alojamento local devem obedecer a alguns requisitos:

- Apresentarem condições de conservação e funcionamento das instalações e equipamentos;
- Estarem ligados à rede pública de abastecimento de água e esgotos;

- Terem água corrente quente e fria;
- Terem uma janela ou sacada com comunicação direta para o exterior;
- Estarem dotados de mobiliário, equipamento e utensílios adequados;
- Disporem de um sistema que permita vedar a entrada de luz exterior;
- Disporem de portas equipadas com um sistema de segurança que assegure a privacidade dos utentes;
- As instalações sanitárias devem dispor de um sistema de segurança que garanta privacidade;
- Reunirem sempre condições de higiene e limpeza.

#### 4. Requisitos de segurança

Além dos requisitos gerais, os estabelecimentos de alojamento local devem cumprir as regras de segurança contra riscos de incêndio, nos termos da legislação aplicável (Decreto-Lei n.º 220/2008 e Portaria n.º 1532/2008). Porém, se o alojamento local tiver capacidade inferior a 10 pessoas, a legislação define regras mais simples. Estes imóveis devem ter:

- Extintor e manta de incêndio acessíveis aos utilizadores;
- Equipamento de primeiros socorros acessível aos utilizadores;
- Indicação do número nacional de emergência (112) em local visível aos utilizadores.

#### 5. Possuir livro de reclamações

Todos os estabelecimentos de alojamento local devem ter livro de reclamações (devidamente anunciado) e facultá-lo sempre que o utente o peça, diz o artigo 20.º da Lei 62/2018, de 22 de agosto. O titular da exploração deve manter, por um período mínimo de três anos, um arquivo organizado dos livros de reclamações. O livro custa 19,76 euros e pode ser adquirido online, através do *website* da Imprensa Nacional – Casa da Moeda ou nas lojas físicas.

#### 6. Ter livro de informações em várias línguas

No alojamento local tem de estar disponível um livro de informações com instruções sobre o funcionamento do estabelecimento e as respetivas regras de utilização internas (recolha e seleção de resíduos urbanos, eletrodomésticos, ruído e cuidados a ter para evitar perturbações que causem incómodo e afetem a tranquilidade e o descanso dos vizinhos à vizinhança. Além disso, este documento deve conter o contacto telefónico do responsável pela exploração do estabelecimento. O livro de informações tem de ser disponibilizado em português e inglês e, pelo menos, em mais duas línguas estrangeiras.

## 7. Contratar um seguro de responsabilidade civil obrigatório

A lei obriga a contratar um seguro multirrisco de responsabilidade civil que cubra riscos de incêndio e danos patrimoniais e não patrimoniais causados a hóspedes e a terceiros, decorrentes da atividade de prestação de serviços de alojamento. Se o estabelecimento não tiver um seguro válido, o registo é cancelado.

## 8. Comunicar a entrada e saída de estrangeiros ao SEF

Tem de se efetuar a inscrição no SEF (Serviços de Estrangeiros e Fronteiras) e comunicar a entrada e saída de todos os hóspedes com nacionalidade não-portuguesa (artigo 14.º da Lei n.º 23/2007). Para tal, deve-se preencher o boletim de alojamento no prazo de três dias úteis a contar da data de entrada. É ainda obrigatório comunicar a saída dos mesmos, no prazo máximo de três dias úteis.

## 9. Conhecer as obrigações fiscais

Explorar um alojamento local implica algumas obrigações fiscais, como sejam:

- Emitir fatura-recibo (mais conhecidos como recibos verdes eletrónicos) através do Portal das Finanças ou passar faturas. Se optar pelas faturas, pode-se recorrer a um programa informático (certificado pela Autoridade tributária) ou imprimir as faturas numa tipografia certificada. Neste último caso, terá de apresentar os recibos emitidos no mês anterior às Finanças, até ao dia 25 de cada mês, recorrendo ao modelo SAF-T;
- Pagar o IVA, através da declaração periódica do IVA. Quem tiver, no ano anterior, rendimentos até 10.000 euros está isento do pagamento deste imposto;
- Entregar o Modelo 30 (Rendimentos pagos a não residentes). Esta obrigação tem de ser cumprida se, por exemplo, tiver um anúncio do imóvel num site internacional, como o *Airbnb* ou a *Booking*, e pagar comissões. Deve-se entregar este formulário nas Finanças até ao segundo mês após o pagamento do rendimento ao *site* estrangeiro;
- Caso se coloque anúncios num *site* internacional, terá que se requisitar à empresa que lhe envie o modelo 21-RFI (pedido de dispensa total ou parcial de retenção na fonte do imposto português, ao abrigo da convenção para evitar a dupla tributação). Caso contrário, terá de fazer a retenção na fonte de 25% do valor pago em comissões;

### b) Apoios ao investimento

No que concerne aos apoios ao investimento do Governo dos Açores, segundo a “Sociedade para o Desenvolvimento Empresarial dos Açores – SDEA”, o sistema de incentivos que se encontram em vigor designa-se por COMPETIR+. Este programa inclui 2 subsistemas

que podem apoiar projetos que envolvam a instalação de um hostel, sendo que o subsistema a escolher para candidatura depende do promotor e do valor de investimento. Caso se trate da criação de uma empresa por um jovem empreendedor, com a idade compreendida entre os 15 e os 35 anos, com investimento inicial entre os 10.000 euros e o máximo de 300.000 euros, poderá ser escolhido o subsistema de Empreendedorismo Qualificativo e Criativo (EQC). Caso não seja possível o enquadramento neste subsistema e o valor de investimento esteja acima dos 15.000 euros, como é o caso do WIH, então poder-se-á candidatar-se ao subsistema de Fomento da Base Económica de Exportação (FBEE).

Nos termos da Resolução do Conselho de Governo n.º 156/2014, de 6 de Novembro, nomeadamente no que concerne às competências da Autoridade de Gestão do Programa Operacional para os Açores 2020, foi elaborado um aviso para a apresentação de candidaturas (AAC), de acordo com os n.ºs 6 e 7 do artigo 16.º do Regulamento Geral dos Fundos Estruturais e de Investimento (FEEI), aprovado pelo Decreto-Lei n.º 159/2014, 27 de Outubro.

De acordo com o subponto 3.2.2 do ponto 3.2 – Fomento da Base Económica de Exportação, que se refere ao turismo, são suscetíveis de apoio, de acordo com a alínea h), os projetos com investimentos superiores a 15.000 euros, que se desenvolvam na área do turismo e que visem “a instalação, ampliação ou beneficiação, de estabelecimentos de alojamento local, integrados na tipologia de estabelecimentos de hospedagem, que utilizem a denominação de hostel, desde que se situem em centros urbanos e visem a reconstrução, recuperação ou beneficiação de edificações degradadas ou em mau estado de conservação”, havendo a limitação de que “os hostels não podem ter mais do que 30 camas e 10 quartos; nem mais de 6 camas por dormitório: incluindo beliches e camas convertíveis.”

Nos termos do ponto 5 – Critérios de elegibilidade das operações, alínea b), o promotor deverá financiar, pelo menos, 25% dos custos elegíveis, mediante recursos próprios ou através de financiamento externo, de uma forma que não inclua qualquer apoio financeiro público.

Relativamente às taxas de financiamento das despesas elegíveis, forma e limites de apoio – ponto 10 – segundo a alínea a) do ponto 10.3, que respeita ao incentivo a conceder aos projetos de investimento referidos no ponto 3.2, abordado em epígrafe, reveste a forma de incentivo não reembolsável, correspondente à aplicação de uma taxa de 30% para a Ilha de São Miguel, podendo ser acrescido de incentivo reembolsável, sem juros, correspondente à aplicação de uma percentagem de 25%.

O ponto 10.3.6 refere que podem ainda ser atribuídas majorações de incentivo não reembolsável, segundo a alínea a), de 2,5% de incentivo não reembolsável.

Entende-se por despesas elegíveis os ativos corpóreos - ativos constituídos por terrenos, edifícios e instalações, máquinas e equipamento, conforme o n.º 29 do artigo 2.º do Regulamento Geral de Isenção por Categoria (RGIC), e os ativos incorpóreos - ativos sem qualquer materialização física ou financeira, como patentes, licenças, *know-how* ou outros tipos de propriedade intelectual, conforme o n.º 30 do artigo 2.º do RGIC.

Em suma, para a implementação do projeto Wonder Island Hostel, havendo lugar à aceitação da candidatura ao FBEE, o projeto será suscetível de apoios na ordem dos 30% não reembolsáveis, mais 25% reembolsáveis sem juros (a reembolsar num prazo máximo de 10 anos) e 2,5% não reembolsáveis para investimentos de eficiência energética.

## FATORES ECONÓMICOS

### a) Evolução do PIB

Segundo o INE, em 2018 o Produto Interno Bruto (PIB) aumentou 2,1% em volume, menos 0,7 pontos percentuais (p.p.) que o verificado no ano anterior. Em termos nominais, o PIB aumentou 3,6% (4,4% em 2017), tendo atingido 201,5 mil milhões de euros. A atividade económica em Portugal expandiu-se pelo quinto ano consecutivo, com o produto a superar, pela primeira vez, o nível alcançado antes da crise financeira internacional.



Gráfico 26 – Evolução do PIB em Portugal

Fonte: INE (2018)

### b) PIB Per Capita

Em 2018, o PIB real situou-se 1,2% acima do nível observado em 2008. Já o PIB *per capita* cresceu 2,3% em 2018, prossequindo a convergência para o PIB per capita da Área do Euro, que aumentou 1,2%. Não obstante, em 2018, o PIB *per capita* português situava-se em 58% do PIB per capita da Área do Euro, de acordo com o INE e o Eurostat.

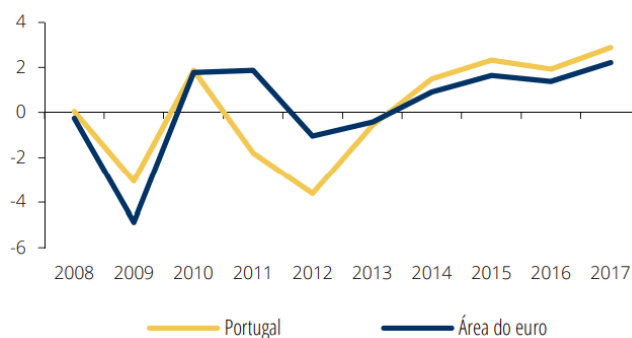


Gráfico 27 – Evolução do PIB *per capita* em Portugal e na área do euro | Taxa de Variação anual em percentagem

Fonte: INE e Eurostat

### c) Taxa de Desemprego

De acordo com o INE, o mercado de trabalho continuou a evoluir favoravelmente. O emprego aumentou 2,3%, refletindo sobretudo um acréscimo significativo entre os indivíduos com idade superior a 45 anos. A taxa de desemprego fixou-se em 7,0%, o valor mais baixo registado em Portugal desde 2004. O salário médio da economia cresceu 2,2%, mais 0,6 pontos percentuais do que no ano anterior.

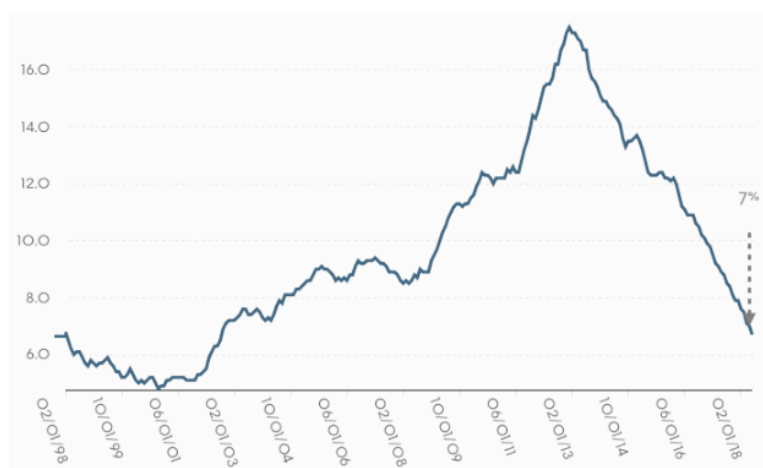


Gráfico 28 – Evolução da Taxa de Desemprego em Portugal

Fonte: INE

### d) Inflação em Portugal

A inflação baseia-se no índice de preços no consumidor. A inflação em Portugal refere-se maioritariamente à inflação baseada no índice de preços ao consumidor (IPC). O IPC português reflete a evolução dos preços de um pacote de produtos e serviços padrão que as famílias em

Portugal adquirem para consumo. Para determinar a inflação, compara-se percentualmente o nível do IPC de um determinado período em relação ao nível do período anterior. Havendo uma descida dos preços estamos perante deflação (inflação negativa).

A taxa de inflação em Portugal, medida pelo índice harmonizado de preços no consumidor, situou-se em 1,2%. O aumento de preços foi inferior ao registado em 2017 (1,6%). A desaceleração estendeu-se aos principais agregados, com exceção dos bens energéticos.

#### e) Índice de Preços no Consumidor (IPC)

Em 2018, o Índice de Preços no Consumidor (IPC) registou uma taxa de variação média de 1,0% (1,4% no ano anterior). Excluindo do IPC, a energia e os bens alimentares não transformados, a taxa de variação média situou-se em 0,7% em 2018 (1,1% no ano anterior).

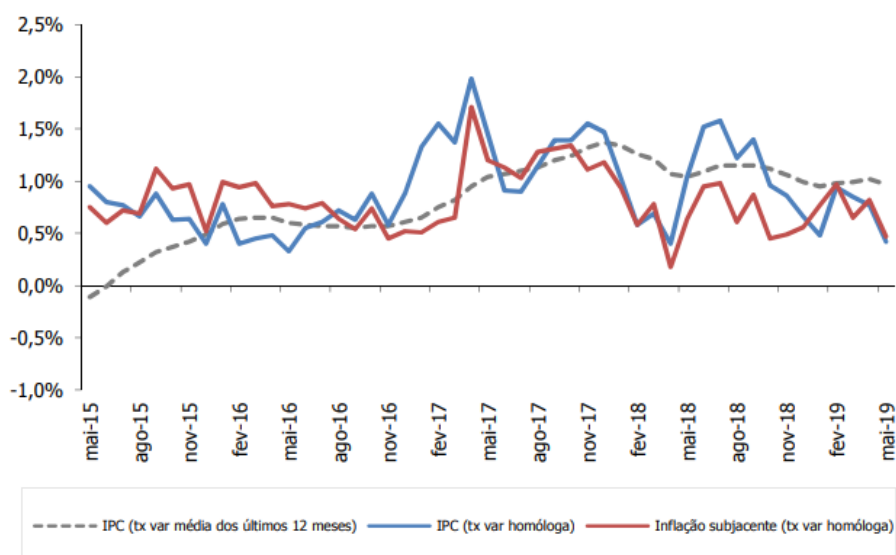


Gráfico 29 – Índice de Preços no Consumidor e de Inflação subjacente (taxa de variação homóloga e média dos últimos 12 meses)

Fonte: INE

A economia da Região Autónoma dos Açores baseia-se sobretudo nos serviços, com a Administração Pública a assumir um importante papel em termos de emprego, seguindo-se o comércio por grosso e a retalho, os transportes e as atividades de alojamento e restauração.

Para além destes setores, no que concerne às atividades primárias, a agricultura, com forte incidência na produção leiteira, e o setor das pescas, revelam também uma importância significativa para a economia dos Açores. Com um Valor Acrescentado Bruto (VAB) regional a marcar o seu aceleração, a RAA tem sentido fortes necessidades de investimento e crescimento, havendo nos últimos anos um esforço de diversificação de vários setores

económicos, sendo concedida especial atenção às novas tecnologias, a fim de promover vantagens mais competitivas para a Região através da modernização e reestruturação de algumas das suas estruturas produtivas.

## **FATORES SOCIO-CULTURAIS**

O arquipélago dos Açores é uma região autónoma de Portugal localizada no Atlântico Norte, a 1500 km da Europa continental (distância em relação a Lisboa). O arquipélago é de origem vulcânica e é composto por 9 ilhas, subdivididos por três grupos: Grupo Ocidental – Flores e Corvo; Grupo Central – Faial, Pico, São Jorge, Graciosa e Terceira; e Grupo Oriental – São Miguel e Santa Maria.

Como polos centralizadores da atividade económica e social destacam-se as cinco cidades açorianas: Ponta Delgada e Ribeira Grande em São Miguel; Angra do Heroísmo e Praia da Vitória na Terceira; Horta no Faial. Os serviços e equipamentos estruturantes concentram-se nos maiores aglomerados populacionais.

São Miguel é a maior ilha do arquipélago dos Açores, com uma área de 759,41 km<sup>2</sup>. Com 65 km de comprimento e 16 km de largura máxima.

O clima dos Açores é do tipo mesotérmico húmido com características oceânicas. Em comparação com outras regiões situadas às mesmas latitudes, as temperaturas são mais amenas, com amplitudes térmicas atenuadas, grande pluviosidade e elevados teores de humidade, ventos persistentes e reduzida insolação.

Em termos demográficos, de acordo com a publicação do INE, referente às estatísticas demográficas de 2017, a população residente em Portugal foi estimada em 10.291.027 pessoas – das quais 4.867.692 homens e 5.423.335 mulheres – valor que representa uma diminuição da população residente de 18.546 habitantes face ao ano anterior. Este resultado traduziu-se numa taxa de crescimento efetivo negativa de 0,18%, mantendo-se a tendência de decréscimo populacional. Com uma população de 243 862 habitantes (2017), a RAA representa 2,4% do total da população residente em Portugal.

As alterações na estrutura etária da população, nomeadamente, o decréscimo da população jovem e o aumento da população idosa, refletem-se na continuação do processo de envelhecimento demográfico.

	Portugal	Norte	Centro	A. M. Lisboa	Alentejo	Algarve	R. A. Açores	R. A. Madeira
<b>População total (Nº)</b>								
2012	10 487 289	3 666 234	2 298 938	2 818 388	748 699	444 390	247 549	263 091
2013	10 427 301	3 644 195	2 281 164	2 807 525	743 306	442 358	247 440	261 313
2014	10 374 822	3 621 785	2 263 992	2 809 168	733 370	441 468	246 353	258 686
2015	10 341 330	3 603 778	2 256 364	2 812 678	724 391	441 929	245 766	256 424
2016	10 309 573	3 584 575	2 243 934	2 821 349	718 087	441 469	245 283	254 876
2017	10 291 027	3 576 205	2 231 346	2 833 679	711 950	439 617	243 862	254 368
<b>Homens (Nº)</b>								
2012	4 995 697	1 750 568	1 093 565	1 329 450	362 261	214 946	121 768	123 139
2013	4 958 020	1 736 838	1 083 228	1 321 167	359 439	213 656	121 646	122 046
2014	4 923 666	1 720 635	1 073 816	1 321 402	353 231	212 756	120 758	121 068
2015	4 901 509	1 709 888	1 069 996	1 320 895	348 859	211 884	120 352	119 635
2016	4 882 456	1 699 787	1 063 284	1 323 826	345 681	211 339	119 679	118 860
2017	4 867 692	1 692 442	1 056 975	1 328 244	342 912	209 898	118 810	118 411
<b>Mulheres (Nº)</b>								
2012	5 491 592	1 915 666	1 205 373	1 488 938	386 438	229 444	125 781	139 952
2013	5 469 281	1 907 357	1 197 936	1 486 358	383 867	228 702	125 794	139 267
2014	5 451 156	1 901 150	1 190 176	1 487 766	380 139	228 712	125 595	137 618
2015	5 439 821	1 893 890	1 186 368	1 491 783	375 532	230 045	125 414	136 789
2016	5 427 117	1 884 788	1 180 650	1 497 523	372 406	230 130	125 604	136 016
2017	5 423 335	1 883 763	1 174 371	1 505 435	369 038	229 719	125 052	135 957

Figura 4 - População residente por sexo (Nº), Portugal e NUTS II, 2012-201

Fonte: INE

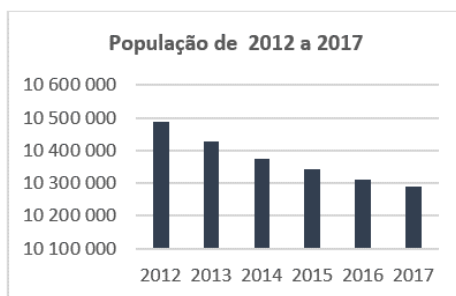


Gráfico 30 – Evolução do número da População em Portugal

Fonte: Elaboração própria

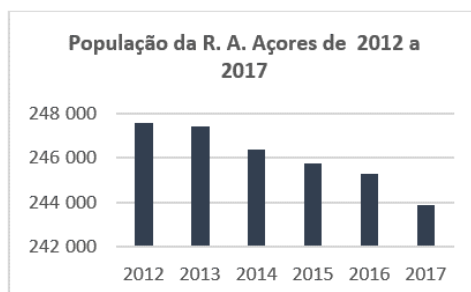


Gráfico 31 – Evolução do número da População nos Açores

Fonte: Elaboração própria

Entre 2012 e 2017, verificaram-se decréscimos populacionais nas regiões Norte, Centro, Alentejo e na Região Autónoma da Madeira. A partir de 2013, a Região Autónoma dos Açores apresentou também variações populacionais negativas. Em contrapartida, na Área Metropolitana de Lisboa verificaram-se variações populacionais positivas a partir de 2014.

## **FATORES TECNOLÓGICOS**

No que concerne aos fatores tecnológicos inerentes ao projeto, pode-se afirmar que a dependência da indústria hoteleira face à tecnologia é um importante fator a considerável.

De facto, a promoção da marca deste tipo de alojamento dirigido a um público-alvo mais jovem, passará pela divulgação dos serviços e principais atrações, através das redes sociais, já que se trata de um público-alvo maioritariamente recetor de informação *online*.

Por outro lado, na vertente operacional e logística do próprio hostel, o mesmo terá um *software* adequado para a sua gestão, que será o *New Hotel*, uma vez que a Direção, que será composta pela autora e pelo seu companheiro, tem facilidade na utilização deste software pela experiência adquirida no setor hoteleiro.

Ainda ao nível informático, o hostel irá disponibilizar Internet *Wireless* em todas as suas áreas, com o Pacote NOS Profissional 180 canais e 1Gbps Internet. Este é um dos fatores críticos a nível tecnológico do hostel, e deverá servir o hóspede de forma eficiente: internet com velocidade e expansível a todas as áreas.

