

Campus Porto Velho Zona Norte
Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial

SHELDON QUIN PEDROSA SANTANA

**PROPOSTA DE PLANO DE NEGÓCIOS PARA APLICATIVO MOBILE DE
CLASSIFICAÇÃO DE BARRACAS E QUIOSQUES DE PRAIA
NO LITORAL BRASILEIRO**

**PORTO VELHO
2026**

SHELDON QUIN PEDROSA SANTANA

**PROPOSTA DE PLANO DE NEGÓCIOS PARA APLICATIVO MOBILE DE
CLASSIFICAÇÃO DE BARRACAS E QUIOSQUES DE PRAIA
NO LITORAL BRASILEIRO**

Artigo tecnológico entregue como Trabalho de Conclusão de Curso ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO, Campus Porto Velho Zona Norte, como requisito parcial para obtenção do grau de Tecnólogo em Gestão Comercial, sob a orientação da professora Adriana Zanki Cordenonsi.

**PORTO VELHO
2026**

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Gerador de Ficha Catalográfica do IFRO.

Santana, Sheldon Quin Pedrosa.
Proposta de plano de negócios para aplicativo mpbilte de
classificação de barracas e quiosques de praia no litoral brasileiro /
Sheldon Quin Pedrosa Santana. - Porto Velho, 2026.
29 f. : il.

Orientador(a): Prof^{ra} Adriana Zanki Cordenonsi.

Trabalho de Conclusão de Curso (Superior de Tecnologia em
Gestão Comercial) – Instituto Federal de Educação, Ciência e
Tecnologia de Rondônia - IFRO, Porto Velho, 2026.

1. plano de negócio. 2. aplicativo mobile. 3. turismo de sol e praia.
4. direito do consumidor. 5. preços abusivos. I. Cordenonsi, Adriana
Zanki (orient.). II. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia
de Rondônia - IFRO. III. Título.

Bibliotecário(a) Responsável: Gizele de Melo Viana, CRB-11/914

SHELDON QUIN PEDROSA SANTANA

**PROPOSTA DE PLANO DE NEGÓCIOS PARA APLICATIVO MOBILE DE
CLASSIFICAÇÃO DE BARRACAS E QUIOSQUES DE PRAIA
NO LITORAL BRASILEIRO**

Artigo tecnológico entregue como Trabalho de Conclusão de Curso ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO, Campus Porto Velho Zona Norte, como requisito parcial para obtenção do grau de Tecnólogo em Gestão Comercial.

 Documento assinado digitalmente
ADRIANA ZANKI CORDENONSI
Data: 19/10/2026 17:19:45-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof.^a Adriana Zanki Cordenonsi - Orientadora

 Documento assinado digitalmente
LADY DAY PEREIRA DE SOUZA
Data: 21/10/2026 11:49:40-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Lady Day Pereira de Souza

Alberto Bruno de Oliveira Viana

 Documento assinado digitalmente
ALBERTO BRUNO DE OLIVEIRA VIANA
Data: 21/10/2026 11:42:52-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

PORTO VELHO

2026

RESUMO

Este artigo tecnológico apresenta proposta de plano de negócio para o aplicativo mobile Beach Kiosk, voltado à classificação de barracas e quiosques de praia no litoral brasileiro, com foco na transparência de preços, na reputação digital dos estabelecimentos e no apoio ao combate de práticas abusivas nas relações de consumo. O estudo parte da constatação de que a ausência de informações claras sobre preços, a cobrança de consumação mínima, a dificuldade de comparação entre fornecedores e a assimetria informacional podem fragilizar a experiência do consumidor e a imagem de destinos turísticos. O objetivo geral é desenvolver uma proposta de plano de negócio para uma plataforma que permita geolocalização, consulta prévia de preços, avaliações, reservas e comunicação de irregularidades. A metodologia adotada é bibliográfica, associada à análise documental, à análise de mercado e à modelagem de negócio. Foram utilizados referenciais sobre empreendedorismo, startups, marketing, comportamento do consumidor, direito do consumidor, turismo e proteção de dados, além de informações secundárias de fontes institucionais. Como resultado, o trabalho estrutura a proposta de valor, o público-alvo, a análise de concorrência, o plano de marketing, o plano operacional, a projeção financeira inicial, a matriz F.O.F.A. e os principais requisitos técnicos do produto mínimo viável. Conclui-se que a solução apresenta potencial de validação em projeto piloto, desde que sejam observadas a legislação consumerista, a proteção de dados pessoais, a moderação responsável de avaliações e a necessidade de parcerias com estabelecimentos e órgãos locais de turismo e defesa do consumidor.

Palavras-chave: plano de negócio; aplicativo mobile; turismo de sol e praia; direito do consumidor; preços abusivos; startup.

ABSTRACT

This technological paper presents a business plan proposal for the Beach Kiosk mobile application, aimed at ranking beach stalls and kiosks on the Brazilian coast, focusing on price transparency, digital reputation of establishments, and support for combating abusive practices in consumer relations. The study is based on the observation that lack of clear price information, minimum consumption charges, difficulties in comparing suppliers, and information asymmetry may weaken the consumer experience and the image of tourist destinations. The general objective is to develop a business plan proposal for a platform that provides geolocation, prior price consultation, user reviews, reservations, and reporting of irregularities. The methodology is qualitative, descriptive, explanatory, and bibliographic, combined with documentary analysis, market analysis, and business modeling. The research uses references on entrepreneurship, startups, marketing, consumer behavior, consumer law, tourism, and data protection, as well as secondary information from institutional sources. As a result, the paper structures the value proposition, target audience, competitor analysis, marketing plan, operational plan, initial financial projection, SWOT analysis, and the main technical requirements of the minimum viable product. It concludes that the solution has potential for validation in a pilot project, provided that consumer protection law, personal data protection, responsible moderation of reviews, and partnerships with businesses and local tourism and consumer protection agencies are observed.

Keywords: business plan; mobile application; sun-and-beach tourism; consumer law; price gouging; startup.

1 INTRODUÇÃO

O turismo de sol e praia ocupa posição estratégica na economia brasileira, pois articula lazer, alimentação, hospedagem, transporte, comércio local, serviços digitais e experiência do consumidor. Ao mesmo tempo, ambientes turísticos de grande circulação costumam concentrar problemas relacionados à informação insuficiente, dificuldade de comparação de preços e vulnerabilidade do consumidor em situações de consumo imediato. De acordo com o Ministério do Turismo (2025a), o turismo associado ao sol e praia, à cultura e à natureza, apresenta significativa relevância para as preferências e experiências dos turistas brasileiros, evidenciando a importância desse segmento. Em praias turísticas brasileiras, esse problema torna-se ainda mais sensível, porque o usuário muitas vezes decide a compra no próprio local, com baixo tempo de pesquisa, limitado acesso a alternativas e maior dependência da transparência oferecida pelos fornecedores. Segundo Andrade (2001), o comportamento do consumidor turístico apresenta características próprias, sendo o processo de escolha de produtos e serviços influenciado por diferentes fatores relacionados à experiência de viagem e às condições em que ocorre a decisão de consumo.

A prática de preços abusivos, a cobrança de consumação mínima e a ausência de tabela clara de preços prejudicam não apenas o consumidor individual, mas também a reputação dos destinos turísticos, a confiança nas relações de consumo e a imagem dos comerciantes que atuam de forma regular. O Código de Defesa do Consumidor estabelece normas de proteção e defesa do consumidor e veda práticas abusivas, como a elevação sem justa causa de preços e o condicionamento do fornecimento de produto ou serviço a outro produto ou serviço. Assim, transparência, informação adequada e liberdade de escolha são elementos essenciais para que a relação entre consumidor e fornecedor ocorra de maneira equilibrada (BRASIL, 1990).

O interesse pelo tema também se justifica pelo potencial do mercado. Pesquisa do Ministério do Turismo em parceria com a Nexus aponta que o turismo de sol e praia aparece como a experiência turística preferida dos brasileiros, com 62% das menções, o que reforça a relevância do segmento para propostas de inovação voltadas a destinos litorâneos (BRASIL, 2025). Além disso, iniciativas públicas recentes, como a Operação Preço Justo na Praia, do Procon Carioca,

indicam a atualidade do problema ao fiscalizar preços excessivos, consumação mínima, venda casada e publicidade enganosa em quiosques e barracas da orla (RIO DE JANEIRO, 2026).