### **4.1.2 Análise Interna – Imediata ou Concorrencial**

A Ilha de São Miguel, na Região Autónoma dos Açores, até 7 de Agosto de 2019, contava com um total de 1.398 unidades de Alojamento Turístico, dos quais 79 estabelecimentos de hospedagem e 11 hostels, repartidos pelas regiões da Ilha de forma concentrada nos maiores centros urbanos: Ponta Delgada e Ribeira Grande, como se verifica nas tabelas seguintes com a distribuição dos alojamentos pelas regiões da Ilha:

<b>Ponta Delgada</b>	<b>807</b>	<b>1.937</b>	<b>4.401</b>
Quartos	105	188	409
Moradia	272	671	1484
Apartamento	359	650	1496
E. Hospedagem	61	366	795
Hostel	10	62	217
N.º de Estabelecimentos		<b>807</b>	
<b>Lagoa</b>	<b>106</b>	<b>244</b>	<b>506</b>
Quartos	15	32	68
Moradia	65	158	313
Apartamento	23	40	96
E. Hospedagem	3	14	29
Hostel	0	0	0
N.º de Estabelecimentos		<b>119</b>	
<b>Povoação</b>	<b>96</b>	<b>204</b>	<b>462</b>
Quartos	7	19	44
Moradia	71	157	353
Apartamento	16	21	52
E. Hospedagem	2	7	13
Hostel	0	0	0
N.º de Estabelecimentos		<b>121</b>	
<b>RIBEIRA GRANDE</b>	<b>147</b>	<b>346</b>	<b>803</b>
Quartos	23	54	115
Moradia	71	165	394
Apartamento	40	67	158
E. Hospedagem	12	55	123
Hostel	1	5	13
N.º de Estabelecimentos		<b>158</b>	
<b>Nordeste</b>	<b>71</b>	<b>156</b>	<b>327</b>
Quartos	2	4	9
Moradia	62	141	297
Apartamento	7	11	21
E. Hospedagem	0	0	0
Hostel	0	0	0
N.º de Estabelecimentos		<b>84</b>	
<b>VILA FRANCA DO CAMPO</b>	<b>98</b>	<b>221</b>	<b>513</b>
Quartos	2	6	13
Moradia	50	128	294
Apartamento	45	80	192
E. Hospedagem	1	7	14
Hostel	0	0	0
N.º de Estabelecimentos		<b>109</b>	

Figura 5 – Número de Estabelecimentos em São Miguel por tipologias

Fonte: Secretaria Regional da Energia, Ambiente e Turismo

Características dos hotéis mais bem contados na Ilha de São Miguel

Nome	Cotação	Nº quartos	Nº camas	Preço EB	Preço EM	Preço EA	Localização
<b>1Of us Hostel/House</b>	9,7*	3	9				
Duplo				27,00 €	35,00 €	40,00 €	Ponta Delgada
Triplo				36,00 €	44,00 €	52,00 €	
<b>Cabo da Vila Guest House</b>	9,7*	3	7				
Duplo				45,00 €	60,00 €	78,00 €	Ribeira Grande
Suite				51,00 €	69,00 €	89,00 €	
<b>A Bica Hostel</b>	9,6*	6	27				
Dormitório				21,00 €	26,00 €	29,00 €	Ponta Delgada
Duplo				54,00 €	65,00 €	81,00 €	
<b>Out of Blue</b>	9,5*	10	20				
Dormitório				19,00 €	24,00 €	30,00 €	Ponta Delgada
Duplo				78,00 €	90,00 €	140,00 €	
<b>A Casa da Cascata</b>	9,5*	5	12				
Dormitório				28,00 €	30,00 €	45,00 €	Ribeira Grande
Duplo				35,00 €	45,00 €	65,00 €	
<b>Hostel Procyon</b>	9,4*	3	11				
Dormitório				26,00 €	29,00 €	37,00 €	Ponta Delgada
Duplo				51,00 €	68,00 €	111,00 €	
Triplo				40,00 €	64,00 €	105,00 €	
<b>Pé Direito</b>	9,4*	8	25				
Dormitório				22,00 €	28,00 €	39,00 €	Ponta Delgada
Duplo				59,00 €	65,00 €	91,00 €	
<b>Areal de Stª Bárbara Guest House</b>	9,3*	3	8				
Duplo				25,00 €	35,00 €	50,00 €	Ribeira Grande
Triplo				40,00 €	50,00 €	65,00 €	
<b>The Nook Hostel</b>	9,2*	8	24				
Dormitório				20,00 €	22,00 €	25,00 €	Ponta Delgada
Duplo				40,00 €	45,00 €	65,00 €	
<b>Azores Dream Hostel</b>	9,0*	7	22				
Dormitório				16,00 €	19,00 €	25,00 €	Ponta Delgada
Duplo				31,00 €	35,00 €	75,00 €	
Triplo				33,00 €	65,00 €	87,00 €	
<b>City Hostel Ponta Delgada</b>	8,8*	7	28				
Dormitório				17,00 €	22,00 €	26,00 €	Ponta Delgada
Duplo				40,00 €	55,00 €	75,00 €	
<b>Change the World Hostel</b>	8,6*	7	30				
Dormitório				22,00 €	24,00 €	28,00 €	Ponta Delgada
Duplo				30,00 €	50,00 €	70,00 €	
<b>Thomas Place</b>	8,5*	10	40				
Twin				44,00 €	58,00 €	63,00 €	Ponta Delgada
Duplo				49,00 €	64,00 €	69,00 €	

\* Classificação segundo a Plataforma Booking

\*\* Valores consultados em Fev/2019

\*\*\* EB (Novembro, Dezembro, Janeiro, Fevereiro)

EM (Outubro, Março, Abril, Maio)

EA (Junho, Julho, Agosto, Setembro)

Figura 6 – Top 13 concorrentes na Ilha de São Miguel, em Ponta Delgada e Ribeira Grande

Fonte: Elaboração própria

No que respeita aos preços praticados pela concorrência, constata-se que, no que diz respeito aos Dormitórios, os valores variam em época baixa no intervalo entre 16 e os 28 euros; em época média os preços podem ir dos 19 aos 30 euros; e em época alta praticam-se preços entre os 25 e os 45 euros; já na tipologia Duplos, em época baixa verificam-se preços a rondar entre os 30 e os 78 euros; os 35 e os 90 em época média; e em época alta o preço encontra-se no intervalo entre os 40 e os 140 euros; por fim, as tipologias Triplos e *Suites* variam entre os 33 e os 51 euros em época baixa; 44 e os 69 euros em época média; e em época alta encontram-se compreendidos entre os 52 e os 105 euros.

Desta forma, pode-se comprovar que os preços que serão praticados pelo WIH estão dentro dos intervalos da concorrência, não havendo grandes oscilações, equiparando-se aos hostels que praticam preços mais vantajosos. Relativamente ao preço praticado pela concorrência nas tipologias Triplos e *Suites*, verifica-se que os valores considerados para o WIH são um pouco mais elevados, embora se situem dentro dos intervalos da tipologia Duplo, que na grande maioria dos concorrentes é que apresenta os preços mais elevados.

Pela falta de concorrência direta na Ribeira Grande ou de estabelecimentos com dimensões idênticas ao WIH, foram considerados os hostels melhor avaliados da Ilha e que se localizam mais perto do “Wonder Island Hostel”. Desta forma, considerou-se para a análise da concorrência, na Ribeira Grande, o Cabo da Vila Guest House, a Casa da Cascata, e em Ponta Delgada, o 1Of us Hostel, a Bica Hostel, o Out of Blue e o The Nook Hostel.

### **Cabo da Vila Guest House**

Hostel registado na Secretaria Regional da Energia, Ambiente e Turismo (SREAT), com o nº RRAL 1702, dispendo de 7 quartos e/ou dormitórios, com 7 camas no total, situado na Ribeira Grande, a 500 metros da Ponte dos Oito Arcos e da Igreja de Nossa Senhora das Estrelas. Todos os quartos estão equipados com uma televisão de ecrã plano com canais por satélite, um secador de cabelo e uma secretária. As comodidades desta propriedade incluem uma cozinha partilhada, um salão partilhado e um jardim. Possui acesso *wi-fi* gratuito em todas as áreas. Os hóspedes podem desfrutar de um pequeno-almoço continental ou *buffet*. Oferece serviços com custos adicionais nomeadamente de transporte ao aeroporto, *baby-sitting*/serviço para crianças, lavandaria, aluguer de bicicleta e aluguer de carro. Os idiomas falados são o inglês e o português.

Os comentários favoráveis verificados nas plataformas *online* respeitam a boa localização, o profissionalismo, a disponibilidade dos anfitriões e o excelente café da manhã que muda diariamente, e apresenta uma pontuação de **9,7** (pontuação consultada a Fevereiro de 2019 na plataforma *Booking*). Relativamente à parte negativa, os hóspedes consideraram que os quartos são quentes e que à noite há muito barulho na rua.

### **Casa da Cascata**

Hostel registado na SREAT com o nº RRAL 1.926 dispendo de 4 quartos e/ou dormitórios com 8 camas no total, localizada na bonita freguesia da Fajã Grande, na Ilha das Flores em Ribeira Grande na Ilha de São Miguel. A maioria dos quartos tem acesso a casas de banho partilhadas. O *lounge* comum inclui uma televisão com canais por cabo. Está disponível uma cozinha comum completa com um micro-ondas e forno. Os extras incluem comodidades para churrascos e uma área de estar ao ar livre. Tem serviços com custos adicionais nomeadamente de transporte ao aeroporto e lavandaria. Os idiomas falados são o inglês e o português.

Os comentários favoráveis das plataformas realçam o *design* de interiores, a limpeza e o excelente atendimento, atribuindo-lhe assim uma pontuação de **9,5** (pontuação consultada a Fevereiro de 2019 na plataforma *Booking*). Os comentários mais negativos referem a existência de barulho durante a noite, uma vez que o hostel fica situado numa zona central e, conseqüentemente, ouve-se o barulho das esplanadas dos outros estabelecimentos, tendo mesmo havido sugestões para colocação de janelas com vidro duplo, que para além do efeito térmico, também isolariam o barulho exterior.

### **10f us Hostel**

Hostel registado na SREAT com o nº RRAL 386 dispendo de 3 quartos e/ou dormitórios com 9 camas no total e está situado em Ponta Delgada, perto de atracões como as Portas da Cidade e a 800 metros do Santuário Nossa Senhora da Esperança. Dispõe de comodidades para churrascos, de um jardim e de um terraço. Os hóspedes podem desfrutar de um *buffet* de pequeno-almoço. As comodidades principais são internet sem fios, artigos de higiene pessoal grátis, televisão, micro-ondas, frigorífico na área comum e limpeza dos quartos em dias específicos.

Os comentários mais positivos dizem respeito à sua boa localização, e limpeza, atribuindo assim uma pontuação de **9,7** (pontuação consultada a Fevereiro de 2019 na plataforma *Booking*). O alto nível de ruído da rua e não existir estacionamento foram as razões de atribuição de pior avaliação.

### **A Bica Hostel**

Hostel registado na SREAT com o nº RRAL 2.304, dispendo de 6 quartos e/ou dormitórios com 27 camas no total, e está localizada em Ponta Delgada próximo do mercado municipal, marina, terminal de cruzeiros, museus, restauração e diversão. Disponibiliza um salão partilhado, um jardim, um terraço e acesso gratuito ao *wi-fi*. Este empreendimento serve um pequeno-almoço continental ou *buffet*. Possui quartos duplos e triplos com casa de banho privativa e dormitórios mistos e separados, com casas de banho privativas ou partilhadas. O estacionamento é público e encontra-se próximo do hostel.

A sua localização numa zona silenciosa e perto das atrações históricas da cidade é o fator de maior preferência dos hóspedes, de acordo com comentários independentes, atribuindo-lhe uma pontuação de **9,6** (pontuação consultada a Fevereiro de 2019 na plataforma *Booking*). Os quartos sem televisão e o facto de não ter ar-condicionado, contribuíram para os comentários mais negativos.

### **Out of Blue**

Hostel registado na SREAT com o nº RRAL 783, dispendo de 10 quartos e/ou dormitórios com 30 camas no total, e está localizado em Ponta Delgada. O acesso Wi-Fi é gratuito e está disponível em toda a propriedade.

Este empreendimento oferece dormitórios e quartos duplos ou *twin* privados com casas de banho partilhadas ou privativas. Alguns quartos incluem um terraço ou uma varanda. Todos os quartos têm ar-condicionado e cortinas *blackout*<sup>1</sup>. A propriedade oferece uma cozinha partilhada. Tem uma piscina exterior e jardim. Os idiomas falados são o inglês e o português.

Na consulta aos *websites Booking, Agoda* e no *Facebook*, verificou-se que a localização é o ponto mais forte deste hostel, mas também o profissionalismo e a disponibilidade do *staff*, atribuindo-lhe a pontuação de **9,5** (pontuação consultada a Fevereiro de 2019 na plataforma *Booking*). O *wi-fi* com sinal fraco nos quartos e a falta de isolamento acústico, enfraqueceram algumas pontuações a este hostel.

### **The Nook Hostel**

Hostel registado na SREAT com o nº RRAL 1.009, dispendo de 8 quartos e/ou dormitórios com 24 camas no total, e está localizado a 1 km do centro de Ponta Delgada. O The Nook Hostel chama a atenção logo pelo nome, já que *nook* significa recanto, A área de convívio social entre os hóspedes possui uma televisão, de uso compartilhado. Também é disponibilizada uma sala para a bagagem e cacifos. O hostel também oferece insonorização e pisos em madeira. A cozinha compartilhada é equipada com frigorífico e micro-ondas. Os quartos têm ar-condicionado e incluem uma casa de banho privativa ou partilhada. O pequeno-almoço está incluído na tarifa e existe uma cozinha comum onde os hóspedes podem preparar refeições ligeiras.

Os hóspedes podem desfrutar de várias atividades nos arredores, incluindo passeios a cavalo, *snorkeling*<sup>2</sup> e mergulho. Esta é a parte que os hóspedes preferem, de acordo com comentários independentes, bem como a sua localização, tendo sido atribuído uma pontuação de **9,2** (pontuação consultada a Fevereiro de 2019 na plataforma *Booking*). Nas diversas

---

<sup>1</sup> Cortinas que apresentam um tecido mais denso e garantem a escuridão na área onde as mesmas estão colocadas.

<sup>2</sup> O *snorkeling*, também conhecido como mergulho livre, é uma modalidade de mergulho onde, diferenciando-se do mergulho autónomo (sob a utilização de cilindros de oxigénio), os praticantes movem-se na superfície da água, utilizando uma máscara, um snorkel (tubo respiratório) e barbatanas de mergulho.

consultas aos *websites*, não se detetam muitos comentários negativos, verifica-se mais sugestões nomeadamente os artigos de higiene, bem como ganchos para pendurar roupas e toalhas na casa de banho e a falta de tapetes na saída do banho.

### 4.1.3 Aplicação do Modelo das Forças de Porter

#### **Rivalidade entre os Concorrentes**

A competitividade entre os concorrentes tem vindo a tornar-se cada vez mais forte. Nos últimos 3 a 4 anos nos Açores é claro o crescimento do turismo. Surgem novas entidades dentro das várias modalidades, sejam hotéis, agências, hostels, e o que é facto é que a grande procura do destino e as suas potencialidades têm atraído cada vez mais investidores ao longo dos últimos anos. A indústria cresce, os concorrentes são mais numerosos e com negócios melhor preparados para entrarem no mercado e satisfazerem as necessidades do turista (mais exigente e com necessidades mais variadas). A elevada oferta e a concorrência obrigam a que cada estabelecimento procure estratégias de diferenciação e promoção junto dos clientes.

#### **Poder de Negociação dos Fornecedores**

No caso dos Açores, não se verifica um largo número de fornecedores, muitos são pequenos fornecedores locais e outros, inserem-se numa das organizações que move mais capital a nível nacional – Grupo Bensaude – o que revela um menor poder negocial entre os fornecedores. Neste caso, a dificuldade estende-se na maioria das vezes na procura de produtos mais diversificados e menos dispendiosos, e ainda, com a dificuldade de muitos bens terem que ser importados de Portugal Continental.

Porém, o investimento num hostel também será menos arriscado no que concerne às infraestruturas e equipamentos do que em grandes empreendimentos como os hotéis de 5 estrelas e condomínios turísticos, que carecem de investimentos elevados face à sua categoria e segmentação no mercado turístico.

#### **Poder de Negociação dos Clientes:**

O turista tem vindo de forma acelerada a ganhar um poder muito elevado dentro deste setor. À distância de um *click*, o mesmo consegue obter qualquer tipo de informação sobre toda a oferta do mercado: sejam os preços que se praticam, os serviços que se oferecem, as facilidades de acesso dentro do destino, entre outras.

De facto, a evolução das novas tecnologias e a extensa partilha e difusão de informação, moldou o turista num cliente cada vez mais exigente e com interesses mais diversificados. Quanto maior a competitividade verificada no mercado, maior o poder de negociação do cliente,

e, portanto, se a oferta no setor turístico é elevada, então os clientes terão hipóteses de escolha consoante o que procuram e o preço que estão dispostos a pagar.

### **Ameaça de Novos Entrantes:**

No setor em causa, as barreiras de entrada são elevadas, derivado ao grande investimento inerente à construção/ restauração de infraestruturas, o que leva à desaceleração do interesse de novos investidores. Por outro lado, a necessidade de captação do cliente com uma marca com notoriedade, de forma a ganhar vantagem competitiva, também é um motivo que, aliado aos elevados custos de investimento, leva à desmotivação do investidor. Contudo, o investimento em hostels e guest-houses é uma exceção, comparando-se com os estabelecimentos de grande dimensão.

Ao nível das políticas e medidas governamentais que poderiam ser uma barreira à entrada de novos concorrentes, devido às licenças, limitações legais, legislações de segurança, acessibilidades, entre outras, acabam por não ser um facto tão relevante para o investidor, na medida em que existem vários programas de incentivos e apoio à criação de empresas relacionadas com o turismo e incentivo ao empreendedorismo jovem, utilizados no caso dos investimentos em hostels.

### **Ameaça de Produtos Substitutos**

Trata-se *lato sensu* de produtos que são capazes de satisfazer as necessidades dos consumidores da indústria, apesar de serem alternativos. Ao oferecerem um preço competitivo e experiências diferentes, as *guest-houses*, as pousadas, as estalagens, o turismo rural e os apartamentos turísticos, têm um grande impacto na escolha da estada do turista.

Ainda assim, importa referir que o hostel tem um conceito muito próprio, convida o turista à integração social e à partilha de experiências com outros turistas com interesses semelhantes, pelo que os outros estabelecimentos locais, apesar de oferecerem um produto apelativo ao nível dos preços, não apresentam um conceito tão focado para o público-alvo que se pretende atingir - o turista jovem - que é um tipo de turista cada vez mais relevante no mercado turístico. Desta forma, o hostel mostra-se competitivo pelo seu conceito, oferta de experiências, integração social e serviço *low cost*.

### **Atratividade da indústria**

De forma a analisar a atratividade da indústria atribuiu-se um valor numa escala compreendida entre 1 - mínimo e 5 – máximo a cada fator das cinco forças de Porter.

5 FORÇAS DE PORTER	PONDERAÇÃO
RIVALIDADE ENTRE OS CONCORRENTES	4
PODER DE NEGOCIAÇÃO DOS FORNECEDORES	2
PODER DE NEGOCIAÇÃO DOS CLIENTES	4
AMEAÇA DE NOVOS ENTRANTES	3
AMEAÇA DE PRODUTOS SUBSTITUTOS	3
<b>Média:</b>	<b>3,2</b>

Figura 7 – Tabela Ponderação 5 Forças de Porter

Fonte: Elaboração própria

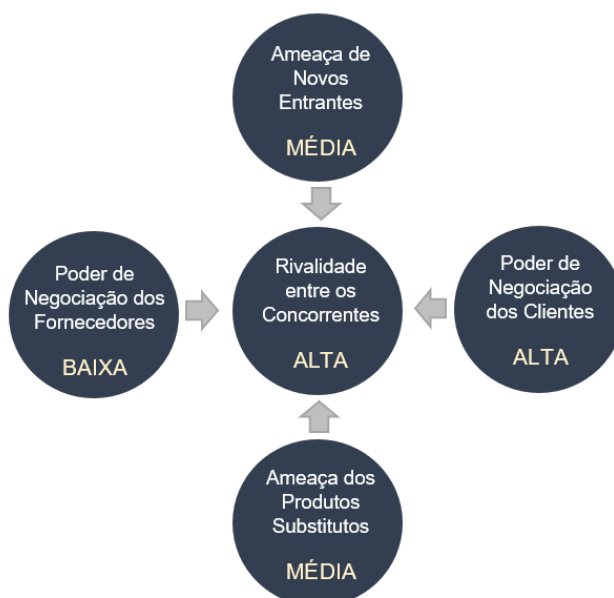


Figura 8 – Esquema 5 Forças de Porter

Fonte: Elaboração própria

Em suma, das 5 forças, duas são altas, duas são médias e uma é baixas, o que classifica o mercado com uma atratividade média uma vez que quanto mais altas são as forças menos sedutor é o mercado.

#### 4.1.4 Análise Competitiva – SWOT

##### **Oportunidades**

O1 – Dinamismo da economia portuguesa.

O2 – Fase “boom” do Turismo em Portugal.

O3 – Crescimento da procura dos Açores como destino turístico, tanto de turistas nacionais como internacionais.

O4 – Incentivos do Governo Português para projetos de empreendedorismo.

O5 – Aumento do rendimento mensal dos cidadãos na EU.

O6 – Portugal é considerado um dos destinos mais seguros.

O7 – Abertura do mercado a parcerias.

##### **Ameaças**

T1 – Sazonalidade da procura turística.

T2 – Envelhecimento da população, no sentido em que o projeto de negócio é destinado ao turismo jovem.

T3 – Aumento significativo da oferta turística no segmento dos hostels.

T4 – Perfil do turista cada vez mais seletivo e exigente na qualidade do serviço.

##### **Pontos Fortes**

S1 – Conceito do hostel atrativo e diferenciador no mercado existente na região.

S2 – Localidade do hostel num dos maiores centros urbanos da Ilha, com fáceis acessibilidades.

S3 – Proximidade de pontos de interesse turístico.

S4 – Estabelecimento com maior oferta de quartos no centro urbano.

##### **Pontos Fracos**

W1 – Investimento inicial elevado.

W2 – Principais concorrentes situam-se no centro de Ponta Delgada, centro turístico mais central e com maior oferta de Restauração e vida noturna.

W3 – Inexistência de notoriedade no mercado sendo um estabelecimento novo a entrar no mercado.

W4 – Alguma concorrência forte a praticar preços mais competitivos.

### **Ações a implementar, tendo em consideração a análise SWOT**

#### **Pontos Fortes:**

- Apostar num *design* inovador e apelativo que procure recriar a Ilha no hostel, divulgando por meios decorativos os maiores pontos turísticos da ilha e criar um sentimento de bem-estar dentro dos padrões de natureza e beleza paisagística;

- Desenvolver um serviço personalizado, com especial atenção aos requisitos mais procurados pelo turista apurados através das plataformas *online*, garantindo a satisfação do cliente e justificar os preços praticados pela qualidade do serviço oferecido;

- Aproveitar que a localização do hostel, que se situa numa zona conhecida pela prática de campeonatos de *surf* na praia de Stª Bárbara e divulgar a modalidade e a região, bem como a facilidade do acesso a outros pontos turísticos do centro;

- Apostar nas divulgações e promoções do hostel que, apesar de ser categorizado como de pequena dimensão, terá a maior área disponível para receber grupos de jovens e promover o contacto social.

#### **Pontos Fracos:**

- Concorrer a candidaturas a programas de apoio ao investimento em turismo do Governo dos Açores;

- Apostar na divulgação *online* e através de ações de marketing, da marca e do conceito do hostel;

- Apostar na promoção da Ilha, uma vez que o turista dos Açores vai à procura do passeio e da aventura e não tanto do “turismo de cidade”.

#### **Oportunidades:**

- Estabelecer parcerias com as empresas que oferecem as atividades turísticas com maior notoriedade na Ilha;

- Aproveitar o maior poder de compra do turista e poder praticar preços mais vantajosos.

**Ameaças:**

- Tendo em consideração a sazonalidade da procura, apostar na divulgação do destino e na oferta de atividades diversificadas para qualquer altura do ano: tanto para o verão, com as suas praias e passeios, como para o inverno e para os tempos chuvosos, com as atividades nas águas quentes e a boa gastronomia;

- Conseguir captar o público-alvo menos jovem, proporcionando conforto e personalização do serviço do hostel e interação social.

## 4.2 MARKETING

### 4.2.1 Marketing Estratégico

O hostel assenta numa estratégia de diferenciação e a missão, visão e valores são nomeadamente:

MISSÃO	VISÃO	VALORES
Oferecer ao hóspede uma estada num hostel com quartos temáticos, focado nos ideias de <i>feng-shui</i> que respeita a natureza e opera no sentido de minimizar a pegada ecológica.	Ser líder no mercado nacional, dentro dos alojamentos que se direcionam para o respeito e preservação da natureza.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sustentabilidade</li><li>• Orientação para o cliente</li><li>• Honestidade</li></ul>

### 4.2.2 Target

De acordo com o estudo de mercado realizado bem como com a análise dos inquiridos, o target do “Wonder Island Hostel” são os turistas jovens, particularmente com idades compreendidas entre os 25 e os 45 anos, mas que também os que possuem um espírito jovem, de ambos os géneros, que procuram um destino de aventura e que proporciona turismo maioritariamente de lazer e bem-estar, em especial com rendimentos médios.

### 4.2.3 Posicionamento do Hostel

De forma a posicionar o hostel nos segmentos de mercado da Hotelaria, foram considerados dois fatores importantes para esta decisão: o preço e o nível de serviço percecionado.

Desta forma, podemos enquadrar os hotéis de 4 e 5 estrelas como a oferta mais dispendiosa, mas com acessibilidades, atividades e animação mais frequente; os hotéis de 1 a 3 estrelas oferecem um preço mais competitivo, contudo apresentam uma oferta reduzida no que toca ao nível de serviço percecionado pelo cliente. O tipo de alojamento hostel é o único que consegue proporcionar a preços competitivos um “*bussiness friendly*” seguro, com a sua integração social, proporcionando atividades e animações e um atendimento acolhedor e personalizado. Será aqui que o WIH se irá posicionar.

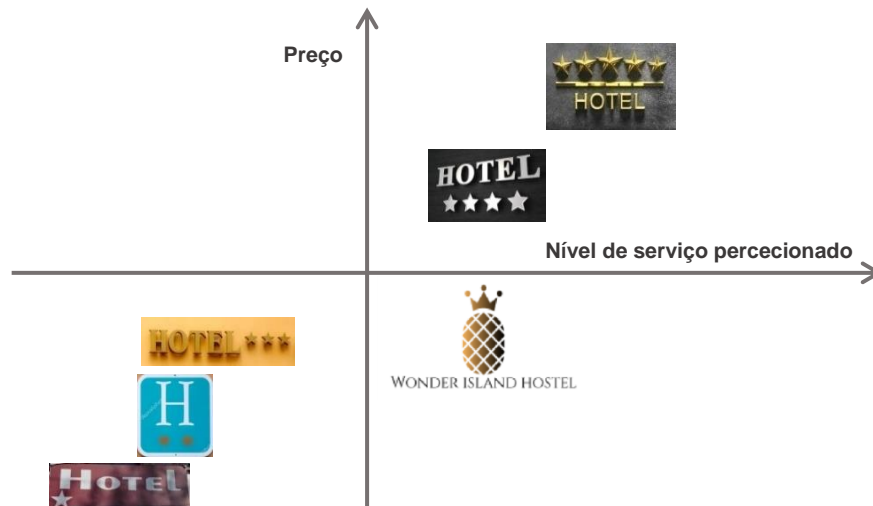


Figura 9 – Mapa Perceptual WIH

Fonte: Elaboração própria

#### 4.2.4 Marca

**Título:** “Wonder Island Hostel”. O nome remete para o conceito do mesmo: conhecer as maravilhas da Ilha de São Miguel.

**Logotipo:** O Logotipo escolhido e elaborado pela autora, pretende, tal como o nome do hostel, levar o hóspede a sentir o destino. Assim foi escolhido o ananás, por ser um produto tipicamente açoriano.



Figura 10 – Logotipo WIH

Fonte: Elaboração própria

#### 4.2.5 Produto

**Temática:** Este projeto analisa o investimento de um hostel de pequena dimensão (até 75 camas), que oferece o serviço de pequeno-almoço, e onde o conceito se desenvolve a partir do convite ao turista para conhecer, explorar e apaixonar-se pela Ilha de São Miguel. Este conceito materializa-se no *design* dos quartos (quartos temáticos), ao abordarem cada canto da Ilha, bem como nas experiências que o hostel irá oferecer, tanto dentro como fora do estabelecimento.