Diante desse cenário, o presente artigo tecnológico propõe um plano de negócio para o aplicativo Beach Kiosk, uma solução mobile destinada à classificação de barracas e quiosques de praia, com recursos de geolocalização, consulta prévia de preços, avaliação colaborativa, reserva e comunicação de irregularidades. A proposta não substitui os órgãos de defesa do consumidor, mas busca atuar como ferramenta complementar de transparência, reputação digital e educação para o consumo.

O problema de pesquisa pode ser formulado da seguinte maneira: de que forma um aplicativo mobile pode contribuir para ampliar a transparência de preços, orientar a escolha do consumidor e reduzir práticas abusivas em barracas e quiosques de praia no litoral brasileiro, e praias turísticas? A partir dessa questão, o objetivo geral é elaborar proposta de plano de negócios para o aplicativo mobile Beach Kiosk, voltado à geolocalização, consulta prévia de preços, classificação de barracas e quiosques de praia no litoral brasileiro, com foco na transparência de preços, reputação digital e apoio ao combate de práticas abusivas nas relações de consumo.

Os objetivos específicos consistem em: caracterizar a problemática dos preços abusivos e da consumação mínima, descrever os cenários estratégicos; estruturar os planos de marketing, operacional e financeiro; e demonstrar o protótipo inicial do aplicativo Beach Kiosk.

A justificativa acadêmica e tecnológica do trabalho está na possibilidade de integrar gestão comercial, inovação digital, turismo, direito do consumidor e modelagem de negócios. Em termos práticos, a proposta busca valorizar estabelecimentos que atuam com clareza de preços, oferecer maior segurança de escolha ao consumidor e gerar dados que possam subsidiar decisões de empreendedores, gestores públicos e órgãos de fiscalização.

O artigo está organizado em sete seções. A introdução apresenta o problema, os objetivos e a justificativa. A segunda seção descreve os procedimentos metodológicos. A terceira seção amplia a fundamentação teórica sobre plano de negócio, startup, marketing, comportamento do consumidor e proteção jurídica. A quarta seção analisa a problemática dos preços abusivos, da consumação mínima e

do uso comercial das praias. A quinta seção apresenta a solução e o plano de negócio do aplicativo Beach Kiosk. A sexta seção descreve o protótipo e os aspectos técnicos da solução. Por fim, a conclusão sintetiza os resultados e apresenta recomendações para a validação do negócio.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E ESTRUTURA DO ARTIGO

A pesquisa caracteriza-se como descritiva, bibliográfica e documental, associada à análise de mercado e à modelagem de negócio.

A dimensão descritiva aparece na caracterização do mercado, do público-alvo, da concorrência e das funcionalidades do aplicativo. A pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental são métodos de coleta de dados baseados em materiais já existentes, diferenciando-se principalmente pela natureza das fontes. Pesquisa bibliográfica envolve uma análise de material teórico já publicado, analisado e revisado por outros autores, enquanto a pesquisa documental investiga fontes primárias dos documentos.

Quanto aos procedimentos, foram utilizadas fontes bibliográficas sobre plano de negócio, empreendedorismo, startup, marketing, comportamento do consumidor, turismo, direito do consumidor e proteção de dados pessoais. Também foram analisadas fontes documentais e legais, como o Lei 7.078/1990 Código de Defesa do Consumidor, a Lei nº 7.661/1988 Plano Nacional de Gerenciamento Costeiro, a Lei nº 12.529/2011 Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência e a Lei 13.709 Geral de Proteção de Dados Pessoais. Para a análise mercadológica, foram utilizados dados secundários de instituições como Ministério do Turismo, Nexus – Pesquisa e Inteligência de Dados, Sebrae e Procon – Programa de Proteção e Defesa do Consumidor.

A modalidade de artigo tecnológico é adequada ao trabalho porque, conforme o Manual de Elaboração e Normalização de TCC do IFRO, esse tipo de produção tem foco na abordagem de problemas e na apresentação de soluções aplicadas, mantendo o mesmo rigor metodológico, conceitual e de redação científica exigido das demais modalidades de texto acadêmico (INSTITUTO FEDERAL DE RONDÔNIA, 2025).