O projeto assenta na sustentabilidade e na promoção de um negócio que visa a preservar o ambiente, utilizar recursos naturais, tanto na sua criação como também na oferta do produto ao cliente. Trata-se de um projeto que assenta numa estratégia *Blue Ocean*, desenvolvida segundo as novas tendências da hotelaria, oferecendo um serviço de excelência, conforto e bem-estar ao cliente e um hostel “desenhado” nos moldes de um *design* moderno com aproveitamento do contexto em que se insere – quartos temáticos.

**Foco na diferenciação:** De acordo com o que já existe no local, o principal foco será um estabelecimento turístico de excelência, que oferece uma experiência sustentada nos seguintes quatro moldes:

a) Quartos temáticos: cada quarto será desenhado conforme cada canto da Ilha de São Miguel. Conceito inovador dentro da envolvente estética de um alojamento hoteleiro.

b) *Feng-shui*: a criação de todas as áreas do hostel irá abordar os ideais do *feng-shui* tais como a tranquilidade, a serenidade e a energia positiva, ideais que meditem um ambiente pacífico e tranquilo.

c) *Eco-friendly*: o projeto será elaborado com base na sustentabilidade e nas boas práticas de preservação do ambiente. Para tal, a gestão da energia e da água será eficiente e cuidada; no próprio *design* do hostel serão utilizadas a madeira e a cortiça; entre outras. Introdução de conceitos inovadores na envolvente *green* do “Wonder Island Hostel”:

- Painéis fotovoltaicos
- Paper free - ter o máximo automatizado
- Luzes led e sensores de movimento
- Torneiras com sensores

d) Sustentabilidade: económica, social e ambiental.

Estas medidas estarão enquadradas nos requisitos gerais e de segurança dos estabelecimentos AL e nas certificações ISO.

Sendo a natureza, na sua dimensão e beleza, a joia da coroa da Ilha de São Miguel, faz todo o sentido que este hostel promova não só junto da população residente como também dos visitantes e turistas, uma experiência de paz e respeito pelo meio ambiente. E, por isso, nada melhor do que oferecer experiências que assegurem este objetivo. As atividades que se pretendem oferecer, resultam do estabelecimento de parcerias e são as seguintes:

→ Parceria com uma escola de *surf* para que os nossos clientes possam usufruir de algumas aulas desta modalidade, desfrutando do nosso Atlântico que rodeia a Ilha;

→ Parceria com as duas maiores empresas de animação turística da Ilha - Picos de Aventura e Futurismo – que oferecem passeios marítimos; observação de baleias e golfinhos; passeios pedestres e de carrinha; passeios em *jeeps* safaris; canoagem; cruzeiros ao pôr-do-sol; entre outros;

→ O espaço exterior do WIH oferece uma zona de *barbecue* e bar, onde irá haver música ao vivo e animação para os hóspedes.

#### 4.2.6 Preço

O preço é uma componente estratégica fundamental do negócio e pode assumir diferentes perspetivas: *non-price competiton*, *best cost provider* ou *price competiton*. A definição de uma estratégia de preço adequada ao produto bem como de um preço adequado à estratégia selecionada é fundamental para um negócio ter sucesso, pois a avaliação preço – qualidade percecionada é essencial para a sustentabilidade de um negócio.

No caso do WIH aplicar-se-á uma estratégia de *non-price competiton*, relacionando uma qualidade elevada ou nível do produto concebido a partir de serviços personalizados e investimento em infraestruturas e equipamentos com conforto acima da média.

Como já foi referido, neste caso, o objetivo do preço é criar no consumidor a expectativa de um produto de qualidade elevada. Neste sentido, coloca-se o preço dentro da média de mercado, mais próximo da concorrência que pratica preços mais elevados. Uma vez que se pretende colocar o produto no mercado enquanto produto *premium* é fundamental praticar um preço que dê ao consumidor a perceção adequada.

Pelos motivos explicitados anteriormente, o preço foi definido a partir do cálculo do valor médio praticado pelo mercado atualmente. Este cálculo foi efetuado tendo por bases a informação disponibilizada pelos comerciantes e considerando que o pequeno-almoço estará incluído nas tarifas aplicadas.

Jan    Fev    Mar    Abr    Mai    Jun    Jul    Ago    Set    Out    Nov    Dez

Quarto e ocupação	Nº #	Capacidade	Época Baixa	Época Média	Época Alta
Suites – 2 pax	2	4	75 €	90 €	110 €
Duplo – 2 pax	4	8	45 €	58 €	70 €
Dormitório – 6 pax	3	18	22/pax	27/pax	34/pax
<b>Totais</b>	<b>9</b>	<b>30</b>	<b>camas</b>		

Figura 11 – Preços a praticar no WIH

Fonte: Elaboração própria

#### 4.2.7 Distribuição

As reservas serão efetuadas através do canal direto, diretamente com o hostel, e via operadoras: *Booking, Hostelworld e Airbnb*.

#### 4.2.8 Comunicação e Publicidade

Os principais canais de comunicação e promoção do hostel serão o próprio *website*, a presença nas redes sociais: página do *Facebook*, página do *Instagram*; e constar nas principais OTA's acima referidas: *Booking, Hostelworld e Airbnb*.

### 4.3 PESSOAS

No que concerne ao Pessoal, a gestão do hostel será da responsabilidade da promotora, acompanhada pelo seu companheiro. A gestão do hostel e a divisão de capital social da empresa dividir-se-á equitativamente pelos seus dois sócios.

Tratando-se de um negócio familiar e uma vez que será da responsabilidade dos acima descritos, o atendimento personalizado aos clientes, tanto nos check-ins, check-outs e no serviço de pequeno-almoço, será apenas necessária a contratação de três colaboradoras para a limpeza do estabelecimento e a preparação dos quartos, o serviço de receção e ainda algum serviço de apoio, com funções rotativas, de forma a que o hostel funcione 24 horas por dia.

A limpeza da roupa de quarto e banho será efetuada através do serviço de *outsourcing*, que virá recolher roupa suja e entregar roupa limpa, considerando-se haver 3 mudas de roupa: uma na lavandaria, uma nos quartos e uma em descanso.

### **Horários de Trabalho e Funções:**

Promotora – 7h às 17h; Funções: Direção; Preparação do Pequeno-Almoço; Serviço de Recepção e Gestão do Hostel;

Companheiro da promotora – 10h às 20h; Funções: Direção; Serviço de Recepção e Acolhimento; Organizador de Atividades;

Colaborador A – Salário Mínimo Nacional – 12h às 21h; Funções: Limpeza e preparação dos quartos; Serviço de Recepção; Serviço de Apoio;

Colaborador B – Salário Mínimo Nacional – 15h às 24h; Funções: Limpeza e preparação dos quartos; Serviço de Recepção; Serviço de Apoio;

Colaborador C – Salário Mínimo Nacional – 22h às 7h; Funções: Limpeza e preparação dos quartos; Serviço de Recepção; Serviço de Apoio;

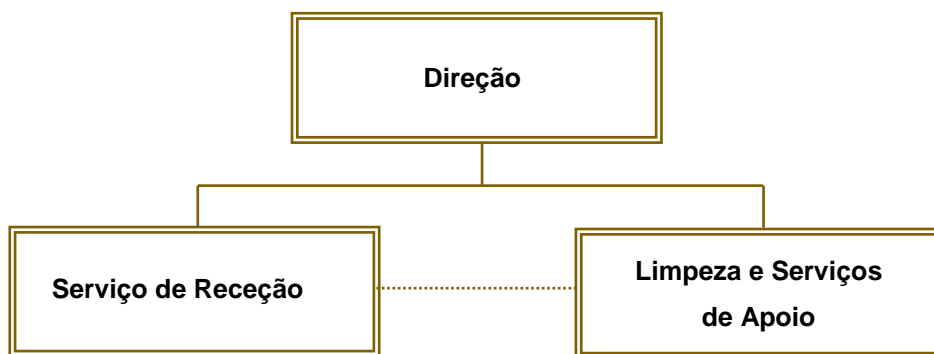


Figura 12 – Organograma WIH

Fonte: Elaboração própria

## 4.4 DIMENSIONAMENTO

### A composição do hostel

Haverá lugar à aquisição de um imóvel na Ilha de São Miguel (Açores), dada a facilidade de acesso e contacto que a promotora tem, por residir no local, com os principais intervenientes e investidores no projeto. Desta forma, projetou-se um Alojamento Turístico com as seguintes características:

- Uma cozinha que será partilhada;
- Uma sala de convívio;
- Uma zona de arrumos;
- Uma zona de lavandaria
- Uma casa de banho pequena comum;
- Um espaço exterior - espaço *barbecue*, bar/lounge;
- Duas *suites* com casa de banho privada;
- Quatro quartos duplos, com casa de banho privada;
- Três dormitórios, com três beliches, com casa de banho partilhada (uma casa de banho duche feminina mais uma casa e banho duche masculina);

### Os quartos

Individual 1 – “Lagoa do Canário”

Individual 2 – “Termas da Ferraria”

Suite 1 – “Lagoa das 7 Cidades”

Suite 2 – “Lagoa do Fogo”

Quarto duplo 1 – “Ilhéu de Vila Franca”

Quarto duplo 2 – “Águas termais - Poças D<sup>a</sup> Beija & Caleira Velha”

Quarto duplo 3 – “Parque Terra Nostra”

Quarto duplo 4 – “Rota dos Chás – Gorreana e Porto Formoso”

Dormitório 1 – “Miradouro St<sup>a</sup> Iria”

Dormitório 2 – “Praia St<sup>a</sup> Bárbara”

Dormitório 3 – “Ribeira dos Caldeirões”

Durante a pesquisa de estabelecimentos com características similares, e com a necessidade de encontrar um imóvel para recuperação ou beneficiação de edificações degradadas, foi encontrado um que se enquadra nas necessidades do negócio, segundo os requerimentos de Apoio do Governo dos Açores, no centro urbano da Ribeira Grande. Trata-se de uma moradia independente, em segunda mão e para recuperação, com 8 quartos e 5 casas de banho; 2 varandas; jardim. É constituída por uma área bruta de terreno de 1.139 m<sup>2</sup> e uma área útil de 516 m<sup>2</sup>, localizada na Matriz da Ribeira Grande e no valor de 199.000€.

O edifício possui quatro andares que serão aproveitados da seguinte forma:

**CAVE** – Espaço aberto. Com acesso interior ao Jardim,

No WIH será a zona de arrumos e espaço de lavandaria; zona onde estará instalada a bomba de calor e os depósitos de acumulador de água; terá acesso ao jardim e uma casa de banho pequena comum.

**R/C** – Contem uma cozinha e uma sala de estar com lareira, dois quartos com casa de banho casa. Entrada da moradia e acesso exterior ao jardim.

No WIH irá constituir neste piso as duas *suites* com casa de banho privada e um espaço comum e aberto com a sala de estar, a cozinha e a zona de receção.

**PISO 1** – Possui seis quartos e duas casas de banho.

No WIH este piso terá os quatro quartos duplos com casa de banho privada, e portanto, dos dois quartos criados, ir-se-ão criar mais duas casas de banho. Três dos quartos terão varanda.

**PISO 2** – Constituído por um espaço aberto com uma casa de banho.

Neste piso haverá três dormitórios e duas casas de banho de maior dimensão partilhadas, sendo que uma será para as mulheres e outra para os homens.

Todos os quartos serão equipados com ar condicionado.

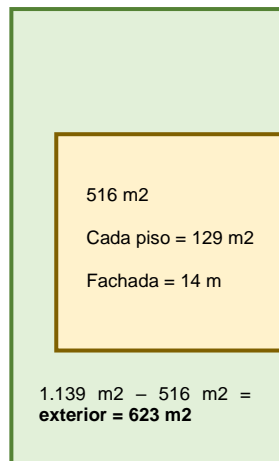


Figura 13 – Área do Estabelecimento

Fonte: Elaboração própria

## 4.5 LOCALIZAÇÃO

Dada a criação de um hostel com os apoios do Governo dos Açores, desenvolvido no ponto 4.1 do projeto, a Localização do hostel será no centro urbano da Ribeira Grande.

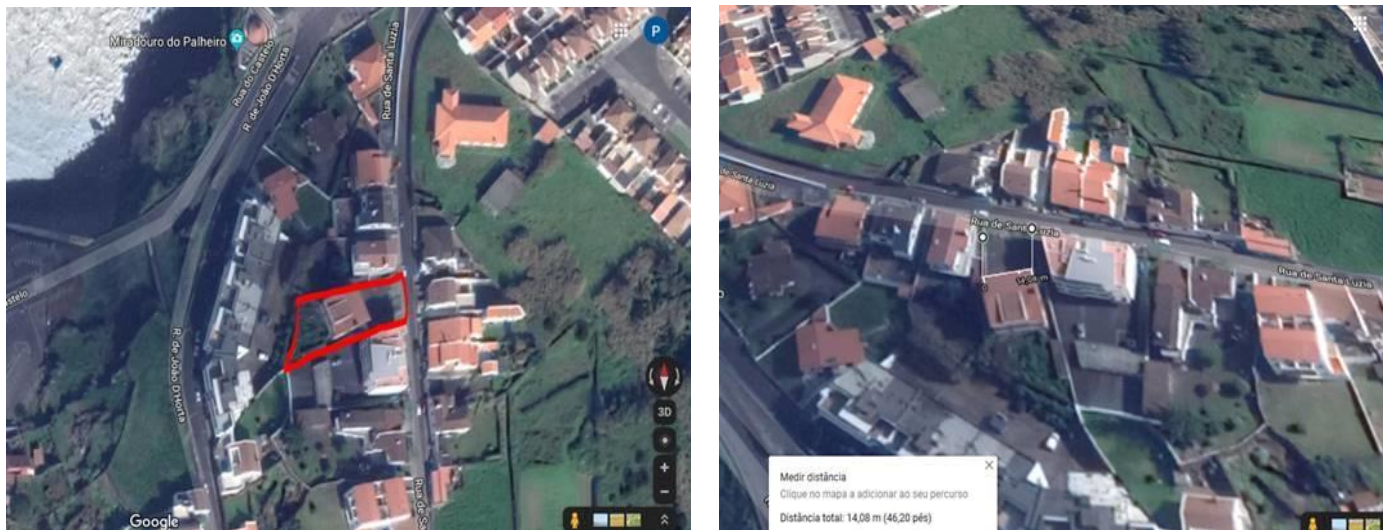


Figura 14 – Vista Satélite do Estabelecimento

Fonte: Imagens facultadas pela agência imobiliária

## 4.6 LAYOUT



Figura 15 – Vista Satélite do Estabelecimento

Fonte: Fotografias tiradas pela autora e facultadas pela agência imobiliária

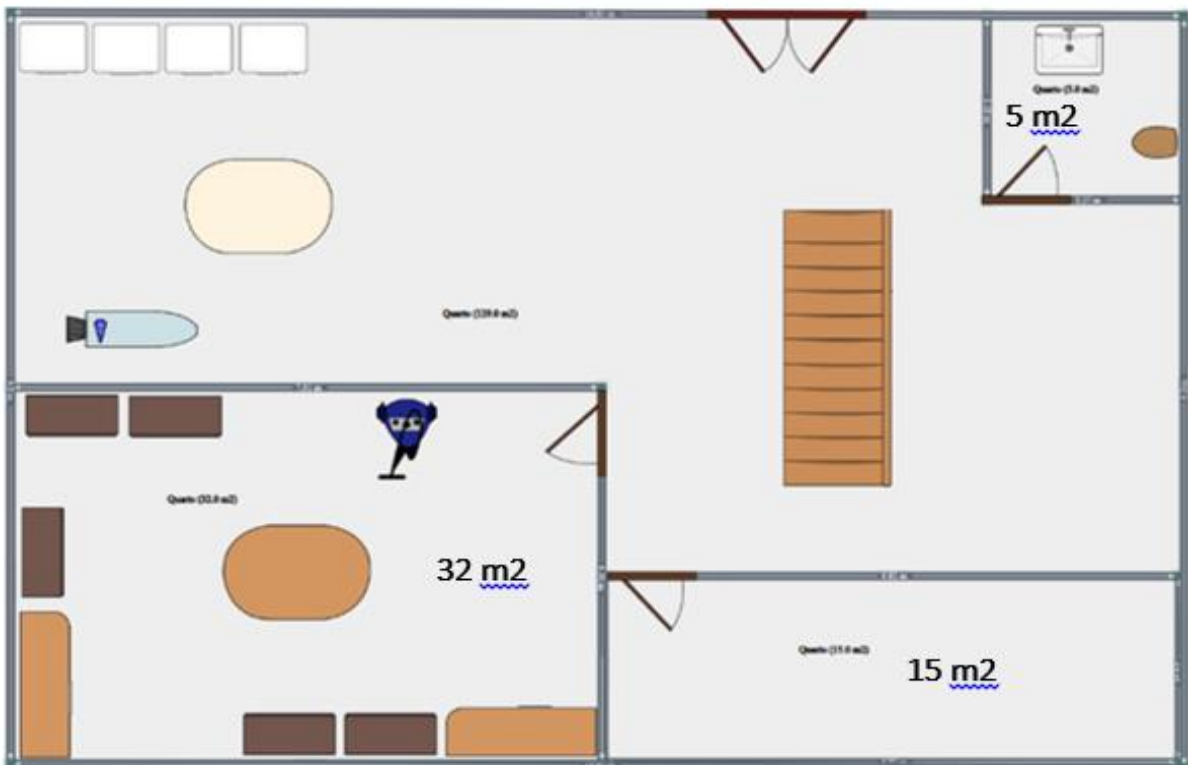


Figura 16 – Planta do Estabelecimento: Cave

Fonte: Elaboração própria através do *Website Planner 5D*

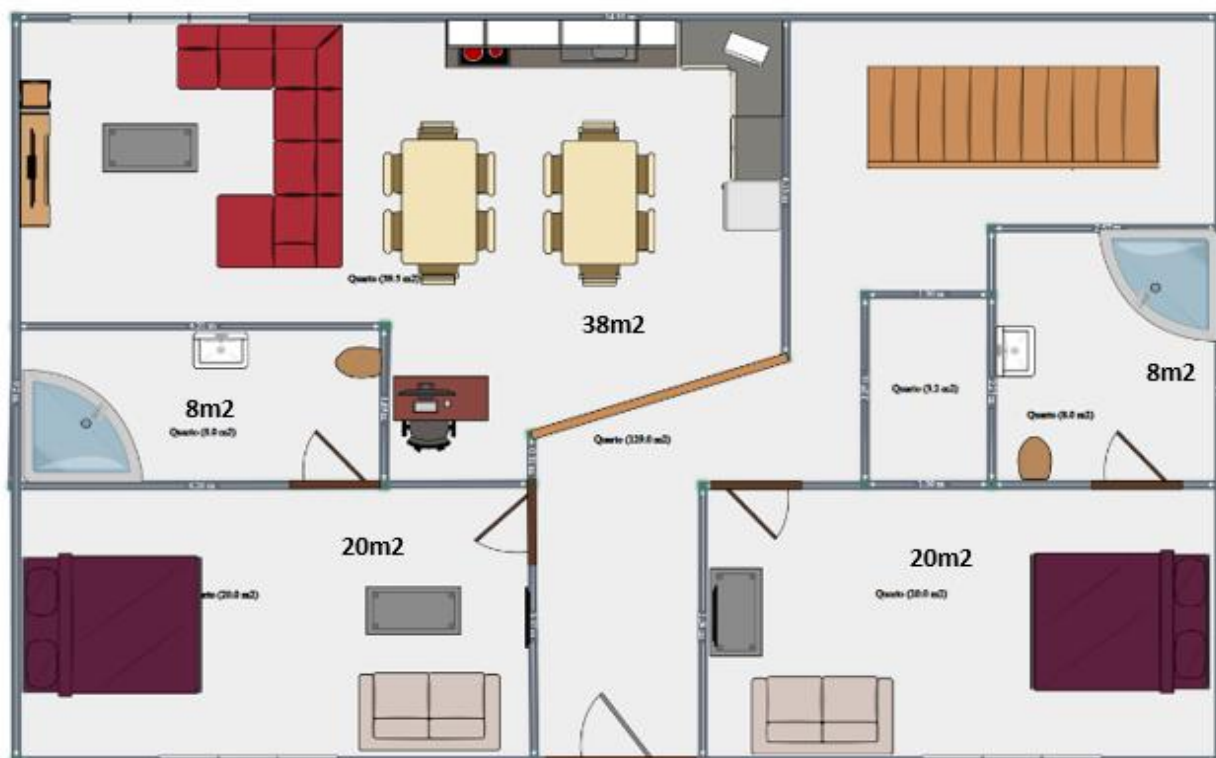


Figura 17 – Planta do Estabelecimento: R/C

Fonte: Elaboração própria através do *Website Planner 5D*

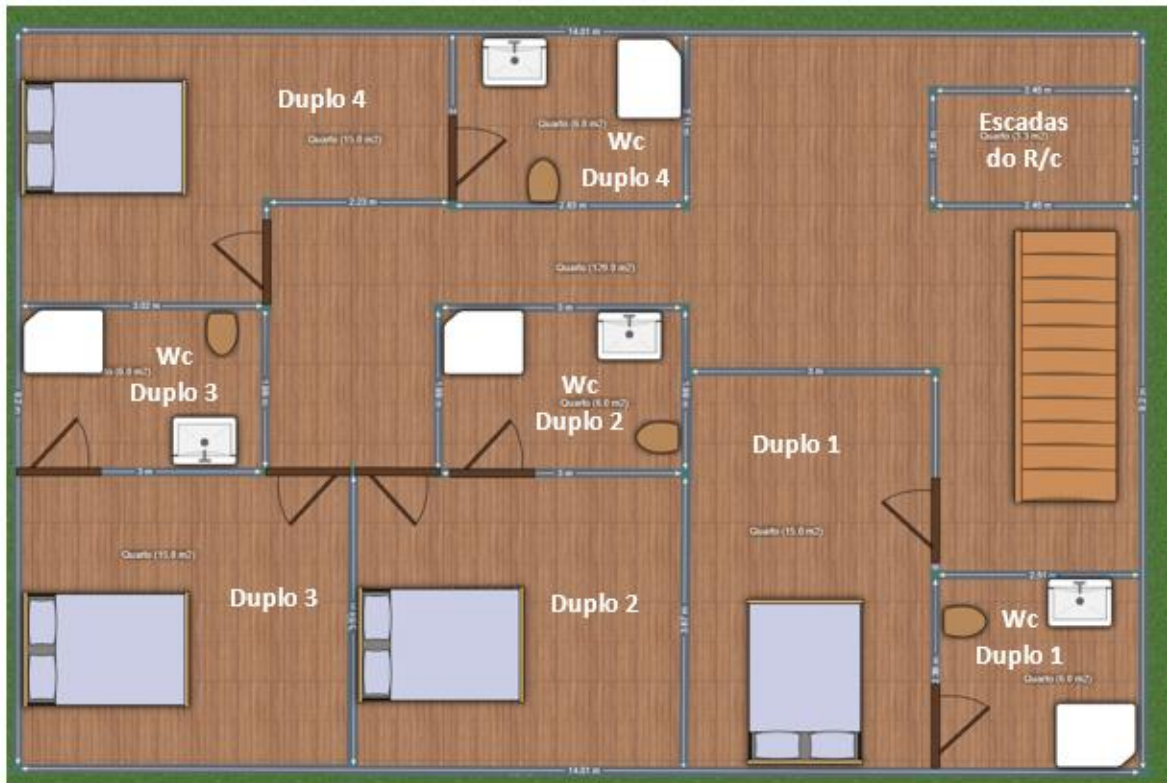


Figura 18 – Planta do Estabelecimento: Piso 1

Fonte: Elaboração própria através do *Website Planner 5D*



## 4.7 ORGANIZAÇÃO E ESTRUTURA DE FUNCIONAMENTO

O hostel estará aberto 24 horas/dia, e os clientes ficarão com uma chave do seu quarto, a receber no ato de *check-in* e a devolver no ato de *check-out*. O *check-in* poderá ser feito a partir das 15 horas e o *check-out* será possível até às 12 horas.

### **Reservas – Tarifa Não Reembolsável**

É considerada uma tarifa não reembolsável, todo e qualquer tarifário que reúne as seguintes condições:

- A. Não passível de ser cancelada.
- B. Não passível de ser reembolsada.
- C. A data não poder ser alterada.

Esta tarifa pressupõe um correto e transparente espelhar das condições da reserva nos canais onde a mesma é disponibilizada para compra.

#### Procedimentos:

- Consulta e confirmação da entrada da reserva em sistema PMS
- Aquando da confirmação da entrada da reserva, o hostel deverá cobrar ao cliente a mesma num prazo máximo de 48 horas após a sua entrada em sistema PMS. A cobrança deverá ser efetuada através do cartão crédito disponibilizado pelo cliente para o efeito. Após cobrança, a reserva é considerada válida e não pode ser alterada.
- Não caso de não ser possível efetuar a cobrança junto do cliente devido à invalidade do cartão de crédito, a situação deverá ser reportada ao cliente e solicitado um novo número de cartão de crédito, ou outro método de pagamento que garanta a sua reserva. Toda e qualquer reserva que não possa ser cobrada num prazo de 3 dias úteis, após sucessivas tentativas, será cancelada e o cliente/intermediário informado.
- Em caso de cancelamento, não existe lugar a qualquer reembolso, nem possibilidade de reagendamento da estada.

## **Reservas – Tarifa Flexível**

A *Flex Web BAR* todo reúne as seguintes condições:

A. Maior flexibilidade nas condições de cancelamento (dependendo das condições acordadas com cada canal de venda).

B. Permite o cliente efetuar o pagamento no hostel.

C. Reserva passível de ser alterada.

### Procedimentos:

1) Momento da reserva:

- Consulta e confirmação da entrada da reserva em sistema PMS

• Aquando da confirmação da entrada da reserva, o hostel deve testar a validade do cartão de crédito disponibilizado pelo cliente. Se o cartão for válido, confirmar a reserva; se o cartão não for válido, deve ser solicitado outro cartão ao cliente. Caso seja facultado o cartão válido (de acordo com o novo teste), a reserva é confirmada. Na impossibilidade de ser disponibilizado novo cartão válido, como forma de garantir a reserva deve ser solicitado ao cliente o pagamento da sua primeira noite via outro meio de pagamento. O valor a ser testado deve corresponder ao valor a ser cobrado ao cliente no caso de *no-show* no mesmo no hostel.

2) Momento do Check-in:

• No momento do *check-in* deve ser solicitado ao cliente um método de pagamento válido para que o próprio possa efetuar o pagamento imediato da sua estada.

### Política de cancelamento:

De acordo com a informação disponibilizada na reserva, o procedimento de cancelamentos deverá ter em conta o momento em que a mesma é feita:

Cancelamento antes do prazo estipulado na reserva – Nenhum valor deverá ser cobrado ao cliente;

Cancelamento após o prazo estipulado na reserva ou não comparência de um cliente no dia esperado do *check-in* (designado *no-show*) – O cliente poderá cancelar a sua reserva até 24 / 48 horas antes da data de check-in, dependendo do tipo de acordo realizado. Caso não o faça e exista *no show* o hostel tem o direito de cobrar uma noite de penalidade.

## Early Check-ins

Considera-se um serviço de *early check-in* o acesso ao quarto contratado por um cliente que seja feito na data definida da reserva mas num horário antecipado àquele que está detalhado e estipulado nas condições dessa mesma reserva.

### Tarifa a Aplicar

Horário antecipado			
Tarifa a aplicar	00:00h – 06:00h	06:00h – Depois PA	Depois PA – 15:00h
	DIÁRIA	50% BAR	FREE

## Late Check-outs

Entende-se por *late check-out* o serviço que permite que um determinado cliente usufrua do quarto reservado por si no seu último dia de estada, após o horário, definido na sua reserva, para abandonar o mesmo

### Tarifa a Aplicar

Horário prolongado			
Tarifa a aplicar	12:00H – 13:30H	13:30H – 18:00H	Depois das 18:00h
	FREE	50% BAR	DIÁRIA

## 4.8 DESCRIÇÃO DE ATIVIDADES

Para este projeto foram definidas 19 atividades que são representativas de todo o processo de criação do negócio:

- Constituição de uma sociedade unipessoal por quotas, pela autora do projeto, com o respetivo registo da marca num posto de atendimento da Empresa na Hora (ENH), com a CAE 55201 - Alojamento mobilado para turistas. Respeitando os prazos legais, será efetuado o depósito bancário do capital de sociedade, o registo comercial, a nomeação do Contabilista Certificado (CC), a entrega da declaração de início de atividade e inscrição na Segurança Social;
- Candidatura ao Subsistema de Fomento da Base Económica de Exportação (FBEE);
- Registo do estabelecimento de alojamento local através de uma comunicação prévia dirigida ao Presidente da Câmara Municipal competente da inscrição realizada exclusivamente no Balcão Único Eletrónico.
- Contratação do empréstimo bancário;
- Celebração do contrato de compra do imóvel;

- Elaboração dos projetos de arquitetura e especialidades, para a remodelação do imóvel;
- Elaboração de comunicação prévia das obras, a efetuar à Câmara Municipal;
- Admissão da comunicação prévia por parte da Câmara Municipal;
- Pedido de orçamento para execução das obras a pelo menos 3 empresas da especialidade;
- Análise das propostas apresentadas e respetiva adjudicação;
- Execução das obras de remodelação do edifício;
- Registo do estabelecimento de alojamento local na modalidade de hostel, através da comunicação prévia realizada através do Balcão único eletrónico, constituindo o título emitido por este balcão o único título válido para abertura ao público do estabelecimento;
- Aquisição de todo o mobiliário, equipamentos e produtos necessários para a entrada em funcionamento do hostel;
- Recrutamento e admissão do pessoal para as funções de rececionista e serviços de apoio e limpeza;
- Aquisição e instalação de *software* de gestão integrada e criação de website;
- Realização de parcerias com operadores turísticos e empresas promotoras turística;
- Inscrição do hostel nos *websites* de reservas on-line;
- Realização de campanhas de comunicação integrada para promoção do hostel e respetivo evento de inauguração;
- Abertura do hostel ao público.

## 4.9 FINANCIAMENTO: CAPITAL PRÓPRIO, SUBSÍDIOS E CAPITAL ALHEIO

As entradas de capital social não serão suficientes para cobrir o investimento inicial de 340.055,77€, havendo necessidade de recorrer a subsídios do Governo Regional dos Açores e de Capital Alheio, por meio de empréstimo bancário.

### 4.9.1 Capital Próprio

De acordo com o Código das Sociedades Comerciais, o montante mínimo para constituir o capital social da sociedade por quotas é 5.000€. No entanto, a entrada de capital será de 153.001,35€, o qual constitui 45% do investimento inicial, sendo que cada sócio disponibilizará de 76.500,68€.

### 4.9.2 Subsídios do Governo Regional dos Açores

De acordo com o referido na alínea b) - Apoios ao Investimento - do ponto 9 da Análise PEST do projeto – Fatores Políticos (ponto 4.1 do projeto), o Governo Regional dos Açores participa, através do FBEE, com 30% do investimento elegível inicial e ainda 2,5% de investimentos de eficiência energética. Desta forma, tem-se para o subsídio do Governo um valor total de 102.053,67€, sendo que 52,77€ comportam os investimentos de eficiência energética.

### 4.9.3 Capitais Alheios

No que concerne à necessidade de recorrer a capitais alheios, os mesmos irão representar 25% do restante investimento, no valor de 103.370,41€, sendo 85.000,75€ do investimento mais o IVA referente ao subsídio FBEE de 18.369,66€.

De uma forma sucinta o financiamento comporta-se conforme a seguinte tabela:

<b>Despesas elegíveis ( c/IVA ) totais</b>	<b>340 055,77 €</b>
<b>Despesas com investimentos de eficiência enerética</b>	<b>2 110,63 €</b>
<b>Total menos Apoio ao Investimentos de eficiência energética</b>	<b>340 003,01 €</b>
Cap Próprios	45%
Cap Alheios	25%
Incentivo FBEE ( c/IVA )	30%
Incentivo FBEE - eficiência energética ( c/IVA )	2,5%
IVA ( FBEE )	18%
<b>Despesas elegíveis ( c/IVA )</b>	<b>340 055,77 €</b>
<b>Despesas com investimentos de eficiência enerética</b>	<b>2 110,63 €</b>
<b>Total menos Apoio ao Investimentos de eficiência energética</b>	<b>340 003,01 €</b>
Cap Próprios	153 001,35 €
Cap Alheios	85 000,75 €
Incentivo FBEE ( c/IVA )	102 000,90 €
Incentivo FBEE - eficiência energética ( c/IVA )	52,77 €
IVA ( FBEE )	18 369,66 €
Incentivo FBEE ( s/IVA )	83 684,01 €
<b>Financiamento</b>	<b>103 370,41 €</b>

## CAPÍTULO 5 – AVALIAÇÃO DO PROJETO

O Plano Financeiro foi realizado com recurso à folha de cálculo do programa FINICIA (IAPMEI), para avaliar a viabilidade económico-financeira do projeto a cinco anos.

### 5.1 – PRESSUPOSTOS

- **Ano Inicial do Projeto** = 2020
- **Ano de Abertura do Hostel ao Público** = 2021
- **Prazo Médio de Recebimentos** = nulo, uma vez que o pagamento da estada é efetuado no ato da reserva ou no final da estada, consoante o tipo de tarifa, e pela estada ser consideravelmente curta.
  - **Prazo Médio de Pagamentos e de Stockagem** = 30 dias, prazo normal estipulado no mercado
  - **Prazo de Pagamento do IVA** = Trimestral
  - **Taxa IVA Vendas** = 4%, conforme legislação dos Açores
  - **Taxa IVA Serviços** = 18%, conforme legislação dos Açores
  - **Taxa IVA CMVMC** = 12,28%, uma vez que se considerou necessário calcular uma taxa de IVA ponderada, devido aos diferentes IVA's aplicados nos bens
  - **Taxa IVA FSE** = 18%, conforme legislação dos Açores
  - **Taxa IVA Investimento** = 20,26%, uma vez que se considerou necessário calcular uma taxa de IVA ponderada, derivado aos diferentes IVA's aplicados nos bens
  - **Taxa de Segurança Social - entidade - órgãos sociais** = 23,75%
  - **Taxa de Segurança Social - entidade – colaboradores** = 23,75%
  - **Taxa de Segurança Social - pessoal - órgãos sociais** = 11%
  - **Taxa de Segurança Social - pessoal – colaboradores** = 11%
  - **Taxa média de IRS** = 5,90% (taxa ponderada com 3 colaboradores a receber 650€ e, portanto, não descontável, e 2 colaboradores a receber 1.200€, com uma taxa de retenção na fonte de 10,7% - vide Apêndice III
  - **Taxa de IRC** = 17,3%, uma vez que à taxa de 16,8% de IRC, conforme legislação dos Açores, acresce 0,5% de taxa de derrama no Município da Ribeira Grande
  - **Taxa de Aplicações Financeiras Curto Prazo** = 0,12%, de acordo com a consulta efetuada sobre as taxas de juro bancárias a 1 ano, no Banco de Portugal
  - **Taxa de juro de empréstimo Curto Prazo** = 6%, pressupondo mais 1 ponto percentual que a taxa de juro de empréstimos a Médio/Longo Prazo
  - **Taxa de juro de empréstimo ML Prazo** = 4,78%, conforme simulação facultada pelo Novo Banco, a 12 anos, com 2 anos de carência – vide Apêndice II
  - **Taxa de atualização** = 5,69%, calculada segundo a fórmula:

**Taxa de atualização = 5,69%**

Taxa de desconto =  $R_f + BU \cdot \text{Prémio de risco de mercado}$

Taxa de desconto =  $-0,0026 + 0,66 \cdot 0,0902$

- **Taxa de juro de ativos sem risco -  $R_f$  (Obrig Tesouro)** = - 0,26%, taxa de juro sem risco a 10 anos; taxa aplicada pela segurança do mercado alemão. Neste momento esta taxa até se encontra negativa, o que significa que o mercado está de tal forma seguro, que os próprios cidadãos pagam ao mercado alemão para colocarem o seu capital.

- **Prémio de risco de mercado =  $(R_m - R_f)$  ou  $p^0$**  = 9,02%, prémio de risco de mercado português consultado, através dos riscos de mercado português estudados por Aswath Damodaran - *Risk Premiums for Other Markets (Download - Country Lookup: Portugal)*

- **Beta U de empresas de referência** = Beta do mercado europeu do setor de hotelaria, estudado por Aswath Damodaran - *Levered and Unlevered betas by Industry (Risk/discount rate - Current data)*

- **Taxa de crescimento dos cash flows na perpetuidade** = 0%

- **O valor do IMI** a pagar anualmente foi colocado em Outros Gastos e Perdas na DR, pois não é considerado nem Investimento nem FSE, sendo a taxa do IMI no Município da Ribeira Grande de 0,30%, sobre o Valor do Imóvel de 199.000,00€, e portanto um pagamento anual de 597€

## 5.2 – ANÁLISE ECONÓMICA E FINANCEIRA

### 5.2.1 Vendas

As vendas do WIH consistem na venda de alojamento e na venda de serviços extras.

Haverá três tipologias de alojamento: *Suites*, Duplos e Dormitórios. De forma a calcular a previsão de vendas em alojamento tomou-se com pressuposto a ocupação média de 2017, segundo o Serviço Regional de Estatística dos Açores e, portanto, na ordem dos 59% de ocupação média anual: 30% em época baixa; 60% em época média e 80% em época alta.

													2017
Meses	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Anual
<b>SÃO MIGUEL</b>													
Hotelaria Tradicional	24,4	32,1	47,0	64,4	69,0	79,6	84,3	86,9	77,5	57,8	34,5	28,3	58,6

Figura 20 – Taxa de Ocupação na Hotelaria Tradicional, por Mês e Ilha

Fonte: Serviço Regional de Estatística dos Açores - Estatísticas do Turismo (2017)

A esta ocupação foi considerada uma taxa de crescimento das unidades em 2% do primeiro para o segundo e do segundo para o terceiro ano, e uma taxa de crescimento de 3% do terceiro para o quarto e do quarto para o quinto ano de exploração. Os preços também sofrem um aumento de 0,50% do primeiro para o segundo e do segundo para o terceiro ano, e de 1% do terceiro para o quarto e do quarto para o quinto ano de exploração.

A venda de serviços extra do WIH consiste em:

Pressuposto de Adesão ao serviço	Serviço Extra	P.un médio	Observações
50% de 3 em 3 dias	Lavandaria	6,00 €	5kg
60%	Aluguer secador	3,00 €	Depósito 25eur
80%	Transferes	12,00 €	Com serviço bagagem
<u>Deconto 10% experiências onde o WIH tenha pareceria</u>			<u>WIH recebe 25% comissão</u>
40%	Picos de Aventura e Futurismo	44,84 €	
25%	Escola Surf	30,00 €	Pacotes experiências

No cálculo das parcerias Picos de Aventura e Futurismo, foi estimado um preço médio ponderado da maioria das atividades proporcionadas por estas empresas. Consegue-se um preço de venda de 10,19€ para as empresas Picos de Aventura e Futurismo e 5,78€ para a Escola de Surf de St<sup>a</sup> Bárbara, segundo as políticas de parceria, onde o WIH recebe 25% de comissão do PVP das experiências, aplicadas com 10% de desconto para os hóspedes, e segundo os pressupostos de adesão ao serviço. Dentro destas experiências competem as seguintes:

Picos de Aventura e Futurismo	preço c/iva	preço s/iva			
Observação de Baleias e Golfinhos	55,00 €	46,61 €			
Natação com os Golfinhos	70,00 €	59,32 €			
Passeios de Jeep	40,00 €	33,90 €			
Passeios de Bicicleta	30,00 €	25,42 €			
Sunset cruises	45,00 €	38,14 €			
Observação de aves	85,00 €	72,03 €			
Kayaking	10,00 €	8,47 €			
Passeios de Carrinha	40,00 €	33,90 €			
Canoagem	75,00 €	63,56 €			
Mergulho	90,00 €	76,27 €			
Escalada	40,00 €	33,90 €			
Passeios a cavalo	55,00 €	46,61 €	<b>Preço médio pax</b>	<b>10% desconto</b>	<b>Rec 25%</b>
			44,84 €	40,77 €	10,19 €
<b>Escola Surf - St<sup>a</sup> Bárbara Surf School</b>	30,00 €	25,42 €	25,42 €	23,11 €	5,78 €

Nestas condições, o WIH consegue logo no primeiro ano um volume total de negócios de 289.806€.

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>TOTAL VOLUME DE NEGÓCIOS</b>	0	289 806	296 553	303 460	314 584	326 123
<b>IVA</b>	0	26 038	26 597	27 168	28 064	28 990
<b>TOTAL VOLUME DE NEGÓCIOS + IVA</b>	0	315 844	323 151	330 628	342 648	355 113

## 5.2.2 CMVMC

Relativamente ao CMVMC foi calculada uma margem bruta de 91,34% para um valor total anual de CMVMC de 16.164,99€, respeitantes à ocupação média anual de 59% do primeiro ano, aumentando de forma proporcional ao aumento de estadas nos seguintes anos.

O CMVMC respeita os custos com o alojamento do hóspede e, portanto, calcularam-se os custos com o pequeno-almoço (bens alimentares) e ainda o custo das matérias subsidiárias e de consumo – Vide Anexo I

CMVMC	Margem Bruta	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>MERCADO NACIONAL</b>			16 165	16 571	16 987	17 671	18 383
Suíte	91,34%		3 233	3 314	3 397	3 534	3 677
Duplo	91,34%		4 076	4 179	4 284	4 456	4 636
Dormitório	91,34%		8 856	9 078	9 306	9 681	10 071
<b>MERCADO EXTERNO</b>							
<b>TOTAL CMVMC</b>			16 165	16 571	16 987	17 671	18 383
<b>IVA</b>	12,28%		1 986	2 036	2 087	2 171	2 258
<b>TOTAL CMVMC + IVA</b>			18 151	18 606	19 073	19 842	20 642

## 5.2.3 FSE

O cálculo dos FSE's comporta os seguintes custos, dentro de cada rubrica, sendo que se consideram custos fixos, aqueles que não variem conforme a evolução da ocupação (2,5% em média). Os custos fixos variam com uma taxa variável de 5% sobre o preço de custo.

- **Subcontratos:** Nos subcontratos compreendem-se os custos com o *software NewHotel* (cujo preço é do conhecimento da promotora uma vez que atualmente trabalha com este *software* num Grupo Hoteleiro localizado nos Açores), com o TPA do Novo Banco com uma conta no NB Negócios Turismo e com o TSC (Taxa de Serviço ao Comerciante) de 1,1% associado a pagar ao Novo Banco por cada venda transacionada através do TPA. – Vide Apêndice IV.

- **Publicidade e Promoção:** Custos do Domínio do Website e SEO;
- **Honorários:** Respeitantes ao Contabilista
- **Comissões:** Operadoras (*Booking, Airbnb e Hostelword*), em 15%, assumindo que no primeiro e no segundo ano as reservas serão 100% através das OTA's; descendo para o recurso a 90% das reservas através de OTA's no terceiro ano, 85% no quarto ano e 80% no quinto ano; sendo as restantes reservas feitas através de canal direto.
  - **Conservação e reparação:** possíveis reparações de equipamentos;
  - **Ferramentas e utensílios de desgaste rápido:** lâmpadas, chaves, entre outros, assumindo um custo mensal de 25€.
  - **Material de Escritório:** papel, canetas, borrachas, lápis, entre outros, assumindo um custo mensal de 30€.

- **Eletricidade:** Este custo de 2.540,34€ anual foi realizado contemplando as potências (KW) de cada equipamento e o custo por KW da EDA na RAA – vide Anexo V, descontado dos consumos energéticos retidos pelo investimento em Painéis Fotovoltaicos. Nos seguintes anos, foi pressuposto um aumento segundo a evolução da ocupação.

Assim, para os custos de eletricidade, têm-se os consumos dos seguintes equipamentos básicos da operação e ainda da utilização do aquecimento de água através de uma bomba de calor (equipamento escolhido, à semelhança de um artigo publicado sobre o Hostel de Stª Maria da Feira, usando apenas uma bomba de calor mais dois depósitos acumuladores da água, um de 1000 litros e outro de 500 litros, conseguindo assim alimentar as necessidades de um alojamento que tenha de proporcionar água quente para os banhos de um grande número de hóspedes):

#### ELETRICIDADE

<b>Pressupostos</b>	<b>kw/h</b>	<b>horas dia</b>	<b>kw/dia</b>	<b>custo ano</b>
Computador	0,250	10	2,500	148,32 €
Placa elétrica	1,500	2	3,000	177,98 €
Máquina café	1,200	1	1,200	71,19 €
Frigorífico	0,025	24	0,600	35,60 €
Máq. Lavar loiça	0,788	0,5	0,394	23,36 €
Máq. Lavar roupa	0,480	6	2,880	170,86 €
Exaustor	0,150	1	0,150	8,90 €
Microondas	1,000	0,15	0,150	8,90 €
Televisão	0,090	9	0,810	48,06 €
Aspirador	1,340	0,5	0,670	39,75 €
1 lâmpada LED	0,060	210	12,600	747,53 €
Secador cabelo	0,043	2,4	0,103	6,12 €
Forno elétrico	2,500	0,3	0,750	44,50 €
Ar condicionado	0,600	20	12,000	2 598,05 €
				<b>4 129,12 €</b>

#### **AQUECIMENTO ÁGUA - Referência Hostel Stª Maria da Feira**

Bomba de calor Alféa Excellia de 16 kW

Consumo 0,30kw/h = 7,2kw/dia

**1 182,47 €**

**5 311,59 €**

Pressupostos Consumo com painel fotovoltaico  
250wp = 1kw/dia

#### **Escolha** Pack Painel Solar FotoVoltaico Policristalino 320W BYD Classe A (10 un)

Dimensão 1962\*992\*35mm

Área 1,95m<sup>2</sup>

10 unidades 19,5m<sup>2</sup>

Potência 320w

10 unidades 3200w

Produção 12,8 kw/dia

Consumo anual 4608 kw/ano

**Consumo anual 2 771,25 € ano**

**ELETRICIDADE**

**2 540,34 €**

- **Combustíveis:** Nos combustíveis pressupôs-se um custo de 80 litros de gasóleo mensal, com uma evolução em função da ocupação.

- **Água:** Para o cálculo dos custos com água considerou-se um consumo de 60 litros por cada banho de 10 minutos, em média; 2 litros por cada lavagem da máquina de lavar loiça e 10 litros por cada lavagem de máquina de lavar roupa. Estes custos estão associados à ocupação do hostel e ao custo por m3 de água utilizado, segundo as tarifas do Município da Ribeira Grande – Vide Apêndice VIII

Assim, como o consumo mensal de água no WIH será maior que 20m3, o custo associado é de 3,20€ por m3. A este custo de FSE pressupõe-se a variação consoante taxa de ocupação.

		<b>ÁGUA</b>				
		<b>Ribeira Grande</b>				
		0 - 8m3 = 0,50€/m3				
		9 - 20m3 = 1,28€/m3				
		>20m3 = 3,20 € /m3				
		<b>1m3 = 1000 litros</b>				
		Tomar Banho = 10 minutos = 60 litros				
<b>Em média</b>		Máquina Lavar Loiça = 1 lavagem = 2 litros				
		Máquina Lavar Roupa = 1 lavagem = 10 litros				
<u>Pressupostos:</u>						
1 Banho/ dia		Banho = 6328,8	379728 litros	Banho = 6455,376	387322,6 litros	
1 máq/ dia		Loiça = 360	720 litros	Loiça = 360	720 litros	
50%pax de 3 em 3 dias		Roupa = 1054,8	10548 litros	Roupa = 1075,896	10758,96 litros	
			390996 litros		398801,5 litros	
		<b>ano1</b>	<b>390,996 m3</b>	<b>ano2</b>	<b>398,802 m3</b>	
		<b>mês</b>	<b>32,583 m3</b>	<b>mês</b>	<b>33,2335 m3</b>	
Banho =	6584,484	395069 litros	Banho = 6782,018	406921,1 litros	Banho = 6985,479	419128,7 litros
Loiça =	360	720 litros	Loiça = 360	720 litros	Loiça = 360	720 litros
Roupa =	1097,414	10974,14 litros	Roupa = 1130,336	11303,36 litros	Roupa = 1164,246	11642,46 litros
		406763,2 litros		418944,4 litros		431491,2 litros
	<b>ano3</b>	<b>406,763 m3</b>	<b>ano4</b>	<b>418,944 m3</b>	<b>ano5</b>	<b>431,491 m3</b>
	<b>mês</b>	<b>33,8969 m3</b>	<b>mês</b>	<b>34,912 m3</b>	<b>mês</b>	<b>35,9576 m3</b>

- **Deslocações e Estadas:** Custos com visitas a feiras nacionais e internacionais.
- **Comunicação:** Esta rubrica apresenta o custo de internet *wireless* mais telefone, através do Pacote NOS Profissional 180 canais e 1Gbps Internet – Vide Apêndice IX

- **Seguros:** Seguro multirriscos que cobrem incêndios e seguros de responsabilidade civil.
- **Despesas de representação:** Pressuposto de um custo de 30€ mensais.
- **Limpeza, Higiene e Conforto:** Recurso externo a uma lavandaria para tratamento de roupa de quarto. O custo associado por kg foi considerado de acordo com um estudo de mercado que a promotora efetuou, sendo este de 0,80€. O cálculo considerou a ocupação do hostel e os vários tipos de roupa, da seguinte forma:

### LAVANDARIA EXTERNA

Peso referência tipo roupa	Peso	Necessidades hostel (3 mudas)		
Lençol casal cima	800 gr	3x's	6	18
Lençol casal baixo	800 gr	3x's	6	18
Lençol solteiro cima	300 gr	3x's	18	54
Lençol solteiro baixo	300 gr	3x's	18	54
Fronha	50 gr	3x's	30	90
Toalha Banho	500 gr	3x's	30	90
Toalha Rosto (*2 p/ duplos e suites)	200 gr	3x's	42	126
Toalha Pés	300 gr	3x's	12	36
			<b>162</b>	<b>486</b>
			un.s diária	total un.s

Troca de roupa de 2 em 2 dias = 15 dias/mês

gr diários	kgs diários	Kgs num mês	Serviço Lavandaria externa	ANO	VALOR
4800	4,8	72	0,80 €	1	343,86 €
4800	4,8	72	0,80 €	2	350,74 €
5400	5,4	81	0,80 €	3	357,76 €
5400	5,4	81	0,80 €	4	368,49 €
1500	1,5	22,5	0,80 €	5	379,54 €
15000	15	225	0,80 €		<b>1 800,40 €</b>
8400	8,4	126	0,80 €		
3600	3,6	54	0,80 €		
<b>48900</b>	<b>48,9</b>	<b>733,5</b>	p.un médio		<b>586,80 €</b>
			S/IVA		

No primeiro ano, total dos FSE's representa um custo de 47.224,37€.