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E MERCADOLÓGICA

3.1 Empreendedorismo, startup e plano de negócio

O empreendedorismo pode ser compreendido como processo de identificação de oportunidades, mobilização de recursos e criação de valor. Dornelas (2023) destaca que a elaboração de um plano de negócio auxilia o empreendedor a transformar uma ideia em proposta estruturada, avaliando mercado, estratégia, recursos, riscos e viabilidade. No caso do Beach Kiosk, o plano de negócio funciona como instrumento de organização da oportunidade e de redução de incertezas antes do lançamento do aplicativo.

Bernardi (2014) também enfatiza que o planejamento empresarial permite examinar o negócio antes de sua implementação, evitando que falhas previsíveis sejam descobertas apenas no mercado. Essa lógica é especialmente importante em negócios digitais, nos quais a proposta de valor depende de aceitação dos usuários, adesão de parceiros, funcionamento técnico e capacidade de escalar a operação.

Ries (2019) contribui para o estudo ao propor a lógica da startup enxuta, metodologia que busca reduzir desperdício de tempo, dinheiro e recursos, ao criar novos produtos ou serviços, em condições de extrema incerteza. Segundo esta metodologia, o empreendedor deve testar hipóteses rapidamente, construir um produto mínimo viável MVP, e aprender com os usuários antes de ampliar investimentos. Aplicado ao Beach Kiosk, esse entendimento indica que o aplicativo não deve iniciar com todas as funcionalidades finais, mas com uma versão piloto que valide as funções essenciais: cadastro, geolocalização, consulta de preços, avaliação.

Osterwalder e Pigneur (2011), ao tratarem da inovação em modelos de negócios, destacam a importância de compreender segmentos de clientes, proposta de valor, canais, relacionamento, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerias e estrutura de custos. Esses elementos orientam a formulação do modelo do Beach Kiosk, pois a solução atende simultaneamente consumidores finais, estabelecimentos cadastrados e possíveis parceiros institucionais.

De acordo com o Art.2º do CDC - Código de defesa do Consumidor - consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

De acordo com o Art.3º do CDC, serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração.

Os elementos de composição do modelo de negócio adotado pelo Beach Kiosk, podem ser observados mais detalhadamente no quadro 1.

Quadro 1 - Modelo de negócio resumido do Beach Kiosk

Elemento do modelo	Aplicação ao Beach Kiosk
Segmentos de clientes	Consumidores de turismo de sol e praia; barracas e quiosques; parceiros de turismo e defesa do consumidor.
Proposta de valor	Transparência de preços, reputação digital, geolocalização, reserva e comunicação de irregularidades.
Canais	Aplicativo mobile, redes sociais, parcerias locais e divulgação em destinos turísticos.
Fontes de receita	Planos para estabelecimentos, publicidade local, destaque patrocinado e serviços de relatório.
Recursos-chave	Equipe técnica, banco de dados, APIs de localização, marca, base de usuários e parcerias.
Atividades-chave	Desenvolvimento, moderação, cadastro, suporte, marketing e análise de dados.

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Após verificar o modelo de negócios, é importante tratar também sobre o comportamento do consumidor e a reputação relacionadas ao marketing digital, o mais importante e utilizado na atualidade.

3.2 Marketing digital, comportamento do consumidor e reputação

A adoção de um aplicativo de classificação depende de confiança. Kotler e Keller (2018) explicam que o marketing moderno envolve criação, comunicação e entrega de valor ao cliente, sendo necessário compreender desejos, necessidades, percepção de benefício e relacionamento de longo prazo. Nesse sentido, o Beach Kiosk precisa oferecer valor claro ao consumidor: economia de tempo, redução de risco, comparação de preços e segurança na escolha.

No ambiente digital, a reputação dos estabelecimentos passa a ser construída por avaliações, comentários, notas e experiências compartilhadas. Torres (2009) aponta que o marketing digital amplia a interação entre marcas e consumidores, permitindo que conteúdo, relacionamento e opinião dos usuários influenciem decisões de compra. Assim, a avaliação colaborativa pode incentivar boas práticas comerciais, pois estabelecimentos com preços transparentes e bom atendimento tendem a receber maior visibilidade.

O comportamento do consumidor em ambientes turísticos possui particularidades. O turista, muitas vezes, decide sob influência de tempo limitado, emoção, lazer e conveniência e assédio por parte dos comerciantes e ambulantes. Por isso, a informação clara antes da compra pode reduzir a assimetria informacional e aumentar a satisfação. A ferramenta proposta atua justamente nesse ponto: disponibilizar dados simples, comparáveis e acessíveis antes da decisão de consumo.

3.3 Proteção do consumidor, praias turísticas e dados pessoais

A proteção do consumidor constitui eixo jurídico essencial do projeto. O Código de Defesa do Consumidor reconhece a vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo art.4º CDC, e estabelece o direito à informação adequada e clara sobre produtos e serviços. A prática de exigir consumação mínima pode ser enquadrada como condicionamento indevido de fornecimento, enquanto a elevação sem justa causa de preços viola a lógica de equilíbrio e boa-fé nas relações de consumo (BRASIL, 1990).

Marques (2019) ressalta que a vulnerabilidade do consumidor justifica a intervenção normativa contra práticas que limitem sua liberdade de escolha ou imponham vantagens excessivas. Nunes (2018) acrescenta que a informação é elemento central da proteção consumerista, pois o consumidor só consegue exercer escolha livre quando conhece previamente preço, condições e características do serviço.

A natureza pública das praias também precisa ser considerada. A Lei nº 7.661/1988 Plano Nacional de Gerenciamento Costeiro, estabelece que as praias são bens públicos de uso comum do povo, assegurando livre e franco acesso a elas e ao mar, ressalvadas situações específicas de segurança nacional ou áreas protegidas por legislação própria (BRASIL, 1988). Logo, a exploração comercial de barracas, quiosques e equipamentos deve respeitar o uso comum, a transparência, a regulação municipal e os direitos do consumidor.

Por fim, como o aplicativo envolve cadastro, avaliações, localização, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais deve orientar o desenho da solução. A LGPD 13.709/2018 disciplina o tratamento de dados pessoais em meios digitais e exige finalidade legítima, transparência, segurança, minimização de dados e respeito aos direitos dos titulares (BRASIL, 2018). Assim, desde o MVP, o Beach Kiosk deve

prever política de privacidade, consentimento, canal de exclusão de dados e moderação de conteúdo.

4 PROBLEMÁTICA

4.1 Preços abusivos e consumação mínima

A prática de preços abusivos e de consumação mínima em praias brasileiras representa problema de ordem econômica, jurídica e social. Ela afeta o consumidor que paga por produtos ou serviços sem informação adequada, prejudica comerciantes regulares que praticam preços transparentes e compromete a imagem do destino turístico. Em localidades em que o turismo é fonte importante de renda, a percepção de abuso pode reduzir retorno de visitantes, gerar reclamações públicas e fragilizar o ambiente de negócios.

Preços abusivos podem ser caracterizados pela elevação excessiva e injustificada de valores de produtos ou serviços. O art. 39, X, do Código de Defesa do Consumidor Lei 8.078 de 11 de Setembro de 1990, veda a elevação sem justa causa do preço de produtos ou serviços, enquanto o art. 39, I, impede que o fornecedor condicione o fornecimento de produto ou serviço ao fornecimento de outro, prática comumente associada à venda casada (BRASIL, 1990).

A consumação mínima, por sua vez, consiste na exigência de gasto mínimo pelo consumidor para permanecer em determinado estabelecimento ou utilizar determinado serviço, independentemente de sua vontade de consumo. Nas praias turísticas, essa prática pode aparecer associada ao uso de mesas, cadeiras, guarda-sóis ou espaços próximos à faixa de areia. O aluguel de equipamentos pode ser lícito quando informado de forma clara e com preço definido previamente; o problema surge quando o consumidor é obrigado a consumir valor mínimo sem transparência ou liberdade de escolha.

A fiscalização pública confirma a relevância prática do tema. Em janeiro de 2026, a Operação Preço Justo na Praia, realizada pelo Procon Carioca, teve como objetivo combater preços excessivos, consumação mínima, venda casada e publicidade enganosa, além de incentivar denúncias em tempo real e subsidiar políticas públicas de organização e transparência nas praias (RIO DE JANEIRO, 2026).

4.2 Assimetria de informação e ausência de dados consolidados

A assimetria de informação ocorre quando uma das partes da relação de consumo possui mais informações do que a outra. Em barracas e quiosques de praia, o fornecedor conhece seus preços, condições e variações de cobrança, enquanto o consumidor muitas vezes só descobre o valor final depois de já ter utilizado o serviço. Essa situação reduz a capacidade de comparação e pode criar ambiente propício para práticas abusivas.