	Tx IVA	CF	CV	Valor Mensal	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Subcontratos	18,0%	100,0%				7 632,80	7 963,33	8 309,10	8 703,63	9 117,04
Serviços especializados										
Trabalhos especializados	18,0%	100,0%								
Publicidade e propaganda	18,0%	100,0%				840,00	882,00	926,10	972,41	1 021,03
Vigilância e segurança	18,0%	100,0%								
Honorários	18,0%	100,0%				1 200,00	1 260,00	1 323,00	1 389,15	1 458,61
Comissões	18,0%	97,5%	2,5%			27 992,77	28 695,39	26 474,08	26 010,93	25 467,45
Conservação e reparação	18,0%	100,0%				600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
Material										
Ferramentas e utensílios de desgaste rápido	18,0%	100,0%				300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
Livros e documentação técnica	18,0%	100,0%								
Material de escritório	18,0%	100,0%				360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
Artigos para oferta	18,0%	100,0%								
Energia e fluidos										
Electricidade	18,0%	97,5%	2,5%			2 540,34	2 667,36	2 800,73	2 940,76	3 087,80
Combustíveis	18,0%	97,5%	2,5%			1 211,52	1 272,10	1 335,70	1 402,49	1 472,61
Água	6,0%	97,5%	2,5%			1 251,19	1 276,16	1 301,64	1 340,62	1 380,77
Deslocações, estadas e transportes										
Deslocações e Estadas	18,0%	100,0%				1 200,00	1 260,00	1 323,00	1 389,15	1 458,61
Transportes de pessoal	18,0%	100,0%								
Transportes de mercadorias	18,0%	100,0%								
Serviços diversos										
Rendas e alugueres	18,0%	100,0%								
Comunicação	18,0%	100,0%				791,88	791,88	791,88	791,88	791,88
Seguros		100,0%				420,00	441,00	463,05	486,20	510,51
Royalties	18,0%	100,0%								
Contencioso e notariado	18,0%	100,0%								
Despesas de representação	18,0%	100,0%				360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
Limpeza, higiene e conforto	18,0%	97,5%	2,5%			343,86	350,74	357,76	368,49	379,54
Outros serviços	18,0%	100,0%				180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
<b>TOTAL FSE</b>						<b>47 224,37</b>	<b>48 749,96</b>	<b>47 390,53</b>	<b>47 879,43</b>	<b>48 333,77</b>
<b>FSE - Custos Fixos</b>						<b>46 390,87</b>	<b>47 893,41</b>	<b>46 583,78</b>	<b>47 077,85</b>	<b>47 539,06</b>
<b>FSE - Custos Variáveis</b>						<b>833,49</b>	<b>856,54</b>	<b>806,75</b>	<b>801,58</b>	<b>794,70</b>
<b>TOTAL FSE</b>						<b>47 224,37</b>	<b>48 749,96</b>	<b>47 390,53</b>	<b>47 879,43</b>	<b>48 333,77</b>
<b>IVA</b>						<b>7 743,37</b>	<b>7 984,64</b>	<b>7 705,02</b>	<b>7 754,89</b>	<b>7 796,73</b>

## 5.2.4 Gastos com Pessoal

Relativamente aos Gastos com Pessoal, tomou-se em consideração um vencimento de 650€ para 3 pessoas para as funções de rececionista, limpeza e serviços de apoio e um vencimento de 1.200€ para a Direção, para a promotora e o companheiro.

Não foram considerados custos com ações de formação, na medida em que serão da responsabilidade da Direção, uma vez sendo a experiência profissional em hotelaria da promotora e do seu parceiro (15 anos de atendimento recepção e funções de gestão em hotéis de 5 estrelas).

Os gastos com pessoal totalizam, com um subsídio de alimentação de 4 euros por dia útil de trabalho, os 80.813€, considerando um incremento anual de 0,50% para os anos seguintes.

<b>QUADRO RESUMO</b>	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Remunerações						
Órgãos Sociais		33 600	33 768	33 937	34 107	34 277
Pessoal		27 300	27 437	27 574	27 712	27 850
Encargos sobre remunerações		14 464	14 536	14 609	14 682	14 755
Seguros Acidentes de Trabalho e doenças profissionais		609	612	615	618	621
Gastos de acção social		4 840	4 840	4 840	4 840	4 840
Outros gastos com pessoal						
<b>TOTAL GASTOS COM PESSOAL</b>		<b>80 813</b>	<b>81 193</b>	<b>81 575</b>	<b>81 958</b>	<b>82 344</b>

## 5.2.5 Fundo de Maneio

Para as necessidades de Fundo de Maneio, considerou-se 1.000€ de Reserva de Segurança de Tesouraria.

O Fundo de Maneio Necessário, calculado com a diferença entre as Necessidades de Fundo de Maneio de os Recursos de Maneio, revela-se negativo ao longo dos anos de exploração do WIH, o que significa que o hostel possui a capacidade de gerar recursos para se autofinanciar.

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Necessidades Fundo Maneio</b>						
Reserva Segurança Tesouraria	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000
Clientes						
Inventários		1 347	1 381	1 416	1 473	1 532
Estado	4 833					
*						
*						
<b>TOTAL</b>	<b>5 833</b>	<b>2 347</b>	<b>2 381</b>	<b>2 416</b>	<b>2 473</b>	<b>2 532</b>
<b>Recursos Fundo Maneio</b>						
Fornecedores		6 093	6 278	6 181	6 290	6 398
Estado		5 846	5 921	6 130	6 330	6 538
*						
<b>TOTAL</b>		<b>11 939</b>	<b>12 200</b>	<b>12 311</b>	<b>12 619</b>	<b>12 935</b>
<b>Fundo Maneio Necessário</b>	<b>5 833</b>	<b>-9 592</b>	<b>-9 819</b>	<b>-9 895</b>	<b>-10 147</b>	<b>-10 404</b>
<b>Investimento em Fundo de Maneio</b>	<b>5 833</b>	<b>-15 425</b>	<b>-227</b>	<b>-76</b>	<b>-251</b>	<b>-257</b>

## 5.2.6 Investimento

Todo o investimento encontra-se no Anexo II, e representa um total de 318.667€, sendo 298.267€ investimento em Ativos Fixos Tangíveis e 20.401€ em Ativos Fixos Intangíveis.

Investimento por ano	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Propriedades de investimento</b>						
Terrenos e recursos naturais						
Edifícios e Outras construções						
Outras propriedades de investimento						
<b>Total propriedades de investimento</b>						
<b>Activos fixos tangíveis</b>						
Terrenos e Recursos Naturais						
Edifícios e Outras Construções	208 950					
Equipamento Básico	23 359					
Equipamento de Transporte						
Equipamento Administrativo	18 986					
Equipamentos biológicos						
Outros activos fixos tangíveis	46 973					
<b>Total Activos Fixos Tangíveis</b>	<b>298 267</b>					
<b>Activos Intangíveis</b>						
Goodwill						
Projectos de desenvolvimento	14 303					
Programas de computador	6 098					
Propriedade industrial						
Outros activos intangíveis						
<b>Total Activos Intangíveis</b>	<b>20 401</b>					
<b>Total Investimento</b>	<b>318 667</b>					

## 5.2.7 Ponto Crítico

O Ponto Crítico Operacional ou *Break-Even Point* designa o montante do volume de vendas que iguala os custos fixos e variáveis da operação, ou seja, o volume das vendas e prestação de serviços a partir do qual a empresa começa a gerar lucro. No caso do WIH é interessante detetar que logo no primeiro ano de exploração o Ponto Crítico é ultrapassado bem como nos anos seguintes.

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Vendas e serviços prestados		289 805,53	296 553,40	303 460,11	314 583,78	326 122,57
Variação nos inventários da produção						
CMVMC		16 164,99	16 570,73	16 986,65	17 671,21	18 383,36
FSE Variáveis		833,49	856,54	806,75	801,58	794,70
<b>Margem Bruta de Contribuição</b>		<b>272 807,05</b>	<b>279 126,13</b>	<b>285 666,71</b>	<b>296 110,99</b>	<b>306 944,50</b>
<b>Ponto Crítico</b>		<b>159 441,72</b>	<b>161 460,50</b>	<b>160 452,58</b>	<b>159 240,32</b>	<b>160 154,44</b>

## 5.3 – ANÁLISE DE VIABILIDADE GLOBAL

### 5.3.1 Na Perspetiva Pré-Financiamento

Este cenário reflete a rentabilidade do projeto com base no risco do mercado onde está inserido – variáveis que entram para a taxa de atualização, sem ter em conta a estrutura do capital do projeto, sendo por isso calculado através do *Beta Unlevered*.

Pode concluir-se que o projeto é viável, uma vez que apresenta um VAL superior a zero, no valor total de 346.349€; a TIR é de 33,56% e claramente superior à taxa de atualização. O Período de Retorno do Investimento é de 3 anos, inferior à vida útil do projeto. Tal significa que ao final de 3 anos, o WIH começa a produzir rendimentos chegando a 346.349€ no fim de vida útil do projeto.

Na perspectiva do Projecto (Pré-Financiamento = 100% CP)	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Free Cash Flow to Firm	-324 500	134 080	122 431	128 333	135 869	143 927	141 995
Taxa de atualização $R_u = R_f + B_u \cdot (R_m - R_f)$	5,69%	5,69%	5,69%	5,69%	5,69%	5,69%	5,68%
Factor de actualização	1,00	1,057	1,117	1,181	1,248	1,319	-
Fluxos actualizados	-324 500	126 858	109 598	108 696	108 885	109 138	107 673
Fuxos actualizados acumulados	-324 500	-197 642	-88 044	20 652	129 537	238 675	346 349
Valor Actual Líquido (VAL)	346 349						
Taxa Interna de Rentabilidade	33,56%						
Pay Back period (arred ano inteiro)	3 Anos						

### 5.3.2 Na Perspetiva Pós-Financiamento

Este cenário contabiliza a situação de financiamento do WIH, e portanto, para além da avaliação dos fluxos de caixa gerados na operação, considera-se ainda a estrutura de capital, o que faz com que a taxa de desconto possa aumentar associada ao risco inerente e por sua vez tanto o VAL como a TIR irão diminuir. O mesmo acontece pela utilização do WACC, calculado através do *Beta Levered*, na taxa de atualização, que tem em conta o capital próprio da empresa.

Por outras palavras, a diferença deste cenário para o cenário anterior é o facto de no primeiro cenário o projeto ser rentável, mas poderia não o ser, caso o valor de financiamento fosse muito elevado.

No caso do WIH isto não acontece. De facto, o VAL diminui para 308.754€, bem como a TIR para 33,23%, todavia, são de igual forma indicadores muito favoráveis para o projeto.

Na perspectiva do Projecto Pós-Financiamento	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Free Cash Flow to Firm	-324 500	134 080	122 431	128 333	135 869	143 927	129 961
WACC	6,66%	6,91%	7,08%	7,25%	7,38%	7,47%	7,47%
Factor de actualização	1	1,069	1,145	1,228	1,318	1,417	-
Fluxos actualizados	-324 500	125 412	106 945	104 526	103 063	101 583	91 725
Fuxos atualizados acumulados	-324 500	-199 088	-92 143	12 383	115 446	217 028	308 754
Valor Actual Líquido (VAL)	308 754						
Taxa Interna de Rentabilidade	33,23%						
Pay Back period	3 Anos						

### 5.3.3 Na Perspetiva do Investidor

Nesta ótica do investidor, consideram-se os FCFE, que remetem para os CF disponíveis para os acionistas depois de satisfeito o serviço da dívida.

No caso do WIH constata-se que, satisfeitos todos os custos da empresa, o projeto apresenta um enorme potencial para gerar fluxos para o investidor, atingindo um VAL de 713.293€ e uma TIR de 59,22%. Isto significa que o valor de financiamento em capital alheio não é tão significativo quanto os fluxos gerados pelo ciclo de exploração do projeto e uma vez que não foi considerada a distribuição dos dividendos aos investidores.

Na perspectiva do Investidor	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Free Cash Flow do Equity	-221 130	129 123	117 473	114 761	122 710	131 182	543 436
Taxa de juro de activos sem risco	-0,26%	-0,26%	-0,26%	-0,26%	-0,27%	-0,27%	-0,27%
Prémio de risco de mercado	9,02%	9,02%	9,02%	9,02%	9,02%	9,02%	9,02%
Taxa de Actualização $R = R_f + B_u \cdot (R_m - R_f)$	5,69%	5,69%	5,69%	5,69%	5,69%	5,69%	5,68%
Factor actualização	1	1,057	1,117	1,181	1,248	1,319	-
Fluxos Actualizados	-221 130	122 167	105 160	97 201	98 340	99 474	412 082
Fuxos atualizados acumulados	-221 130	-98 963	6 197	103 398	201 738	301 211	713 293
Valor Actual Líquido (VAL)	713 293						
Taxa Interna de Rentabilidade	59,22%						
Pay Back period	2 Anos						

### 5.3.4 Cenário Pessimista

Foi também considerado um cenário pessimista para o projeto, diminuindo as vendas em 15%, *ceteris paribus*. Ainda assim, conseguiram-se resultados favoráveis, obtendo-se um VAL de 203.936€ e uma TIR de 22,06%, com um período de retorno de investimento de 4 anos.

Na perspectiva do Projecto (Pré-Financiamento = 100% CP)	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Free Cash Flow to Firm	-324 500	101 424	90 239	95 057	101 169	107 770	142 935
Taxa de atualização $R_u = R_f + B_u \cdot (R_m - R_f)$	5,69%	5,69%	5,69%	5,69%	5,69%	5,69%	5,68%
Factor de actualização	1,00	1,057	1,117	1,181	1,248	1,319	-
Fluxos actualizados	-324 500	95 961	80 780	80 511	81 077	81 721	108 386
Fuxos atualizados acumulados	-324 500	-228 540	-147 759	-67 248	13 829	95 550	203 936
Valor Actual Líquido (VAL)	203 936						
Taxa Interna de Rentabilidade	22,06%						
Pay Back period (arred ano inteiro)	4 Anos						

## **CAPÍTULO 6 – CONCLUSÕES**

### **6.1 – CONCLUSÕES GERAIS**

No que concerne às duas proposições associadas à questão de partida, constata-se a validade do conceito de negócio através da análise do resultado dos inquiridos, bem como da desenvoltura do mercado nos Açores e a procura constante neste destino, e ainda, através do ponto 5.3, valida-se a viabilidade do projeto em qualquer perspetiva do estudo do Plano Financeiro.

### **6.2 – LIMITAÇÕES DO ESTUDO**

A principal limitação deste estudo foi devida à utilização da folha de cálculo do programa FINICIA, nomeadamente na limitação de produtos que se poderia vender (até 4 categorias disponíveis), assim como nos serviços; nas diferentes taxas de IVA, sendo que se teve de calcular taxas ponderadas; no cálculo das depreciações, onde existiu a necessidade de juntar os custos de determinados equipamentos que têm depreciações diferentes numa só rúbrica, entre outros pressupostos considerados, de forma a apresentar o resultado mais realista possível.

Ainda, o número de respostas que se obteve no inquérito por questionário não foi suficiente para se atingir um erro de amostragem de 5%.

### **6.3 – RECOMENDAÇÕES PARA INVESTIGAÇÕES FUTURAS**

Futuramente para este Plano de Negócio, dever-se-á estudar a aplicação dos rendimentos obtidos em investimento tanto em ativos fixos tangíveis como em serviços com vista à criação de maior valor para o “Wonder Island Hostel”. Com os resultados favoráveis ao negócio que se verificam e a obtenção de rendimento, conseguir-se-á tornar o Hostel mais atrativo, fomentar a procura e gerar mais receita.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AHRESP (Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal). Alojamento Local: <http://www.ahresp.com/pages.php?id=210#AL09>

Almeida, C. R. (2010). Aeroportos e Turismo residencial. Do conhecimento às estratégias, Penafiel: Editorial Novembro

Cebola, António (2009) Elaboração e Análise de Projetos de Investimento, Lisboa, Edições Sílabo

Cunha,L (2003). Introdução ao Turismo. 2ª Edição. Ed. Verbo.

Cunha, L. (2007). Economia e política do turismo. Ed. Verbo.

Enz, C. A. (2010). Hospitality Strategic Management: Concepts and Cases. (2ªed.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Fundo de Maneio. Câmara Municipal de Ponta Delgada. Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico de Ponta Delgada 2017-2021. (2017). 534 slides.

Instituto Nacional de Estatística. (2012). Estatísticas do Turismo 2011. Lisboa: INE

Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). Blue Ocean Strategy: How to create uncontested market space and make competition irrelevant. Boston: Harvard Business School Press.

Lisboa, J. et all. (2004). Introdução à Gestão de Organizações. (2ªed.). Vida Económica

LOPES, M. D. S. 2012. Elaboração e Análise de Projetos de Investimento - 2a Edição. Porto : FEUP edições, 2012.

MARQUES, A. 2006. Criação e análise de Projetos de Investimento, 3ª edição. s.l. : edições Silabo, 2006

Marques, J. A. (2007). Introdução à Hotelaria. Porto: Civilização Editora.

Mintel (2009). Youth travel accommodation – International. Travel & Tourism Analyst. London: Mintel.

Moisã, C. (2010) Conceptual clarifications regarding youth travel. In Revista Tinerilor Economisti,1, p. 98-106

Nugent, R. (2005). Youth in a global world. USA: Population Reference Bureau. *te 2015 – Versão 2.0*, Lisboa, pp. 1-47

OTA. Satisfação do turista que visita os Açores Verão IATA. (2018) 59 slides.

PENT (2007) Plano Estratégico Nacional de Turismo, Lisboa: Ministério da Economia e Inovação.

Richards, G. & Wilson, J. (2006). Youth and adventure tourism. In C. Costa & D. Buhalis (Eds.), *Tourism business frontiers: consumers, products and industry* (p.40-55). Amsterdão: Elsevier.

Rutherford, D. G. (1990). *Hotel: Management and Operations*. New York: Van Nostrand Reinhold

Silva, S. R. (2013). Plano de Marketing para um produto ou serviço turístico: Hotel Figueiredo's. Tese de Mestrado, Gestão e Direção Hoteleira, Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar e Instituto Politécnico de Leiria, Leiria.

Turismo de Portugal (2011). *Plano Estratégico Nacional do Turismo Propostas para Revisão no Horizonte 2015 – Versão 2.0*, Lisboa, pp. 1-47.

Turismo de Portugal (2014). *Plano de Marketing Estratégico*.

Turismo de Portugal. (2016). Alojamento Local - Regime Jurídico. Lisboa: Turismo de Portugal.

UNWTO, World Tourism Barometer, Vol. 8, No.2, June 2010. Disponível em: [http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO\\_Barom10\\_2\\_en\\_excerpt.pdf](http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom10_2_en_excerpt.pdf), acedido a 17/09/2016.

## WEBSITES CONSULTADOS

<http://www.azores.gov.pt/Gra/srrn-ersara/conteudos/livres/TarifariosAcores2014.htm>

<http://www.solarcondicionado.pt/files/price-tables/Tabela-Precos-Bombas-de-Calor-ATLANTIC-2016.pdf>

<https://alojadoextintor.pt/categoria-produto/pack-alojamento-local/>

<https://alojadoextintor.pt/categoria-produto/pack-alojamento-local/>

<https://alojadoextintor.pt/categoria-produto/pack-alojamento-local/>

<https://contaspoupanca.pt/2017/01/02/painel-solar-saiba-correu-primeiro-mes/>

<https://dre.pt/application/file/a/118813087>

<https://poupaenergia.pt/dicas/instalacao-de-fotovoltaico-empresas/>

<https://www.bloomberg.com/quote/GDBR10:IND>

[https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/10-taxas\\_juro\\_bancarias.pdf](https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/10-taxas_juro_bancarias.pdf)

<https://www.cm-ribeiragrande.pt/municipio/transparencia-municipal/impostos-taxas-tarifas-precos-e-regulamentos>

<https://www.economias.pt/como-criar-uma-empresa/>

<https://www.economias.pt/empresa-na-hora-como-abrir/>

<https://www.economias.pt/tabelas-imt/>

<https://www.economias.pt/taxas-de-imi-por-concelho/>

<https://www.eda.pt/Clientes/AMinhaCasa/DocsTarifas/Tarifas%20RAA%202019.pdf>

<https://www.efectoled.com/pt/comprar-paineis-foto-voltaicos-poli-cristalinos/9907-pack-painel-solar-fotovoltaico-policristalino-320w-10-un.html>

<https://www.efectoled.com/pt/comprar-paineis-foto-voltaicos-poli-cristalinos/9907-pack-painel-solar-fotovoltaico-policristalino-320w-10-un.html>

[https://www.imovirtual.com/comprar/terreno/ribeira-grande/?search\[description\]=1&search\[region\\_id\]=22&search\[subregion\\_id\]=295&fbclid=IwAR1iP\\_Liq8AjkO5BLncS8zBc4WLX6ZYLgDIbqpFIOuCk-6pyN1KxI0K4Ja4U](https://www.imovirtual.com/comprar/terreno/ribeira-grande/?search[description]=1&search[region_id]=22&search[subregion_id]=295&fbclid=IwAR1iP_Liq8AjkO5BLncS8zBc4WLX6ZYLgDIbqpFIOuCk-6pyN1KxI0K4Ja4U)

[https://www.novobancodosacores.pt/site/Images/Precario/PRE-FC\\_NBA.pdf](https://www.novobancodosacores.pt/site/Images/Precario/PRE-FC_NBA.pdf)

<https://www.obrasemcasalisboa.com>

<https://www.occ.pt/pt/noticias/ativos-fixos-tangiveis/?fbclid=IwAR18EEZFTot69hkB8SYIqOLkl6q3mbdbpoXkApFSu2NyKwYeloDWuHrbdPs>

<https://www.pwc.pt/pt/pwcinformisco/guia-fiscal/2019/irc.html>

<https://www.pwc.pt/pt/pwcinformisco/guia-fiscal/2019/irc.html#depreciacao>

<https://www.thermor.pt/Catalogo/Instalacoes-reais/Hostel-Santa-Maria-da-Feira>

# APÊNDICES

## APÊNDICE I – CMVMC

COMPRAS PEQUENO-ALMOÇO									
Produtos	P.un	Qtd	U.M	Fornecedor	Cons. Pax p/ mês	Compras Necess. (un)	Total c/iva	Total s/iva	Pressupostos
<b>ASSUMINDO 100% OCUPAÇÃO = 30 PAX; COMPRAS = CONSUMO</b>									
<b>BEBIDAS NÃO ALCÓOLICAS</b>									
<b>ÁGUAS</b>									
Água s / gas Monchique Natural 6 Lt	1,39 €	6,00	LT	Continente	135,00	23	31,28 €	30,07 €	Cada pax consome 0,30 Lt de água; 50% bebe água ao PA
<b>SUMOS</b>									
Sumo Concentrado Sunquick Laranja 70 cl	3,99 €	6,30	LT	Continente	180,00	29	114,00 €	96,61 €	1 garrafa para 9 de água = 6,30 lt; Cada pax consome 0,40 Lt de sumo; 50% consome
Sumo Concentrado Sunquick Frutos Tropicais 70 Cl	3,99 €	6,30	LT	Continente	180,00	29	114,00 €	96,61 €	1 garrafa para 9 de água = 6,30 lt; Cada pax consome 0,40 Lt de sumo; 50% consome
<b>CARNES</b>									
Chouriço Fatiado Nobre 100 gr	1,20 €	0,10	KG	Continente	4,50	45	54,00 €	45,76 €	Cada pax consome 10 gr; 50% consome
Fiambre Fatiado da Perna Nobre 100 gr	1,20 €	0,10	KG	Continente	4,50	45	54,00 €	45,76 €	Cada pax consome 10 gr; 50% consome
<b>LACTICÍNIOS</b>									
<b>LEITE</b>									
Leite Meio Gordo 200 ml (3 emb.) Mimosa	0,87 €	0,60	LT	Continente	81,00	135	117,45 €	112,93 €	Cada pax consome 0,30 Lt de leite; 30% consome este tipo de leite
Leite Magro San Lactos 1lt Mimosa	1,19 €	1,00	LT	Continente	13,50	14	16,07 €	15,45 €	Cada pax consome 0,30 Lt de leite; 5% consome este tipo de leite
Leite Magro 200 ml (3 emb.) Mimosa	0,87 €	0,60	LT	Continente	54,00	90	78,30 €	75,29 €	Cada pax consome 0,30 Lt de leite; 20% consome este tipo de leite
<b>IOGURTES</b>									
Iogurte Natural Danone (4 un.)	1,14 €	4,00	UN	Continente	360,00	90	34,20 €	32,88 €	40% pax consome apenas 1 sabor
Iogurte Morango Danone (4 un.)	1,14 €	4,00	UN	Continente	360,00	90	34,20 €	32,88 €	40% pax consome apenas 1 sabor
Iogurte TuttiFrutti Danone (4 un.)	1,14 €	4,00	UN	Continente	360,00	90	34,20 €	32,88 €	40% pax consome apenas 1 sabor
<b>MANTEIGA</b>									
Manteiga com Sal Nova Açores 250gr	1,69 €	2,00	UN	Continente	3,38	2	3,38 €	3,25 €	2 pacotes por mês
<b>OVOS</b>									
Ovos Superovo M (12un)	1,29 €	12,00	UN	Continente	1080,00	90	116,10 €	111,63 €	Ovos mexidos = 2 ovos para cada 1 pax; 60% consome
<b>QUEIJDOS</b>									
Queijo da Ilha Nova Açores 150 gr	1,69 €	0,15	KG	Continente	4,50	30	50,70 €	48,75 €	Cada pax consome 10 gr; 50% consome
Queijo Fresco de Vacca 180gr	0,80 €	0,18	KG	Queijaria S.Miguel	2,70	15	12,00 €	11,54 €	Cada pax consome 10 gr; 30% consome
<b>MERCERIA</b>									
<b>CARÉ, CACAU, CHÁ, FERRELOS</b>									
Chá Gorreana Preto 20 saquetas	1,37 €	20,00	UN	O rei dos Queijos	585,00	29	10,02 €	9,63 €	Cada pax consome 1 saqueta; 65% pax/ 4 sabores consome chá
Chá Gorreana Verde 20 Saquetas	1,46 €	20,00	UN	O rei dos Queijos	585,00	29	10,68 €	10,27 €	Cada pax consome 1 saqueta; 65% pax/ 4 sabores consome chá
Chá Camomila Tetley 20 saquetas	1,80 €	20,00	UN	Continente	585,00	29	13,16 €	12,66 €	Cada pax consome 1 saqueta; 65% pax/ 4 sabores consome chá
Chá Frutos Vermelhos Tetley 20 saquetas	2,29 €	20,00	UN	Continente	585,00	29	16,75 €	16,10 €	Cada pax consome 1 saqueta; 65% pax/ 4 sabores consome chá
Café Grão Delta 250gr	2,94 €	0,25	KG	Continente	6,30	25	74,09 €	62,79 €	Cada pax consome 7 gr
Café Moído Delta 250gr	2,94 €	0,25	KG	Continente	4,50	18	52,92 €	44,85 €	Cada pax consome 5 gr
<b>COMPRAS, GELÉIAS E MEL</b>									
Comporta 3 Frutos Silvestres Mackays 340gr	2,99 €	1,00	UN	Continente	2,99	1	2,99 €	2,53 €	1 un por mês
Doce Temporada Pêsseros Casa de Mateus 350gr	2,17 €	1,00	UN	Continente	2,17	1	2,17 €	1,84 €	1 un por mês
<b>DOCARIA E PASTELARIA - ARTIGOS DIVERSOS</b>									
Açúcar Granulado Saqueta Sidi 125 sac.	1,59 €	1,00	UN	Continente	1,59	1	1,59 €	1,53 €	1 un por mês
<b>ESPECIARIAS E CONDIMENTOS</b>									
Sal Marinho Grosso Vatel 1kg	0,34 €	1,00	UN	Continente	0,34	1	0,34 €	0,33 €	1 un por mês
Sal de Mesa Fino Vatel 250gr	0,40 €	1,00	UN	Continente	0,40	1	0,40 €	0,38 €	1 un por mês
<b>GORDURAS VEGETAIS</b>									
Azeite Virgem Continente 75 cl	2,89 €	1,00	UN	Continente	2,89	1	2,89 €	2,45 €	1 un por mês
<b>PANIFICAÇÃO E PASTELARIA</b>									
<b>PASTELARIA PRONTA</b>									
Groissant Brioches 2un	0,44 €	2,00	UN	Continente	360,00	180	79,20 €	67,12 €	40% consome 1 un
Groissant Folhado	0,35 €	2,00	UN	Continente	360,00	180	63,00 €	53,39 €	40% consome 1 un
Mini Queques de Laranja 6un	1,60 €	6,00	UN	Continente	270,00	45	72,00 €	61,02 €	30% consome 1 un
<b>PÃO</b>									
Mini Bolo Lávado	0,20 €	1,00	UN	Gomes & Santos	450,00	450	90,00 €	76,27 €	50% consome 1 un
Pão de Forma Familiar Bimbo 700gr	1,99 €	0,70	KG	Continente	18,00	26	51,17 €	43,37 €	Cada pax consome 50 gr; 40% consome
Pão de Forma 12 Cereais/Sementes 600gr	1,69 €	0,60	KG	Continente	18,00	30	50,70 €	42,97 €	Cada pax consome 50 gr; 40% consome
Pão Clássico sem Glúten Genius 400gr	4,29 €	1,00	UN	Continente	4,29	1	4,29 €	3,64 €	1 un por mês
<b>FRUTAS</b>									
Uva Branca com Graninha 500 gr	2,49 €	0,50	KG	Continente	13,50	27	67,23 €	64,64 €	Cada pax consome 50 gr; 30% consome
Morango Bio Biocool 300gr	5,49 €	0,30	KG	Continente	13,50	45	247,05 €	237,55 €	Cada pax consome 50 gr; 30% consome
Ananás dos Açores 1KG	5,99 €	1,00	kg	Continente	13,50	14	80,87 €	77,75 €	Cada pax consome 50 gr; 30% consome
						<b>iva</b>	<b>1.857,37 €</b>	<b>1.685,38 €</b>	

COMPRAS MATÉRIAS SUBSIDIÁRIAS E DE CONSUMO									
Produtos	P.un	Qtd	U.M	Fornecedor	Cons. Pax p/ mês	Compras Necess. (un)	Total c/iva	Total s/iva	Pressupostos
<b>ASSUMINDO 100% OCUPAÇÃO = 30 PAX; COMPRAS = CONSUMO</b>									
Papel Higiénico 2 Folhas (12 rolos)	1,99 €	12,00	UN	Continente	300,00	25	49,75 €	42,16 €	Cada pax consome 1/3 de rolo por dia
Guardanapos 1 Folha Brancos (100 un)	0,54 €	100,00	UN	Continente	1800,00	18	9,72 €	8,24 €	Cada pax usa 2 guardanapos por dia
Sacos do Lixo 20 L, 50 un	1,69 €	50,00	UN	Continente	30,00	1	1,69 €	1,43 €	1 un por dia
Detergente Manual Loíça Limão	0,68 €	1,00	UN	Continente	1,00	1	0,68 €	0,58 €	1 unidade por mês
Lava Tudo Lavanda	0,69 €	1,00	UN	Continente	3,00	3	2,07 €	1,75 €	3 unidades por mês
Lava Tudo Wc Gel	1,15 €	1,00	UN	Continente	3,00	3	3,45 €	2,92 €	3 unidades por mês
Luvas Acetinadas Tam S	0,69 €	1,00	UN	Continente	4,00	4	2,76 €	2,34 €	4 unidades por mês
Desinfetante Multisuperfícies	2,00 €	1,00	UN	Continente	2,00	2	4,00 €	3,39 €	2 unidades por mês
Alcool Etilico	0,75 €	1,00	UN	Continente	1,00	1	0,75 €	0,64 €	1 unidade por mês
Pano Cozinhia Microfibras	1,29 €	1,00	UN	Continente	0,50	0,5	0,65 €	0,55 €	2 em 2 meses
Esfregão Esponja (3un)	0,59 €	1,00	UN	Continente	0,50	0,5	0,30 €	0,25 €	2 em 2 meses
Gel de Banho Castebel Orange Verbena	0,27 €	1,00	UN	GroupeCM	900,00	1	242,10 €	205,17 €	Cada pax consome 1 unidade
Champô amaciador Castebel Orange Verbena	0,27 €	1,00	UN	GroupeCM	900,00	1	242,10 €	205,17 €	Cada pax consome 1 unidade
Sabonete branco 20g Castebel Orange Verbena	0,18 €	1,00	UN	GroupeCM	900,00	1	163,80 €	138,81 €	Cada pax consome 1 unidade
						<b>iva</b>	<b>723,81 €</b>	<b>613,40 €</b>	
							<b>110,41 €</b>		

AMENITIES



27 585,30 € Custo total anual c/ 100% ocupação  
**16 164,99 €** COM 59% OCUPAÇÃO MEDIA

$x\% = \frac{\text{cmvmc}}{\text{valor líquido total}} = \frac{16\,164,99}{16\,164,99} = 100\%$	
cmvmc	proporção vendas
SUITES 3 233,00 € SUITES	0,20 37 323,69 €
DUPLoS 4 076,39 € DUPLoS	0,25 47 060,31 €
DORMIT 8 855,60 € DORMIT	0,55 102 234,46 €
	<b>16 164,99 €</b>

Taxa média ponderada IVA

$x\% = \frac{\text{Valor Líquido total} * (1+x\%) - \text{Valor bruto total}}{\text{Valor Líquido total} * (1+x\%)}$

$x\% = 12,28\%$

# APÊNDICE II – INVESTIMENTO

INVESTIMENTO - HOSTEL		Un	qtd	P. UN (€/IVA)	Total (S/IVA)	IVA	Tot. c/ IVA	Tot. Cap. (€/IVA)	Fornecedor
<b>CONSTITUIÇÃO EMPRESA</b>									
Processo Constituição Empresa	UN	1	360,00 €	360,00 €	0,00 €	360,00 €	5.360,00 €		Empresa na Hora - <a href="https://www.economias.pt/empresas-na-hora-como-abrir/">https://www.economias.pt/empresas-na-hora-como-abrir/</a>
Disponibilização de Capital Social	UN	1	5.000,00 €	5.000,00 €	0,00 €	5.000,00 €			<a href="https://www.economias.pt/como-criar-uma-empresa/">https://www.economias.pt/como-criar-uma-empresa/</a>
<b>AQUISIÇÃO IMÓVEL</b>									
Aquisição Imóvel	UN	1	139.300,00 €	139.300,00 €	0,00 €	139.300,00 €	208.950,00 €		CM. Ribeira Grande
Aquisição terreno (30%)	UN	1	59.700,00 €	59.700,00 €	0,00 €	59.700,00 €			<a href="https://www.imovirtual.com/comprar/terreno/ribeira-grande/bserch/description=1&amp;search[region_id]=https://www.occ.pt/pt/noticias">https://www.imovirtual.com/comprar/terreno/ribeira-grande/bserch/description=1&amp;search[region_id]=https://www.occ.pt/pt/noticias</a>
Imposto IMT	UN	5,00%	9.950,00 €	9.950,00 €	0,00 €	9.950,00 €			<a href="https://www.economias.pt/tabelas-imp/">https://www.economias.pt/tabelas-imp/</a>
<b>PROJETO</b>									
Elaboração de projeto de Arquitetura incluindo assistência técnica à obra	UN	1	7.000,00 €	5.691,06 €	1.308,94 €	7.000,00 €	11.000,00 €		Presuposto mão-de-obra 12€/h/pax (6 meses)
Elaboração de projetos de especialidades incluindo assistência técnica à obra.	UN	1	4.000,00 €	3.252,03 €	747,97 €	4.000,00 €	55.621,50 €		Presuposto mão-de-obra 12€/h/pax (6 meses)
<b>OBRAS</b>									
Orçamento construção civil	UN	1	50.853,33 €	43.096,05 €	7.757,29 €	50.853,33 €			Pressupostos segundo <a href="https://www.obrasemcasalshou.com">https://www.obrasemcasalshou.com</a>
Torneira de lavatório com temporizador ZENITE	UN	9	47,49 €	347,49 €	79,92 €	427,41 €			LERROY MERLIN
Sanita POP ART	UN	15	78,99 €	963,29 €	221,56 €	1.184,85 €			LERROY MERLIN
Cabine de duche NEREA 75X75CM	UN	12	134,00 €	1.307,32 €	300,68 €	1.608,00 €			LERROY MERLIN
Banheira ARGOS	UN	2	369,00 €	600,00 €	138,00 €	738,00 €			LERROY MERLIN
Móvel NEW IRS OLIVA P46 60 c/ Lavatório	UN	9	89,99 €	658,46 €	151,45 €	809,91 €			LERROY MERLIN
<b>EQUIPAMENTOS DE CLIMATIZAÇÃO</b>									
<b>Exterior</b>									
Pack Painel Solar Fotovoltaico Policristalino 320W BYD Classe A (10 un)	UN	1	1.641,64 €	1.334,67 €	306,97 €	1.641,64 €			EFFECTLED - <a href="https://www.effectled.com/pt/comprar-paineis-foto-voltaicos-poli-cristalinos/9907-pack-p">https://www.effectled.com/pt/comprar-paineis-foto-voltaicos-poli-cristalinos/9907-pack-p</a>
<b>Quartos hóspedes</b>									
Air condicionado ICELUX AMBER 9000BTU R32	UN	9	279,00 €	2.041,46 €	469,54 €	2.511,00 €			LERROY MERLIN
<b>Sala Comum</b>									
Air condicionado ICELUX AMBER 9000BTU R32	UN	9	279,00 €	2.041,46 €	469,54 €	2.511,00 €			LERROY MERLIN
<b>Exterior num anexo</b>									
Bomba de calor Aliféa Excelia de 16 kW	UN	1	6.885,00 €	5.597,56 €	1.287,44 €	6.885,00 €			THERMOR - <a href="http://www.solarcondicionado.pt/files/price-tables/Tabela-Preco-Bombas-de-Calor-ATLANT">http://www.solarcondicionado.pt/files/price-tables/Tabela-Preco-Bombas-de-Calor-ATLANT</a>
Depósito de acumulação água 10000ltros CORFLOW	UN	3	3.245,00 €	2.638,21 €	606,79 €	3.245,00 €			THERMOR
Depósito de acumulação água 500ltros CORFLOW	UN	1	2.165,00 €	1.760,16 €	404,84 €	2.165,00 €			THERMOR
<b>ELECTRODOMÉSTICOS</b>									
<b>Quartos hóspedes</b>									
TV STREAM SYSTEM 24 BM2419	UN	2	114,99 €	194,90 €	35,08 €	229,98 €			WORTEN
(Quatro + p/ alugar Secador de Cabelo) BECKEN Bshd 2381 (2200 W)	UN	8	18,99 €	128,75 €	23,17 €	151,92 €			WORTEN
<b>Sala Comum</b>									
TV LCD TV PHILIPS 58PU6203 (LED - 58" - 147 cm -4K Ultra HD - Smart TV)	UN	1	499,99 €	423,72 €	76,27 €	499,99 €			WORTEN
Micro-ondas CECOTEC ProClean 3010	UN	1	49,90 €	42,29 €	7,61 €	49,90 €			WORTEN
Máquina Café Automática Multi Bebidas PHILIPS EP2224/40	UN	1	349,41 €	296,11 €	53,30 €	349,41 €			WORTEN
Máquina Lavar Louça KUNFT KDW2743 (12 Conjuntos - 60 cm - Branco)	UN	1	229,99 €	194,91 €	35,08 €	229,99 €			WORTEN
Placa elétrica vitrocerâmica TEKA TB6415	UN	1	171,64 €	145,46 €	26,18 €	171,64 €			WORTEN
Forno CANDY FCP502AW	UN	1	153,91 €	130,43 €	23,48 €	153,91 €			WORTEN
Exaustor BECKEN BCHT2338 IX	UN	1	79,99 €	67,79 €	12,20 €	79,99 €			WORTEN
Torradeira FLAMA 958FL (900 W)	UN	2	27,99 €	47,44 €	8,54 €	55,98 €			WORTEN
Frigorífico Combinado SAMSUNG RB31FWRNDSA	UN	1	549,99 €	466,09 €	83,90 €	549,99 €			WORTEN
<b>Cave</b>									
Tábua de Passaria Ferro VILEDA Park & Go (120x38 cm)	UN	1	64,99 €	55,08 €	9,91 €	64,99 €			WORTEN
Ferro Bigomar TAURUS Geyser Eco 3000	UN	1	59,99 €	50,84 €	9,15 €	59,99 €			WORTEN
Estregona Estregona + Balde VILEDA Sistema Espreme Fácil com Pedal Turbo	UN	1	49,99 €	42,36 €	7,63 €	49,99 €			WORTEN
Vassoura VILEDA Anti Choque 3 em 1	UN	1	4,79 €	4,06 €	0,73 €	4,79 €			WORTEN
Máquina de Lavar e Secar Roupa Sng HOPOINT Mats RDSG 86207 S (6/8 kg - 1200 rpm - Branco)	UN	4	464,99 €	1.576,24 €	283,72 €	1.859,96 €			WORTEN
Aspirador sem Saco HOOVER LA71 LA10 A2 (A - 78 dB)	UN	1	69,99 €	59,31 €	10,68 €	69,99 €			WORTEN
<b>OUTROS EQUIPAMENTOS</b>									
<b>Sala Comum</b>									
Kit Vigilância CONCEPTRONIC CCTV AHD C4CHCTVMTD	UN	1	136,09 €	115,33 €	20,76 €	136,09 €			WORTEN
<b>Dormitórios</b>									
Móvel c/ Cores Individuais Coife BTV Mod Ball 15 (Nível Segurança-Standard)	UN	3	128,08 €	325,63 €	58,61 €	384,24 €			WORTEN
<b>Iluminação</b>									
Lâmpada LED standard 55W E27 470LM 3000K LEMMAN	UN	42	0,99 €	35,24 €	6,34 €	41,58 €			AKI
Candeiro de pé cromado E27 60W Basic INSPIRE	UN	3	8,99 €	22,86 €	4,11 €	26,97 €			AKI
Candeiro teto: SUSPENSÃO DE METAL BRANCO E27 25W KIRAM	UN	12	8,99 €	91,42 €	16,46 €	107,88 €			AKI
ÁRSTID Candeiro de parede, niquelado, branco	UN	12	19,99 €	195,02 €	44,86 €	239,88 €			IKEA
NAYJINGE Proj. LED de parede/moib, branco	UN	18	15,00 €	219,51 €	50,49 €	270,00 €			IKEA

<b>UTENSÍLIOS DE COZINHA</b>										316,45 €
UN	1	100,00 €	81,30 €	18,70 €	100,00 €				IKEA	
Conjunto de utensílios de cozinha PREÇO EM MÉDIA €4 POR UNIDADE										
UN	1	49,99 €	40,64 €	9,35 €	49,99 €				IKEA	
Serviço copos e taças, 56 peças, aço inoxidável										
UN	4	6,00 €	19,51 €	4,49 €	24,00 €				IKEA	
Serviço pratos FLITGHET Serviço 18 pçs. branco										
UN	2	19,99 €	32,50 €	7,48 €	39,98 €				IKEA	
Trem de cozinha SNITSIG Trem de cozinha 4 peças, aço inoxidável										
UN	2	35,00 €	13,09 €	13,09 €	70,00 €				IKEA	
Tábua de cozinha LÅMPJUG Tábua de cortar, bambu										
UN	2	9,99 €	16,24 €	3,74 €	19,98 €				IKEA	
Conjunto de individuais MÅRIT Individual, bege €1,25										
UN	10	1,25 €	10,16 €	2,34 €	12,50 €				IKEA	
<b>HARDWARE E SOFTWARE</b>										11.664,20 €
UN	1	196,91 €	166,87 €	30,04 €	196,91 €				WORTEN	
Sistema Wi-Fi, zonas comuns, e quartos. Repetidor de Sinal TP-LINK RE590T										
UN	1	308,79 €	261,69 €	47,10 €	308,79 €				WORTEN	
Impressora Multifunções EPSON Eco Tank ET-4700 - C11G085402 (WiFi, impressão móvel, Jato de Tinta)										
UN	2	417,58 €	707,76 €	127,40 €	835,16 €				WORTEN	
Portátil ASUS X509UA - P4AHDCB1 (15,6" - Intel Pentium 4417U - RAM: 4 GB - 1 TB HDD - Intel HD G10)										
UN	1	431,22 €	365,44 €	65,78 €	431,22 €				WORTEN	
UPS Apc Back-UPS Rs 1500Va 230V.										
UN	1	292,20 €	247,63 €	44,57 €	292,20 €				WORTEN	
Router Wi-Fi ASUS RT-AC87U (AC2400 - 600 + 1734 Mbps)										
UN	6	50,82 €	247,90 €	57,02 €	304,92 €				PCCOMPONENTES	
TP-Link CPE 510 Ponto de Acesso para Exterior WiFi 300 Mbp										
UN	1	545,00 €	443,09 €	101,91 €	545,00 €				FNAC	
Servidor HP ProLiant ML10 Gen9 E3-1225 v5 8 GB-R 2 TB										
UN	1	1.250,00 €	1.016,26 €	233,74 €	1.250,00 €				LG	
BACnet Gateway - GBV 2 de LG para controlo de unidades split.										
UN	1	7.500,00 €	6.097,56 €	1.402,44 €	7.500,00 €				NEWHOTEL (CONSODANTE O QUE ME DISSERAM NO TRABALHO PORQUE TRABALHAMOS COM O NEWHOTEL)	
<b>MOBILIÁRIO</b>										7.581,95 €
UN	4	249,00 €	809,76 €	186,24 €	996,00 €				IKEA	
MÅLM Estr. cama alta c/2 cx armário, branco, Lónset 176"209										
UN	4	199,00 €	647,15 €	148,85 €	796,00 €				IKEA	
HEMNES Estrutura de cama, velatura branca, Lurvy 90"200										
UN	9	199,00 €	1.456,10 €	334,90 €	1.791,00 €				IKEA	
SVÄRTA Estrutura beliche, pintado 97"208										
UN	12	25,00 €	243,90 €	56,10 €	300,00 €				IKEA	
KULLEN Cômida c/2 gavetas, branco - mesa cabeceira										
UN	2	339,15 €	551,46 €	126,84 €	678,30 €				IKEA	
KIVIK Soá 2 lugares, Hillared antracite										
<b>Sala Comum</b>										
UN	2	189,00 €	307,32 €	70,68 €	378,00 €				IKEA	
EKEDALEN Mesa extensível, branco										
UN	16	45,00 €	585,37 €	134,63 €	720,00 €				IKEA	
EKEDALENGadeira, branco, Orrsta cinz clr										
UN	1	925,65 €	752,66 €	173,09 €	925,65 €				IKEA	
KIVIK Soá canto, 6 lugs. c/chaise longue Orrsta, cinz clr										
UN	1	140,00 €	113,82 €	26,18 €	140,00 €				IKEA	
LINNMON / ALEX Mesa, preto-castanho, azul - secária escritória										
UN	1	45,00 €	36,59 €	8,41 €	45,00 €				IKEA	
RENBEGET Cadeira giratória, Bonstad preto - cadeira giratória										
<b>Exterior</b>										
UN	1	812,00 €	660,16 €	151,84 €	812,00 €				IKEA	
APPLARÖ Mesa+8 cadeiras reclináveis, velatura castanha, Frösön/Duvholmen bege										
<b>ESTANTARIA EBANCADAS</b>										795,00 €
UN	3	265,00 €	646,34 €	148,66 €	795,00 €				IKEA	
BROR Estante com armário										
<b>DECORAÇÃO</b>										2.976,73 €
UN	30	16,00 €	406,78 €	73,22 €	480,00 €				IKEA	
Quadros decorativos relacionados com natureza										
UN	9	99,00 €	755,08 €	135,92 €	891,00 €				FNAC	
Poster-XXL 150x200 com fotografia do tema do quarto										
UN	15	39,99 €	508,35 €	91,50 €	599,85 €				IKEA	
LISABRITT Cortinado c/bracadeiras, 1 par, azuis 300x140cm										
UN	1	89,00 €	75,42 €	13,58 €	89,00 €				IKEA	
ROSKILD Tapete, tecelagem plana, interior/exterior azul										
UN	21	15,00 €	266,95 €	48,05 €	315,00 €				IKEA	
TORSLEV Tapete, tecelagem plana, preto/branco 60"90										
UN	2	22,00 €	37,29 €	6,71 €	44,00 €				IKEA	
RÖGE Tapete de entrada, cinz, preto										
UN	12	29,99 €	304,98 €	54,90 €	359,88 €				IKEA	
KARMSUND Espelho de pé, preto										
UN	2	99,00 €	167,80 €	30,20 €	198,00 €				IKEA	
SONGE Espelho, pintado 130"91										
<b>ROUPAS, TOALHAS E COLCHARIA</b>										10.504,44 €
UN	4	279,00 €	907,32 €	208,68 €	1.116,00 €				IKEA	
MORGEDAL colchão de látex cama casal 140"200										
UN	22	199,00 €	3.559,35 €	818,65 €	4.378,00 €				IKEA	
MOSHULT Colchão de espuma, firme, branco 90"200										
UN	22	173,34 €	3.101,15 €	71,33 €	3.814,48 €				HOTELAR	
EDREDON 4 Stars TC150 190"250										
UN	4	23,92 €	77,79 €	17,89 €	95,68 €				HOTELAR	
EDREDON 4 Stars TC150 270x250										
UN	35	6,14 €	174,72 €	40,18 €	214,90 €				HOTELAR	
Almofada, com bolas silicizadas, lavável à máquina e anti-fungos 60"80										
UN	12	19,18 €	187,12 €	43,04 €	230,16 €				HOTELAR	
LENÇOL C/ROLINHO Cairo TC300 NESO 300"310										
UN	12	17,65 €	172,20 €	39,60 €	211,80 €				HOTELAR	
LENÇOL DE BAIXO SYROLINHO PONTO CORRIDO Cairo TC300 NESO 290"310										
UN	66	14,44 €	774,83 €	178,21 €	953,04 €				HOTELAR	
LENÇOL C/ROLINHO Cairo TC300 NESO 220"330										
UN	66	12,99 €	697,02 €	160,32 €	857,34 €				HOTELAR	
LENÇOL DE BAIXO SYROLINHO PONTO CORRIDO Cairo TC300 NESO 65"100										
UN	90	3,91 €	286,10 €	65,80 €	351,90 €				HOTELAR	
Fronha Cairo TC300 NESO 65"100										
UN	90	7,49 €	548,05 €	126,05 €	674,10 €				HOTELAR	
Lençol banho INTER 180"100										
UN	126	2,09 €	214,10 €	49,24 €	263,34 €				HOTELAR	
Toalha rosto INTER 100"50										
UN	36	3,25 €	95,12 €	21,88 €	117,00 €				HOTELAR	
Tapete banho INTER 50"70										
UN	30	19,99 €	487,56 €	112,14 €	599,70 €				IKEA	
JOHANNE Manta, preto,branco preto/cru 130"170										
UN	4	15,00 €	48,78 €	11,22 €	60,00 €				IKEA	
VAGMÅLLA Manta, cinz clr 120"160										
<b>DIVERSOS</b>										487,81 €
UN	1	26,81 €	21,80 €	5,01 €	26,81 €				https://alobjadextintor.pt/categoria-produto/pack-alojamento-local/	
Placa Identificativa Dos Estabelecimentos De Alojamento Local										
UN	20	3,40 €	57,63 €	10,37 €	68,00 €				https://alobjadextintor.pt/categoria-produto/pack-alojamento-local/	
Sinalética nas áreas comuns										
UN	100	1,50 €	127,12 €	22,88 €	150,00 €				ECA	
Informação e avisos em quartos										
UN	9	27,00 €	205,93 €	37,07 €	243,00 €				https://alobjadextintor.pt/categoria-produto/pack-alojamento-local/	
Extintor de pó químico de 6 kg para incêndios ABC.										
<b>TOTAL DO INVESTIMENTO</b>										340.055,77 €
										318.667,34 €
										21.388,44 €