Além da vulnerabilidade individual, há uma lacuna informacional coletiva: inexistem bases nacionais amplas e específicas sobre preços abusivos em praias, avaliações de barracas, frequência de reclamações por localidade e padrões de cobrança por destino turístico. O Beach Kiosk pode contribuir nesse ponto ao gerar dados agregados sobre avaliações, denúncias, preços médios e padrões de satisfação, respeitando a LGPD e evitando exposição indevida de consumidores.

4.3 Concessão de faixa de areia e exploração econômica em praias públicas

A exploração comercial em praias públicas deve ser compatibilizada com a natureza jurídica desses espaços. A praia é bem público de uso comum do povo, razão pela qual o acesso não pode ser indevidamente restringido por práticas comerciais que, na prática, privatizem espaços ou criem barreiras econômicas ao uso comum. A autorização municipal para funcionamento de quiosques, barracas e atividades comerciais não elimina a obrigação de respeito à legislação consumerista, ambiental e urbanística.

A gestão adequada da faixa de areia exige equilíbrio entre atividade econômica, proteção do consumidor, organização urbana e preservação do acesso público. Assim, a tecnologia pode auxiliar não apenas o usuário, mas também o próprio comerciante regular, que passa a demonstrar transparência, boa reputação e compromisso com práticas adequadas.

5 SOLUÇÃO E PLANO DE NEGÓCIO DO BEACH KIOSK

O Beach Kiosk é uma solução tecnológica proposta para conectar consumidores, barracas e quiosques de praia por meio de informações claras, geolocalização, avaliações e funcionalidades de denúncia e informação educativa. A plataforma parte da ideia de que, quando o consumidor consegue comparar preços,

verificar avaliações e consultar informações antes da compra, há redução da vulnerabilidade e aumento da pressão reputacional sobre fornecedores.

O Sebrae (2021) define o plano de negócios como instrumento que permite ao empreendedor avaliar viabilidade, reduzir riscos, identificar oportunidades e organizar informações essenciais sobre mercado, clientes, concorrentes, fornecedores, marketing, operação e finanças. Por isso, a proposta do Beach Kiosk é apresentada a seguir como proposta de plano de negócio inicial, ainda sujeito a validação por MVP – Produto Mínimo Viável, e futura pesquisa com usuários reais obedecendo a seguinte estrutura:

5.1 Proposta de valor

A proposta de valor para cada público do aplicativo Beach Kiosk, pode ser observada no quadro 2.

Quadro 2 - Proposta de valor por público atendido

Público	Valor entregue
Consumidor final	Consulta de preços, avaliações, localização, reserva e canal de comunicação de irregularidades.
Barracas e quiosques	Visibilidade, reputação digital, exposição de cardápio, atração de clientes e diferenciação por boas práticas.
Gestores e órgãos de defesa do consumidor	Dados agregados sobre reclamações, padrões de preço e áreas com maior incidência de problemas.
Turismo local	Fortalecimento da confiança, melhoria da experiência do visitante e valorização de destinos transparentes.

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

O Plano de Negócios inicia com o Sumário Executivo que pode ser conferido a seguir.

5.2 Sumário executivo

O sumário executivo é um resumo claro que apresenta os principais pontos que compõem um plano de negócio, como pode ser observado abaixo.

Quadro 3 - Sumário executivo do Beach Kiosk

Item	Descrição
Nome do negócio	Beach Kiosk.
Tipo de negócio	Startup de tecnologia aplicada ao turismo, consumo e reputação digital.
Produto/serviço	Aplicativo mobile para geolocalização, classificação, consulta de preços, avaliação, reserva e denúncia.
Mercado de atuação	Turismo de sol e praia, com foco inicial em praias brasileiras de grande fluxo.

Missão	Promover transparência, confiança e segurança nas relações de consumo em praias brasileiras.
Visão	Tornar-se plataforma de referência em reputação e transparência de barracas e quiosques de praia no Brasil.
Valores	Ética, transparência, inovação, respeito ao consumidor, sustentabilidade e excelência em serviço.
Modelo de receita	Planos para estabelecimentos, publicidade local, destaque patrocinado, relatórios e serviços complementares.
Estratégia inicial	Validação por MVP em praia ou cidade-piloto, com posterior expansão para outros destinos.