	VALOR
Investimentos Amort. - 0%	69 650,00 €
Investimentos Amort. - 5%	139 300,00 €
Investimentos Amort. - 10%	46 972,61 €
Investimentos Amort. - 12,50%	18 985,50 €
Investimentos Amort. - 14,28%	23 338,58 €
Investimentos Amort. - 33%	20 400,65 €

	TOTAL
Investimento activos fixos tangíveis COM IVA	316 195,77 €
Investimento activos fixos intangíveis COM IVA	23 860,00 €
<b>Investimento TOTAL COM IVA</b>	<b>340 055,77 €</b>
Investimento activos fixos tangíveis SEM IVA	298 266,69 €
Investimento activos fixos intangíveis SEM IVA	20 400,65 €
<b>Investimento TOTAL SEM IVA</b>	<b>318 667,34 €</b>

	TOTAL S/IVA	IVA	Ativos sujeitos a IVA dedutível
	23 358,58 €	5 006,76 €	Equipamento básico
	18 985,50 €	4 273,43 €	Equipamentos Administrativos
	46 972,61 €	8 648,90 €	Outros AFT
	6 097,56 €	1 402,44 €	Programas de Computador
	<b>95 414,25 €</b>	<b>19 331,53 €</b>	
			<b>Taxa média ponderada IVA 20,26%</b>

# APÊNDICE III – INVESTIMENTO OBRAS

<b>CUSTO OBRAS</b>	
<b>Instalação elétrica, ITED, Segurança Contra Incêndios e CCTV</b>	
ANO 0	8 000,00 €
<b>Instalação Técnica Termoacumulador e rede de distribuição de águas</b>	
ANO 0	15 000,00 €
<b>Redes esgotos Wc</b>	
ANO 0 (250€/wc)	2 250,00 €
<b>Montagens Sanitárias (s/sanita)</b>	
ANO 0 (60€/sanita)	900,00 €
<b>Montagens Autocolismo</b>	
ANO 0 (50€/sanita)	750,00 €
<b>Montagens Móvel Lavatório (s/móvel)</b>	
ANO 0 (90€/wc)	810,00 €
<b>Montagem Resguardo Banheira (s/Banheira)</b>	
ANO 0 (75€/banheira)	150,00 €
<b>Montagem Resguardo Duche (s/Duche)</b>	
ANO 0 (70€/Duche)	840,00 €
<b>Demolições</b>	
ANO 0 (20€/m2)	360,00 €
<b>Remoção Entulhos</b>	
ANO 0 (1000€/contentor)	1 000,00 €
<b>Pladur</b>	
ANO 0 (24€/m2)	5 424,00 €
<b>Revestimento Parede Pladur</b>	
ANO 0 (19€/m2)	4 294,00 €
<b>Colocação Portas</b>	
ANO 0 (340€/5 portas + 70€/adicional)	2 090,00 €
<b>Pinturas</b>	
ANO 0 (7€/m2)	3 612,00 €
<b>Azulejo em Wc</b>	
ANO 0 (10€/m2) - aplicação	700,00 €
ANO 0 (7€/15cm*15cm) - custo do azulejo	3 173,33 €
<b>Montagem Cozinha Completa</b>	
ANO 0 Bancadas pedra mármore + armários st	600,00 €
<b>Diversos</b>	
ANO 0 Conjunto Barbecue Completo	900,00 €
	<b>50 853,33 €</b>

## Demolições e Construções

Cave Espaço aberto. / Necessidade WIH: Sala arrumos (32m2); Wc Comum (5 m2); Sala Bomba e Depósitos Água (15m2)  
R/C Não é necessário  
Piso 1 Tem 6 quartos (10m2) com 2 wc (5m2) / Necessidade WIH: 4 Duplos (15 m2) com 4 wc (6 m2)  
Piso 2 Aspaço abeto com uma wc (5 m2) / Necessidade WIH: 3 Dormitórios (20 m2); 2 Banheiros (15 m2)

## Wc's Azulejos

2 Banheiros = 30m2 + 4wc = 24 m2 + 2wc's = 16 m2 + 1wc = 5 m2 = Total = 75 m2  
Cálculo = 70m2 = Quadro paredes de 8,5 metros comprimento + 3 metros altura  
Áreas paredes = 102 m2 = 102000 cm2  
Área azulejo = 15 cm\*15 cm = 225 cm2  
Custo total = 102000/225\*7 = 3 173,33 €

# APÊNDICE IV – DEPRECIações E AMORTIZAÇÕES

AMORTIZAÇÕES - HOSTEL					
	Amortização/Depreciação (%)				
	2021	2022	2023	2021	2025
<b>CONSTITUIÇÃO EMPRESA</b>					
Processo Constituição Empresa	33,33%	119,99 €	119,99 €	119,99 €	119,99 €
Disponibilização de Capital Social	33,33%	1.666,50 €	1.666,50 €	1.666,50 €	1.666,50 €
<b>AQUISIÇÃO IMÓVEL</b>					
Aquisição imóvel	5,00%	6.965,00 €	6.965,00 €	6.965,00 €	6.965,00 €
Aquisição terreno (30%)	0,00%				
Imposto IMT	0,00%				
<b>PROJETO</b>					
Elaboração de projeto de Arquitetura incluindo assistência técnica à obra	33,33%	1.896,83 €	1.896,83 €	1.896,83 €	1.896,83 €
Elaboração de projetos de especialidades incluindo assistência técnica à obra	33,33%	1.083,90 €	1.083,90 €	1.083,90 €	1.083,90 €
<b>OBRAS</b>					
Orçamento construção civil	10%	4.309,60 €	4.309,60 €	4.309,60 €	4.309,60 €
Torneira de lavatório com temporizador ZENITE	10%	34,75 €	34,75 €	34,75 €	34,75 €
Santa POP ART	10%	96,33 €	96,33 €	96,33 €	96,33 €
Cabine de duche NEREA 75X75CM	10%	130,73 €	130,73 €	130,73 €	130,73 €
Banheira ARGOS	10%	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €
Móvel NEW IRIS OLIVA P46 60 c/ Lavatório	10%	65,85 €	65,85 €	65,85 €	65,85 €
<b>EQUIPAMENTOS DE CLIMATIZAÇÃO</b>					
<b>Exterior</b>					
Pack Painel Solar FotoVoltaico Policristalino 320W BYD Classe A (1,0 un)	12,50%	166,83 €	166,83 €	166,83 €	166,83 €
<b>Quartos hóspedes</b>					
Ar-condicionado ICELUX AMBER 9000BTU R32	12,50%	255,18 €	255,18 €	255,18 €	255,18 €
Sala Comum					
Ar-condicionado ICELUX AMBER 9000BTU R32	12,50%	255,18 €	255,18 €	255,18 €	255,18 €
<b>Exterior num anexo</b>					
Bomba de calor Alfa Excella de 16 kW	12,50%	699,70 €	699,70 €	699,70 €	699,70 €
Depósito de acumulação água 1000litros CORFLOW	12,50%	329,78 €	329,78 €	329,78 €	329,78 €
Depósito de acumulação água 500litros CORFLOW	12,50%	220,02 €	220,02 €	220,02 €	220,02 €
<b>ELECTRODOMÉSTICOS</b>					
<b>Quartos hóspedes</b>					
TV STREAM SYSTEM 24" BM2419 (Quatro + p/ alugar Secador de Cabelo) BECKEN Bshd 2381 (2200 W)	14,28%	27,83 €	27,83 €	27,83 €	27,83 €
Sala Comum					
TV LCD TV PHILIPS 58PUTS6203 (LED - 58" - 147 cm - 4K Ultra HD - Smart-TV)	14,28%	18,38 €	18,38 €	18,38 €	18,38 €
Micro-ondas CECOTEC ProClean 3010	14,28%	60,51 €	60,51 €	60,51 €	60,51 €
Máquina Café Automática Multi Bebidas PHILIPS EP2224/40	14,28%	6,04 €	6,04 €	6,04 €	6,04 €
Máquina Lavar Loica KUNFT KDW2743 (12 Conjuntos - 60 cm - Branco)	14,28%	42,28 €	42,28 €	42,28 €	42,28 €
Placa elétrica vitrocerâmica TERA TB6415	14,28%	27,83 €	27,83 €	27,83 €	27,83 €
Forno CANDY RCP502W	14,28%	20,77 €	20,77 €	20,77 €	20,77 €
Exaustor BECKEN BCHT2338 IX	14,28%	18,63 €	18,63 €	18,63 €	18,63 €
Torradeira FLAMA 958FL (900 W)	14,28%	9,68 €	9,68 €	9,68 €	9,68 €
Frigorífico Combinado SAMSUNG RB31FWRNDSA	14,28%	6,77 €	6,77 €	6,77 €	6,77 €
Cave					
Tábua de Passar a Ferro VILEDA Park & Go (120x38 cm)	14,28%	66,56 €	66,56 €	66,56 €	66,56 €
Ferro Engomar TAURIUS Geyser Eco 3000	14,28%	7,86 €	7,86 €	7,86 €	7,86 €
Estregona Estregona + Balde VILEDA Sistema Espreme Fácil com Pedal Turbo	14,28%	7,26 €	7,26 €	7,26 €	7,26 €
Vassoura VILEDA Anti Choque 3 em 1	14,28%	6,05 €	6,05 €	6,05 €	6,05 €
Máquina de lavar e Secar Roupa 5kg HOTPOINT Naisi RDSG 86207 S (6/8 kg - 1200 rpm - Branco)	14,28%	0,58 €	0,58 €	0,58 €	0,58 €
Aspirador sem Saco HOOVER LA71 LA10 A2 (A - 78 dB)	14,28%	225,09 €	225,09 €	225,09 €	225,09 €
<b>OUTROS EQUIPAMENTOS</b>					
Sala Comum					
Kit Vigilância CONCEPTRONIC CCTV AHD C4HCCTVKITD	12,50%	14,42 €	14,42 €	14,42 €	14,42 €
<b>Dormitórios</b>					
Móvel c/ Cofres Individuais Cofre BTY Mod Ball 115 (Nível Segurança: Standard)	14,28%	46,50 €	46,50 €	46,50 €	46,50 €
<b>Iluminação</b>					
Lâmpada LED standard 5,5W E27 470LM 3000K LEXMAN	14,28%	5,03 €	5,03 €	5,03 €	5,03 €
Candeiro de pé cromado E27 60W Basic INSPIRE	14,28%	3,26 €	3,26 €	3,26 €	3,26 €
Candeiro teto: SUSPENSÃO DE METAL BRANCO E27 25W KIRAM	14,28%	13,06 €	13,06 €	13,06 €	13,06 €
ÁRSTID Candeiro de parede, niquelado, branco	14,28%	27,85 €	27,85 €	27,85 €	27,85 €
NAVILINJE Projektor LED de parede/molha, branco	14,28%	31,35 €	31,35 €	31,35 €	31,35 €

UTILIZÁRIOS DE COZINHA		11,61 €	11,61 €	11,61 €	11,61 €	11,61 €
<b>UTILIZÁRIOS DE COZINHA</b>						
14,28%	Conjunto de utensílios de cozinha PREÇO EM MÉDIA €4 POR UNIDADE	11,61 €	11,61 €	11,61 €	11,61 €	11,61 €
14,28%	Serviço Talheres Faqueiro, 56 peças, aço inoxidável	5,80 €	5,80 €	5,80 €	5,80 €	5,80 €
14,28%	Serviço copos GODIG 6 UN*€4 Copo, vidro transparente	2,79 €	2,79 €	2,79 €	2,79 €	2,79 €
14,28%	Serviço pratos PLITIGHEIT Serviço 18 pcs, branco	4,64 €	4,64 €	4,64 €	4,64 €	4,64 €
14,28%	Trem de cozinha SNTSIG Trem de cozinha 4 peças, aço inoxidável	8,13 €	8,13 €	8,13 €	8,13 €	8,13 €
14,28%	Tábua de cozinha LÁMPLIC Tábua de cortar bambu	2,32 €	2,32 €	2,32 €	2,32 €	2,32 €
14,28%	Conjunto de individuais M&RT Individual, bege €1,25	1,45 €	1,45 €	1,45 €	1,45 €	1,45 €
<b>HARDWARE E SOFTWARE</b>						
12,50%	Sistema Wi-Fi, zonas comuns, e quartos. Repetidor de Sinal TP-LINK RE590T	20,86 €	20,86 €	20,86 €	20,86 €	20,86 €
12,50%	Impressora Multifunções EPSON Eco Tank ET-4700 - C11CG85402 (WiFi, impressão móvel, jato de Tinta)	32,71 €	32,71 €	32,71 €	32,71 €	32,71 €
12,50%	Portátil ASUS X507UA - P4AHD0CB1 (15.6" - Intel Pentium 4417U - RAM: 4 GB - 1 TB HDD - Intel HD 610)	88,47 €	88,47 €	88,47 €	88,47 €	88,47 €
12,50%	UPS Aps Back-Ups Rs-1500Va 230V	45,68 €	45,68 €	45,68 €	45,68 €	45,68 €
12,50%	Router Wi-Fi ASUS RT-AC87U (AC2400 - 600 + 1734 Mbps)	30,95 €	30,95 €	30,95 €	30,95 €	30,95 €
12,50%	TP-Link CPE 510 Ponto de Acesso para Exterior WiFi 300 Mbp	30,99 €	30,99 €	30,99 €	30,99 €	30,99 €
12,50%	Servidor-HP ProLiant ML10 Gen9 E3-1225 v5 8 GB-R 2 TB	55,39 €	55,39 €	55,39 €	55,39 €	55,39 €
12,50%	BAcNet Gateway - GEN 2 da LG para controlo de unidades split.	127,03 €	127,03 €	127,03 €	127,03 €	127,03 €
33,33%	Instalação e configuração software (NewHotel)	2.032,32 €	2.032,32 €	2.032,32 €	2.032,32 €	2.032,32 €
<b>MOBILIÁRIO</b>						
<b>Quartos hóspedes</b>						
14,28%	MALM Estr. cama alta c/2 cx armazém, branco, Lönset 176*209	115,63 €	115,63 €	115,63 €	115,63 €	115,63 €
14,28%	HEMNES Estrutura de cama, velatura branca, Lurby 90*200	92,41 €	92,41 €	92,41 €	92,41 €	92,41 €
14,28%	SVÄRTA Estrutura beliche, prateado 97*208	207,93 €	207,93 €	207,93 €	207,93 €	207,93 €
14,28%	KULLEN Cómida c/2 gavetas, branco - mesa cabeceira	34,83 €	34,83 €	34,83 €	34,83 €	34,83 €
14,28%	KVIK Sofá 2 lugares, Hillared antracite	78,75 €	78,75 €	78,75 €	78,75 €	78,75 €
<b>Sala Comum</b>						
14,28%	EKEDALEN Mesa extensível, branco	43,88 €	43,88 €	43,88 €	43,88 €	43,88 €
14,28%	EKEDALEN Cadeira, branco, Orrsta cinz d/r	83,59 €	83,59 €	83,59 €	83,59 €	83,59 €
14,28%	KVIK Sofá canto, 6 lugs. c/chaise longue Orrsta, cinz d/r	107,47 €	107,47 €	107,47 €	107,47 €	107,47 €
14,28%	LINNMÖN / ALEX Mesa, preto-castanho, azul - secretária escritório	16,25 €	16,25 €	16,25 €	16,25 €	16,25 €
14,28%	RENDERGGET Cadeira giratória, Bomstad preto - cadeira giratória	5,22 €	5,22 €	5,22 €	5,22 €	5,22 €
<b>Exterior</b>						
14,28%	APPLARÖ Mesa+8 cadeiras reclináveis, velatura castanha, Frösön/Duvholmholmen bege	94,27 €	94,27 €	94,27 €	94,27 €	94,27 €
<b>ESTANFARIA E BANCADAS</b>						
14,28%	BROR Estante com armário	92,30 €	92,30 €	92,30 €	92,30 €	92,30 €
<b>DECORAÇÃO</b>						
14,28%	Quadros decorativos relacionados com natureza	58,09 €	58,09 €	58,09 €	58,09 €	58,09 €
14,28%	Poster XXI 150x200 com fotografia do tema do quarto	107,83 €	107,83 €	107,83 €	107,83 €	107,83 €
14,28%	LISABRIIT Cortinado c/bracadeiras, 1 par, azuls 300x140cm	72,59 €	72,59 €	72,59 €	72,59 €	72,59 €
14,28%	ROSKILDE Tapete, tecelagem plana, interior/exterior azul esverdeado 250*200	10,77 €	10,77 €	10,77 €	10,77 €	10,77 €
14,28%	TÖRSLEV Tapete, tecelagem plana, preto/branco 60*90	38,12 €	38,12 €	38,12 €	38,12 €	38,12 €
14,28%	KOGE Tapete de entrada, cinz, preto	5,32 €	5,32 €	5,32 €	5,32 €	5,32 €
14,28%	KARMSUND Espelho de pé, preto	43,55 €	43,55 €	43,55 €	43,55 €	43,55 €
14,28%	SONGE Espelho, prateado 130*91	23,96 €	23,96 €	23,96 €	23,96 €	23,96 €
<b>ROUPAS, TOALHAS E COLCHARIA</b>						
<b>Quartos hóspedes</b>						
14,28%	MORGEDAL colchão de látex cama casal 140*200	129,56 €	129,56 €	129,56 €	129,56 €	129,56 €
14,28%	MOSHULT Colchão de espuma, firme, branco 90*200	508,28 €	508,28 €	508,28 €	508,28 €	508,28 €
14,28%	EDREDON 4 Stars TC150 190*250	44,29 €	44,29 €	44,29 €	44,29 €	44,29 €
14,28%	EDREDON 4 Stars TC150 270x250	11,11 €	11,11 €	11,11 €	11,11 €	11,11 €
14,28%	Almofada, com bolas siliconizadas, lavável à máquina e anti-fungos 60*80	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €
14,28%	LENQOL C/ROLINHO Cairo, TC300 NES0 300*310	26,72 €	26,72 €	26,72 €	26,72 €	26,72 €
14,28%	LENQOL DE BAIKO S/ROLINHO PONTO CORRIDO Cairo TC300 NES0 290*310	24,59 €	24,59 €	24,59 €	24,59 €	24,59 €
14,28%	LENQOL C/ROLINHO Cairo TC300 NES0 220*330	110,65 €	110,65 €	110,65 €	110,65 €	110,65 €
14,28%	LENQOL DE BAIKO S/ROLINHO PONTO CORRIDO Cairo TC300 NES0 210*310	99,54 €	99,54 €	99,54 €	99,54 €	99,54 €
14,28%	Fronha Cairo TC300 NES0 65*100	40,85 €	40,85 €	40,85 €	40,85 €	40,85 €
14,28%	Lençol banho INTER 180*100	78,26 €	78,26 €	78,26 €	78,26 €	78,26 €
14,28%	Toalha rosto INTER 100*50	30,57 €	30,57 €	30,57 €	30,57 €	30,57 €
14,28%	Tapete banho INTER 50*70	13,58 €	13,58 €	13,58 €	13,58 €	13,58 €
14,28%	JOHANNE Manta, preto/branco preto/cru 130*170	69,62 €	69,62 €	69,62 €	69,62 €	69,62 €
14,28%	VAGMÅLLA Manta, cinz d/r 120*160	6,97 €	6,97 €	6,97 €	6,97 €	6,97 €
<b>DIVERSOS</b>						
14,28%	Placa Identificativa Dos Estabelecimentos De Alojamento Local	3,11 €	3,11 €	3,11 €	3,11 €	3,11 €
14,28%	Sinalética nas áreas comuns	8,23 €	8,23 €	8,23 €	8,23 €	8,23 €
14,28%	Informação e avisos em quartos	18,15 €	18,15 €	18,15 €	18,15 €	18,15 €
14,28%	Extintor de pó químico de 6 kg para incêndios ABC.	29,41 €	29,41 €	29,41 €	29,41 €	29,41 €
<b>TOTAL DO INVESTIMENTO</b>		<b>24.170,59 €</b>	<b>24.170,59 €</b>	<b>24.170,59 €</b>	<b>24.170,59 €</b>	<b>24.170,59 €</b>

<https://www.pwc.pt/pt/pwcinforfisco/guia-fiscal/2019/irc.html#depreciacao>

Apesar das taxas de depreciação não estarem conforme o referido no site, as mesmas estão pensadas de forma a simplificar com as rubricas disponíveis no mapa de investimento

Taxa	Duração (anos)
5,00%	20
12,50%	8
14,28%	7
20,00%	5
25,00%	4
33,33%	3

	VALOR
Investimentos Amort. - 0%	0,00 €
Investimentos Amort. - 5%	6 965,00 €
Investimentos Amort. - 10%	4 697,26 €
Investimentos Amort. - 12,50%	2 373,19 €
Investimentos Amort. - 14,28%	3 335,61 €
Investimentos Amort. - 33%	6 799,54 €

## APÊNDICE V – DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Vendas e serviços prestados		289 806	296 553	303 460	314 584	326 123
Subsídios à Exploração						
Ganhos/perdas imputados de subsidiárias, associadas e empreendimentos conjuntos						
Variação nos inventários da produção						
Trabalhos para a própria entidade						
CMVMC		16 165	16 571	16 987	17 671	18 383
Fornecimento e serviços externos		47 224	48 750	47 391	47 879	48 334
Gastos com o pessoal		80 813	81 193	81 575	81 958	82 344
Imparidade de inventários (perdas/reversões)						
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)		6 317	6 463	6 613	6 853	7 102
Provisões (aumentos/reduções)						
Imparidade de investimentos não depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)						
Aumentos/reduções de justo valor						
Outros rendimentos e ganhos						
Outros gastos e perdas		597	597	597	597	597
<b>EBITDA (Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos)</b>		<b>138 690</b>	<b>142 980</b>	<b>150 299</b>	<b>159 625</b>	<b>169 362</b>
Gastos/reversões de depreciação e amortização		22 886	22 886	22 886	20 854	20 854
Imparidade de activos depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)						
<b>EBIT (Resultado Operacional)</b>		<b>115 803</b>	<b>120 094</b>	<b>127 413</b>	<b>138 772</b>	<b>148 509</b>
Juros e rendimentos similares obtidos	19	205	357	505	665	835
Juros e gastos similares suportados		4 958	4 958	4 958	4 545	4 131
<b>RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS</b>	<b>19</b>	<b>111 051</b>	<b>115 493</b>	<b>122 960</b>	<b>134 892</b>	<b>145 212</b>
Imposto sobre o rendimento do período	3	19 212	19 980	21 272	23 336	25 122
<b>RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO</b>	<b>15</b>	<b>91 839</b>	<b>95 513</b>	<b>101 688</b>	<b>111 555</b>	<b>120 090</b>

## APÊNDICE VI – MAPA DOS CASH FLOWS OPERACIONAIS

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Meios Libertos do Projecto</b>						
Resultados Operacionais (EBIT) x (1-IRC)		95 769	99 318	105 370	114 764	122 817
Depreciações e amortizações		22 886	22 886	22 886	20 854	20 854
Provisões do exercício						
		<b>118 656</b>	<b>122 204</b>	<b>128 256</b>	<b>135 618</b>	<b>143 670</b>
<b>Investim./Desinvest. em Fundo Maneio</b>						
Fundo de Maneio	-5 833	15 425	227	76	251	257
<b>CASH FLOW de Exploração</b>	<b>-5 833</b>	<b>134 080</b>	<b>122 431</b>	<b>128 333</b>	<b>135 869</b>	<b>143 927</b>
<b>Investim./Desinvest. em Capital Fixo</b>						
Capital Fixo	-318 667					
<b>Free cash-flow</b>	<b>-324 500</b>	<b>134 080</b>	<b>122 431</b>	<b>128 333</b>	<b>135 869</b>	<b>143 927</b>
<b>CASH FLOW acumulado</b>	<b>-324 500</b>	<b>-190 420</b>	<b>-67 989</b>	<b>60 344</b>	<b>196 213</b>	<b>340 140</b>

## APÊNDICE VII – PLANO DE FINANCIAMENTO

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>ORIGENS DE FUNDOS</b>						
Meios Libertos Brutos		145 006	149 443	156 911	166 478	176 465
Capital Social (entrada de fundos)	153 001					
Outros instrumentos de capital	83 684					
Empréstimos Obtidos	103 370					
Desinvest. em Capital Fixo						
Desinvest. em FMN		15 425	227	76	251	257
Proveitos Financeiros	19	205	357	505	665	835
<b>Total das Origens</b>	<b>340 074</b>	<b>160 637</b>	<b>150 027</b>	<b>157 493</b>	<b>167 394</b>	<b>177 556</b>
<b>APLICAÇÕES DE FUNDOS</b>						
Inv. Capital Fixo	318 667					
Inv Fundo de Maneio	5 833					
Imposto sobre os Lucros		3	19 212	19 980	21 272	23 336
Pagamento de Dividendos						
Reembolso de Empréstimos				8 614	8 614	8 614
Encargos Financeiros		4 958	4 958	4 958	4 545	4 131
<b>Total das Aplicações</b>	<b>324 500</b>	<b>4 961</b>	<b>24 170</b>	<b>33 552</b>	<b>34 431</b>	<b>36 082</b>
<b>Saldo de Tesouraria Anual</b>	<b>15 574</b>	<b>155 676</b>	<b>125 857</b>	<b>123 941</b>	<b>132 963</b>	<b>141 474</b>
<b>Saldo de Tesouraria Acumulado</b>	<b>15 574</b>	<b>171 250</b>	<b>297 107</b>	<b>421 048</b>	<b>554 011</b>	<b>695 485</b>
<b>Aplicações / Empréstimo Curto Prazo</b>	<b>15 574</b>	<b>171 250</b>	<b>297 107</b>	<b>421 048</b>	<b>554 011</b>	<b>695 485</b>

## APÊNDICE VIII – BALANÇO

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>ACTIVO</b>						
<b>Activo Não Corrente</b>	<b>318 667</b>	<b>295 781</b>	<b>272 895</b>	<b>250 009</b>	<b>229 156</b>	<b>208 302</b>
Activos fixos tangíveis	298 267	277 413	256 560	235 706	214 852	193 999
Propriedades de investimento						
Activos Intangíveis	20 401	18 368	16 336	14 303	14 303	14 303
Investimentos financeiros						
<b>Activo corrente</b>	<b>21 407</b>	<b>167 280</b>	<b>286 708</b>	<b>404 071</b>	<b>530 238</b>	<b>664 670</b>
Inventários		1 347	1 381	1 416	1 473	1 532
Clientes		-6 317	-12 780	-19 392	-26 245	-33 348
Estado e Outros Entes Públicos	4 833					
Accionistas/sócios						
Outras contas a receber						
Diferimentos						
Caixa e depósitos bancários	16 574	172 250	298 107	422 048	555 011	696 485
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>340 074</b>	<b>463 061</b>	<b>559 603</b>	<b>654 080</b>	<b>759 394</b>	<b>872 972</b>
<b>CAPITAL PRÓPRIO</b>						
Capital realizado	153 001	153 001	153 001	153 001	153 001	153 001
Acções (quotas próprias)						
Outros instrumentos de capital próprio						
Reservas		15	91 855	187 367	289 055	400 611
Excedentes de rev alorização						
Outras variações no capital próprio	83 684	83 684	83 684	83 684	83 684	83 684
Resultado líquido do período	15	91 839	95 513	101 688	111 555	120 090
<b>TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO</b>	<b>236 701</b>	<b>328 540</b>	<b>424 053</b>	<b>525 741</b>	<b>637 296</b>	<b>757 387</b>
<b>PASSIVO</b>						
<b>Passivo não corrente</b>	<b>103 370</b>	<b>103 370</b>	<b>103 370</b>	<b>94 756</b>	<b>86 142</b>	<b>77 528</b>
Provisões						
Financiamentos obtidos	103 370	103 370	103 370	94 756	86 142	77 528
Outras Contas a pagar						
<b>Passivo corrente</b>	<b>3</b>	<b>31 151</b>	<b>32 180</b>	<b>33 583</b>	<b>35 956</b>	<b>38 057</b>
Fornecedores		6 093	6 278	6 181	6 290	6 398
Estado e Outros Entes Públicos	3	25 058	25 902	27 402	29 666	31 659
Accionistas/sócios						
Financiamentos Obtidos						
Outras contas a pagar						
<b>TOTAL PASSIVO</b>	<b>103 374</b>	<b>134 521</b>	<b>135 551</b>	<b>128 339</b>	<b>122 098</b>	<b>115 585</b>
<b>TOTAL PASSIVO + CAPITAIS PRÓPRIOS</b>	<b>340 074</b>	<b>463 061</b>	<b>559 603</b>	<b>654 080</b>	<b>759 394</b>	<b>872 972</b>

## APÊNDICE IX – INDICADORES ECONÓMICOS

INDICADORES ECONÓMICOS	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Taxa de Crescimento do Negócio		#DIV/0!	2%	2%	4%	4%
Rentabilidade Líquida sobre as vendas	#DIV/0!	32%	32%	34%	35%	37%
INDICADORES ECONÓMICOS - FINANCEIROS	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Return On Investment (ROI)	0%	20%	17%	16%	15%	14%
Rendibilidade do Activo	0%	25%	21%	19%	18%	17%
Rotação do Activo	0%	63%	53%	46%	41%	37%
Rendibilidade dos Capitais Próprios (ROE)	0%	28%	23%	19%	18%	16%
INDICADORES FINANCEIROS	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Autonomia Financeira	70%	71%	76%	80%	84%	87%
Solvabilidade Total	329%	344%	413%	510%	622%	755%
Cobertura dos encargos financeiros	#DIV/0!	2336%	2422%	2570%	3054%	3595%
INDICADORES DE LIQUIDEZ	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Liquidez Corrente	6 621,01	5,37	8,91	12,03	14,75	17,47
Liquidez Reduzida	6 621,01	5,33	8,87	11,99	14,71	17,42
INDICADORES DE RISCO NEGÓCIO	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Margem Bruta	0	226 416	231 233	239 083	249 033	259 405
Grau de Alavanca Operacional	#DIV/0!	196%	193%	188%	179%	175%
Grau de Alavanca Financeira	0%	104%	104%	104%	103%	102%

# ANEXOS

## ANEXO I – INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO



### Questionário Perfil do Turista

Este questionário tem como principal intuito avaliar o perfil do turista em causa para o Projeto de um Investimento Hoteleiro que me encontro a elaborar para a minha Tese de Mestrado em Gestão Hoteleira, na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.

Toda a informação será tratada de forma anónima e confidencial.

Muito obrigada pela sua atenção, disponibilidade e ajuda neste questionário de investigação.

**\*Obrigatório**

#### 1. Indique o seu género \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Feminino  
 Masculino

#### 2. Indique a sua faixa etária \*

*Marcar apenas uma oval.*

- <24  
 25 - 35  
 36 - 45  
 46 - 55  
 56 - 60  
 > 60

#### 3. Indique o seu estado civil \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Casado  
 União de facto  
 Solteiro  
 Separado  
 Viuvo

#### 4. Indique o seu local de residência \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Norte  
 Centro  
 Lisboa  
 Alentejo  
 Algarve  
 RAM  
 RAA  
 Estrangeiro

5. Com que frequência costuma fazer férias? \*

Marcar apenas uma oval.

- Nunca
- 1 vez por ano
- 2 vezes por ano
- 3 vezes por ano
- Mais do que 4 vezes por ano

6. Na sua maioria, onde costuma fazer férias? \*

Marcar apenas uma oval.

- Norte
- Centro
- Lisboa
- Alentejo
- Algarve
- RAM
- RAA
- Estrangeiro

7. Qual o tipo de turismo que costuma praticar? (Escolha até 3 opções) \*

Marque todas que se aplicam.

- Sol & Mar
- Golfe
- Cruzeiros
- Turismo Residencial
- Gastronomia & Vinhos
- Touring Cultural
- Turismo de Saúde e Bem-estar
- Turismo de Negócios
- Turismo de Natureza
- Turismo de Desporto
- Outro: \_\_\_\_\_

8. Na sua maioria, qual o motivo que o leva a fazer férias? \*

Marcar apenas uma oval.

- Religião
- Visita a familiares ou amigos
- Saúde, Bem Estar e Repouso
- Profissional ou Negócios
- Lazer e Recreio
- Outro: \_\_\_\_\_

9. Indique a modalidade de alojamento onde costuma ficar hospedado? \*

Marcar apenas uma oval.

- Hotel
- Aparthotel
- Hostel
- Parque Campismo
- Autocaravanismo
- Pousada
- Casa arrendada
- Casa familiares ou amigos

10. Na sua opinião, quais os indicadores mais importantes para uma boa estadia? (Escolha até 3 opções) \*

Marque todas que se aplicam.

- Conforto
- Higiene
- Design
- Gastronomia & Vinhos
- Atividades e Animação
- Infra-Estruturas
- Facilidades de acesso
- Serviço de atendimento
- Preço
- Proximidade do centro turístico
- Outro: \_\_\_\_\_

11. Qual o canal de distribuição onde costuma efetuar as suas reservas? \*

Marcar apenas uma oval.

- Não reservo
- Compra de pacotes
- Agência de Viagens
- Canal direto com o estabelecimento
- OTA's (Booking, Airbnb, Hosterworld, etc)

12. Já esteve hospedado num hostel? \*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

13. Caso já tenha ficado hospedado num hostel, ou gostasse de ficar hospedado, quais os motivos que o levou/ levaria a escolher um hostel? (Escolha até 2 opções) \*

Marque todas que se aplicam.

- Acolhimento
- Atividades e Animação
- Interação Social
- Preço
- Outro: \_\_\_\_\_

14. Na sua opinião, qual o indicador mais importante para promover um hostel? (Escolha até 2 opções) \*

Marque todas que se aplicam.

- Um bom Website do Hostel
- Promoção em sites de Turismo
- Comunicação em imprensa (jornais, revistas, etc.)
- Constar numa Agência de Viagens
- Constar numa Operadora (Booking, Airbnb, Hostelwords, etc.)
- Participação em eventos/ feiras

15. Caso tenha estado hospedado num hostel, voltaria a repetir a experiência?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez

16. Caso não tenha estado hospedado num hostel, gostaria de experimentar?

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Talvez

17. Alguma vez fez férias nos Açores? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

18. Caso já tenha feito férias nos Açores, ou gostasse de ir, que tipo de turismo mais aprecia no destino? (Escolha até 2 opções) \*

*Marque todas que se aplicam.*

- Touring Cultural e Paisagístico e Natureza  
 Atividades e Animação  
 Turismo de Saúde, Repouso, Bem-estar  
 Praias  
 Turismo Náutico  
 Turismo de Desporto  
 Golfe  
 Vida Noturna

19. Caso tenha estado nos Açores de férias, gostaria de voltar a repetir a experiência?

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Talvez

20. Caso não tenha estado nos Açores de férias, gostaria de experimentar?

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Talvez

**Muito Obrigada!**

## ANEXO II – FINANCIAMENTO NOVO BANCO

# NOVO BANCO<sup>1</sup>

### SIMULAÇÃO DE CRÉDITO A EMPRESAS

**Ciente:** Wonder Island Hostel **Data Simulação:** 08/11/2019  
**Conta DO:** **NIF:**  
**Tipo de Crédito:** Financiamento Médio/ Longo Prazo

#### DADOS GERAIS DO EMPRÉSTIMO

<b>Montante Global do Empréstimo (MGE):</b>	103.370,00	<b>Moeda:</b>	EUR
<b>Montante Pretendido:</b>	103.370,00	<b>ISUC Financiado:</b>	Não
<b>ISUC:</b>	620,22	<b>Prazo:</b>	12 Anos
<b>Data Início:</b>	01-03-2020		
<b>Data de Vencimento:</b>	01-03-2032		

#### UTILIZAÇÕES

<b>Tipo de Utilizações:</b>	Única	<b>Data da 1ª Utilização:</b>	01-03-2020
-----------------------------	-------	-------------------------------	------------

#### CARÊNCIA

<b>Carência Capital:</b>	24 Meses
<b>Data da 1ª Prestação de Juros:</b>	01-04-2020

#### REEMBOLSOS

<b>Tipo de Reembolsos:</b>	Prestação Constante de Capital + Juros + Impostos	<b>Data do 1º Reembolso:</b>	01-04-2022
<b>Periodicidade dos Reembolsos:</b>	Mensal	<b>Data do Últ. Reembolso:</b>	01-03-2032
		<b>Prazo:</b>	10 Anos

#### JUROS

<b>Taxa de Juro:</b>	Variável		
<b>Indexante:</b>	Euribor 1 Mês	<b>Revisão Indexante:</b>	Rev. Cálculo de Juros
<b>Margem Multiplicativa:</b>	1,00		
<b>Spread:</b>	5,000%	<b>Fixação Final do Período:</b>	Não

1/13

NOVO BANCO, S.A., com sede na Av. da Liberdade n.º 195, em Lisboa, como o número único 513 204 016 de pessoa coletiva e de registo na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa, com o capital social de 4.900.000.000,00 Euros

## SIMULAÇÃO DE CRÉDITO A EMPRESAS

<b>Ciente:</b> Wonder Island Hostel		<b>Data Simulação:</b>	08/11/2019
<b>Base de Cálculo de Juros:</b>	Act/360	<b>Cálculo de Juros Ajustado:</b>	Não
<b>Cobrança de Juros:</b>	Sem Ajustamento	<b>Ajustado Data de Vencimento:</b>	Não
<b>Data da 1ª Prestação de Juros:</b>	01-03-2020	<b>Taxa da 1ª Prestação de Juros:</b>	4,777%
<b>TAE:</b> 3)	5,171%	<b>TAN:</b> 4)	4,777%

### JUROS NA CARÊNCIA

<b>Tipo Cálculo de Juros :</b>	Juro Simples	<b>Frequência Cálculo de Juros:</b>	Mensal
<b>Frequência Pagamento de Juros :</b>	Conforme Plano de Cálculo		

### JUROS NO REEMBOLSO

<b>Tipo Cálculo de Juros :</b>	Juro Simples	<b>Frequência Cálculo de Juros:</b>	Mensal
<b>Frequência Pagamento de Juros :</b>	Conforme Plano de Cálculo		

1. O presente documento não constitui uma oferta juridicamente vinculativa. Os dados quantificados são fornecidos de boa fé e constituem uma descrição da oferta que o mutuante estaria em condições de propor em função das condições de mercado actuais e disponíveis e com base nas informações apresentadas. É conveniente notar, no entanto, que estes dados podem registar flutuações em função de alterações de mercado.

2. As datas apresentadas são meramente indicativas. O crédito terá início apenas após a assinatura do contrato pelo Cliente e pelo Banco.

3. O cálculo da TAE (Taxa Anual Efectiva) é efectuado de acordo com o Decreto-Lei 220/94 e o Decreto-Lei 51/2007, não levando em consideração prémios de seguros eventualmente associados ao crédito ou outras comissões devidas que não a comissão de montagem e de gestão indicadas nesta simulação.

4. A TAN (Taxa Anual Nominal) é calculada com base no valor previsto para a taxa de juro aplicável ao primeiro período de cálculo de juros.

5. O valor da Taxa de Juro (Indexante) a aplicar resulta da média aritmética simples das cotações diárias da Taxa de Juro do mês anterior ao período de contagem de juros, arredondada à milésima, de acordo com o Decreto-Lei 171/2007.

2/13

NOVO BANCO, S.A., com sede na Av. da Liberdade n.º 195, em Lisboa, como o número único 513 204 016 de pessoa coletiva e de registo na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa, com o capital social de 4.900.000.000,00 Euros

## SIMULAÇÃO DE CRÉDITO A EMPRESAS

**Ciente:** Wonder Island Hostel

**Data Simulação:**

08/11/2019

6. O Imposto do Selo (I.S.) e Imposto do Selo sobre Utilização de Crédito (ISUC) apresentados são aplicados à taxa legal em vigor à data do seu pagamento.

7. Salvo aprovação contrária por parte do Banco, a esta operação, se efectivada, será aplicável o comissionamento constante do preço do Banco, em vigor a cada momento.

8. Aos valores de comissões apresentados acresce Imposto do Selo.

## ANEXO III – TABELA RETENÇÃO NA FONTE NA RAA

### Tabelas de retenção na fonte para a Região Autónoma dos Açores — 2019

#### Tabela I — Trabalho dependente

##### Não casado

Remuneração Mensal Euros	Número de dependentes					
	0	1	2	3	4	5 ou mais
Até 654,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 683,00	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 715,00	4,4%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 736,00	5,2%	2,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 811,00	5,8%	3,4%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 919,00	7,3%	4,9%	2,6%	0,1%	0,0%	0,0%
Até 1.001,00	8,2%	5,8%	4,1%	1,1%	0,0%	0,0%
Até 1.061,00	9,2%	6,7%	4,9%	2,6%	0,0%	0,0%
Até 1.139,00	10,0%	8,1%	6,3%	3,8%	2,1%	0,3%
Até 1.221,00	10,7%	8,9%	7,1%	4,6%	2,8%	1,0%
Até 1.317,00	11,4%	9,8%	7,9%	5,3%	3,6%	1,8%
Até 1.419,00	12,1%	10,5%	8,7%	6,1%	4,9%	3,1%
Até 1.557,00	12,9%	11,1%	9,4%	7,6%	5,7%	3,8%
Até 1.705,00	14,0%	12,2%	11,1%	8,7%	6,8%	4,9%
Até 1.864,00	15,2%	13,8%	13,1%	11,0%	9,6%	8,9%
Até 1.971,00	15,9%	14,7%	13,8%	11,7%	11,0%	9,6%
Até 2.083,00	17,2%	16,0%	15,2%	12,8%	12,1%	10,7%
Até 2.211,00	18,0%	16,8%	16,0%	13,7%	12,9%	11,4%
Até 2.359,00	18,7%	17,6%	16,8%	14,6%	13,8%	12,1%
Até 2.527,00	19,5%	19,0%	17,6%	16,1%	14,6%	13,8%
Até 2.758,00	20,3%	19,7%	18,3%	16,9%	15,3%	14,6%
Até 3.094,00	22,0%	21,4%	19,8%	18,3%	16,8%	16,0%
Até 3.523,00	23,2%	23,0%	21,7%	20,5%	20,0%	18,7%
Até 4.105,00	24,2%	24,0%	22,5%	21,2%	20,8%	20,3%
Até 4.636,00	25,6%	25,2%	23,9%	22,4%	21,9%	21,5%
Até 5.178,00	26,4%	26,0%	25,5%	23,4%	22,7%	22,3%
Até 5.862,00	27,1%	26,7%	26,3%	24,2%	23,8%	23,0%
Até 6.706,00	29,2%	28,9%	28,2%	26,7%	26,4%	26,1%
Até 7.915,00	30,0%	29,7%	29,4%	28,3%	27,2%	26,9%
Até 9.531,00	31,6%	31,3%	31,0%	29,9%	29,6%	28,5%
Até 11.248,00	32,4%	32,1%	31,8%	31,0%	30,4%	29,3%
Até 18.797,00	33,2%	32,9%	32,6%	31,8%	31,5%	30,1%
Até 20.160,00	34,0%	33,7%	33,4%	32,6%	32,3%	30,9%
Até 22.680,00	34,6%	34,5%	34,2%	33,4%	33,1%	31,8%
Até 25.200,00	35,4%	35,3%	35,0%	34,2%	33,9%	32,8%
Superior a 25.200,00	36,2%	36,1%	35,8%	35,0%	34,7%	33,6%

# ANEXO IV – TARIFÁRIO TPA NOVO BANCO



Entrada em vigor: 09-outubro-2019

## 9. CONTAS DE DEPÓSITO (OUTROS CLIENTES)

(ÍNDICE)

### 9.1. Depósitos à ordem

	Comissões		Acresce imposto	Outras condições
	Euros (mín/máx)	Valor anual		
<b>Contas NB Negócios (empresas e ENI's)</b>				<b>Nota (1)</b>
Conta DO com o serviço de gestão automática de tesouraria. Montante mínimo de abertura: 250€				
<b>1. Comissão de manutenção de conta</b>				
1.1. Conta NB Negócios DO Integrada na Solução NB Negócios	Isenta	Isenta	Imp. selo (4%)	Isenção da comissão de manutenção de conta nos 3 primeiros meses após abertura da conta
1.2. Conta NB Negócios+ DO Integrada na Solução NB Negócios+	Isenta	Isenta		
1.3. NB Negócios Condomínio Destinada a Condomínios com acesso ao NBnetwork Standard	5,50 mensalmente	66,00		
1.4. Conta NB Global	5,50 mensalmente	66,00		Nota (2)
1.5. Conta NB Negócios Tesouraria Base / Conta NB Negócios Assurfinance / Conta NB Negócios Imobiliárias	6,50 mensalmente	78,00		
1.6. Conta NB Negócios Tesouraria	11,00 mensalmente	132,00		Nota (2) Nota (3)
1.7. Conta NB Negócios Tesouraria Premium	11,00 mensalmente	132,00		Nota (2) Nota (4)
1.8. Conta NB Negócios Turismo com TPA Fixo Conta destinada ao sector do turismo, com inclusão de TPA	15,00 + TSC mensalmente	--		

## ANEXO V – TARIFAS EDA NA RAA

TARIFAS DE VENDA A CLIENTES FINAIS DA RAA EM BTN (<=20,7 kVA e >2,3 kVA)		PREÇOS		
Potência		(EUR/mês)	(EUR/dia) *	
Tarifa simples	3,45	5,01	0,1648	
	4,6	6,53	0,2146	
	5,75	7,96	0,2618	
	6,9	9,45	0,3108	
	10,35	13,88	0,4562	
	13,8	18,29	0,6014	
	17,25	22,66	0,7448	
	20,7	27,30	0,8975	
	Tarifa bi-horária e tri-horária	3,45	5,15	0,1694
		4,6	6,69	0,2199
		5,75	8,12	0,2668
		6,9	9,65	0,3174
		10,35	14,14	0,4648
		13,8	18,62	0,6122
17,25		23,11	0,7596	
20,7		27,30	0,8975	
<b>Energia activa</b>		<b>(EUR/kWh)</b>		
Tarifa simples		0,1607		
Tarifa bi-horária	Horas fora de vazio	0,1908		
	Horas de vazio	0,1000		
Tarifa tri-horária	Horas de ponta	0,2237		
	Horas cheias	0,1651		
	Horas de vazio	0,1000		

\* RRC art. 119.º, n.º 6

# ANEXO VI – BOMBA DE CALOR E TERMOACUMULADORES

Thermor   
a nova marca para 

Catálogo Serviços Profissional Thermor blog ES | PT

Home / Catálogo / Instalações reais / Hostel em Santa Maria da Feira beneficia de equipamentos Thermor

## Hostel em Santa Maria da Feira beneficia de equipamentos Thermor



 Descarregar ficha do producto.  
↻ Tens 15 dias naturais para devolvê-lo!  
🛒 Faz a tua compra agora e a tua encomenda sairá hoje.  
🔗 Ver acessórios compatíveis.

1 IVA incluído  
**ADICIONAR AO CARRINHO**

**Documentação técnica**  
Ficha técnica em PDF

# ANEXO VII – PAINÉIS FOTOVOLTAICOS

# ANEXO VIII – TARIFÁRIO ÁGUA RIBEIRA GRANDE

**Governo dos Açores**  
WWW.AZORES.GOV.PT

HOME | MISSÃO | EVENTOS | LEGISLAÇÃO | PUBLICAÇÕES | RECOMENDAÇÕES | CIRCULARES | FORMULÁRIOS | PERGUNTAS FREQUENTES | LINKS | CONTACTOS

Qualidade Água | Qualidade Serviços | Tarifários | Resíduos | QUAR | SIADAPRA | Programas de Apoio | V Seminário Técnico

BALÇÃO VIRTUAL

GEOPORTAL

NAMINHAILHA

siaram

DESTAQUES

ÚLTIMOS CONTEÚDOS

Curso  
"Dimensionamento de  
Condutas Aduto...

---

11.ªs Jornadas  
Técnicas  
Internacionais d...

---

Seminário "Gestão de  
Águas Residuais e R...

---

Portaria n.º 266/2019,  
de 26 de agosto

## Tarifários de Águas dos Açores

Navegue com o rato por cima de cada concelho para conhecer o seu tarifário

**NUMERO DE VISITANTES**

521878

---

**ZONAS**

- Açores
- Corvo
- Faial
- Flores
- Graciosa
- Pico
- Santa Maria
- São Jorge
- São Miguel
- Terceira

INÍCIO DE RECLAMAÇÕES

QUALIDADE

Concelho da Ribeira Grande

Escalões	Tarifa
Doméstico	
0 - 8 m3	0,50 €
9 - 20 m3	1,28 €
> 20 m3	3,20 €
+ Tarifa fixa (Q3 até 25mm)	3,50 €
+ Tarifa fixa (Q3 > 25mm)	20,00 €
Não doméstico	
Agrícola 0-8 m3	1,50 €
Agrícola > 8 m3	1,57 €
+ Tarifa fixa (Q3 até 25mm)	4,00 €
+ Tarifa fixa (Q3 até 30mm)	20,00 €
+ Tarifa fixa (Q3 > 30 mm)	35,00 €

## ANEXO IX – TARIFÁRIO PACOTE NOS

Recomendado

**NOS 4** **Aderir**

**€65,99/mês**


Oferta 1 mensalidade

Vale desconto TV €160

Vale desconto smartphone €100

Oferta Eleven Sports + NOS Play durante 6 meses


---

 **180<sup>(3)</sup> Canais**

Box UMA TV 4K


NOS Studios  
Oferta NOS Studios

---




<b>100 200</b> Mbps -€13.00	<b>200 500</b> Mbps -€9.00	<b>1</b> Gbps
-----------------------------------	----------------------------------	------------------

---

 **Chamadas incluídas**

---

 **1 cartão 2GB**

**3000 Minutos/SMS**

Junte mais cartões de telemóvel e ganhe **2x dados**<sup>(10)</sup>

**Configurar telemóveis** >