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Após o Sumário Executivo, parte-se para a análise de mercado, assunto do próximo tópico.

5.3 Análise de mercado

A análise de mercado indica oportunidade para soluções digitais voltadas ao turismo de sol e praia. Segundo pesquisa divulgada pelo Ministério do Turismo, essa modalidade aparece como a experiência turística preferida dos brasileiros, com 62% das menções, seguida por turismo religioso/espiritual, cultural/histórico e esportivo (BRASIL, 2025). Esse dado reforça a existência de público amplo para ferramentas que melhorem a experiência de consumo em praias.

Outro ponto relevante é que a busca por destinos, experiências e serviços turísticos ocorre cada vez mais em ambientes digitais. O consumidor utiliza redes sociais, plataformas de reserva, aplicativos de mapa e avaliações online para decidir onde ir, o que consumir e em quem confiar. O Beach Kiosk se insere nesse comportamento ao combinar informação geográfica, reputação, preço, informação educacional, e economia para o consumidor final e faturamento para o estabelecimento parceiro, em uma única plataforma.

O Ministério do Turismo também aponta, em materiais de inteligência de mercado, crescimento e relevância de destinos litorâneos e do turismo no Brasil. Esses dados demonstram que a proposta não atua em nicho isolado, mas em segmento de elevada visibilidade e com potencial de expansão nacional (BRASIL, 2025).

A figura abaixo mostra uma pesquisa encomendada pelo Ministério do Turismo com as preferências do brasileiro pelas diversas experiências de turismo.

Figura 1 - Experiências turísticas preferidas entre os brasileiros



Fonte: Ministério do Turismo e Nexus, adaptado pelo autor (2026).

Para analisar o mercado, uma das ferramentas mais importantes é a análise F.O.F.A (Forças, oportunidades, fraquezas e ameaças).

A matriz F.O.F.A. é instrumento de avaliação estratégica que organiza forças, oportunidades, fraquezas e ameaças do negócio. O Sebrae (2021) a apresenta como ferramenta simples e valiosa para identificar fatores internos e externos que influenciam a competitividade da empresa. Abaixo a Matriz F.O.F.A. do aplicativo Beach Kiosk.

Quadro 4 - Matriz F.O.F.A. do Beach Kiosk

Forças	Fraquezas
Proposta específica para praias; foco em transparência; potencial de reputação digital; baixo custo operacional em MVP.	Dependência de adesão de usuários e estabelecimentos; necessidade de moderação; risco de avaliações falsas; recursos financeiros limitados.
Oportunidades	Ameaças
Crescimento do turismo de sol e praia; uso de aplicativos por turistas; demanda por informação clara; possibilidade de parcerias com Procons e secretarias de turismo.	Resistência de comerciantes; concorrência de plataformas grandes; questões jurídicas em denúncias; necessidade de conformidade com LGPD.

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

O próximo item define o segmento a ser atendido pelo aplicativo Beach Kiosk.

5.4 Público-alvo e personas

O público-alvo do Beach Kiosk deve ser dividido em dois grupos principais. O primeiro é formado por consumidores finais: turistas, moradores locais, famílias, jovens adultos, grupos de amigos e usuários que frequentam praias e desejam comparar opções antes de consumir. O segundo grupo é composto por estabelecimentos cadastrados: barracas, quiosques, restaurantes, vendedores autorizados e pequenos empreendedores que desejam aumentar visibilidade e demonstrar regularidade nas práticas comerciais.

A segmentação é importante porque a estratégia de valor não é a mesma para todos. Para o consumidor final, o aplicativo oferece segurança, informação e praticidade. Para o estabelecimento parceiro, oferece reputação, exposição e relacionamento com clientes e crescimento no faturamento. Para o poder público e órgãos de defesa do consumidor, oferece possibilidade de geração de dados agregados e indicadores de mercado para adoção de políticas públicas como mostra o quadro 5.

Quadro 5 - Personas do Beach Kiosk

Persona	Características	Necessidade principal
Turista eventual	Viaja em férias ou feriados, conhece pouco a região e decide rapidamente onde consumir.	Evitar cobranças abusivas e encontrar local confiável.
Morador frequentador	Frequenta praias com regularidade e compara preços entre estabelecimentos.	Identificar melhores custos e boas experiências.
Família	Busca conforto, segurança, reserva e previsibilidade de gastos.	Consultar preços antes do consumo e evitar surpresas.
Comerciante regular	Deseja visibilidade e diferenciação por atendimento e preço claro.	Atrair clientes e construir reputação positiva.

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Definidos os públicos do aplicativo e as personas, o próximo item analisa a concorrência.

5.5 Concorrentes e diferenciais

A análise de concorrência permite identificar soluções existentes e lacunas de mercado. Aplicativos de turismo, mapas e avaliações já oferecem localização e comentários, mas nem sempre estão voltados especificamente para barracas e quiosques de praia, tampouco para transparência de preços, consumação mínima e comunicação de irregularidades. Esse recorte específico constitui o principal

diferencial do Beach Kiosk. O quadro 5 traz alguns desses concorrentes que já atuam no segmento de solução mobile de oferta de serviço e estabelecimentos.

Quadro 6 - Comparação resumida de soluções concorrentes

Solução	Localização	Avaliação	Pedidos/reservas	Diferencial frente ao Beach Kiosk
Tooda	Não focalizada em praias	Limitada	Sim	Foco mais operacional/comercial.
Praia Limpa	Sim	Geral	Não	Foco ambiental e informativo.
Vai Dar Praia	Sim, regional	Limitada	Não	Foco em informação turística local.
Beaches App	Sim	Sim	Não	Foco global em praias, sem defesa do consumidor.
Beach Kiosk	Sim, por barraca/quios que	Sim	Previsto	Transparência de preço, reputação e proteção do consumidor.

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Outro item da empresa a ser analisado são os fornecedores e recursos-chave, assunto do próximo tópico.

5.6 Fornecedores e recursos-chave

Os fornecedores iniciais do Beach Kiosk estão relacionados principalmente à infraestrutura tecnológica. Como se trata de serviço digital, não há necessidade inicial de ponto físico amplo, estoque ou maquinário pesado. Os principais recursos envolvem hospedagem em nuvem, ferramentas de desenvolvimento mobile, APIs de geolocalização, banco de dados, segurança da informação, design de interface e suporte técnico.

A escolha dos fornecedores deve considerar custo, escalabilidade, segurança e facilidade de integração. Na fase de MVP, recomenda-se utilizar soluções de baixo custo e boa documentação técnica, permitindo testar o produto sem comprometer o fluxo financeiro do projeto. O quadro 6 apresenta as informações referente a finalidade de recursos e fornecedor.

Quadro 7 - Fornecedores e recursos tecnológicos

Recurso/fornecedor	Finalidade
Hospedagem em nuvem	Manter servidor, APIs e banco de dados disponíveis.
API de geolocalização	Exibir estabelecimentos próximos e rotas por GPS.
Banco de dados	Armazenar cadastros, preços, avaliações e denúncias.
Ferramentas de desenvolvimento mobile	Criar aplicativo para Android e iOS.
Design	Garantir interface simples, acessível e intuitiva.

Segurança e LGPD	Proteger dados, autenticação e registros sensíveis.
------------------	---

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

No próximo item será abordado o Plano Operacional para que o aplicativo funcione da melhor forma.

5.7 Plano operacional

O plano operacional descreve o funcionamento prático do negócio. A operação inicial deve ser enxuta, concentrando-se no desenvolvimento do MVP e na validação em localidade-piloto. A equipe mínima pode ser formada por gestor do projeto, desenvolvedor, designer, responsável por atendimento/suporte e responsável comercial para prospecção de estabelecimentos.

O fluxo operacional começa com o cadastro de estabelecimentos parceiros, validação das informações, inclusão de preços básicos e geolocalização. Em seguida, os usuários podem pesquisar estabelecimentos próximos, visualizar informações, registrar avaliações e comunicar irregularidades, como pode-se observar no quadro 8.

Quadro 8 - Fluxo operacional inicial

Etapa	Descrição
1. Cadastro	Estabelecimento informa dados, localização, cardápio básico e valores.
2. Validação	Equipe verifica informações essenciais e autoriza publicação do perfil.
3. Uso pelo consumidor	Usuário pesquisa, compara preços, avalia e realiza reserva.
4. Moderação	Equipe analisa avaliações ofensivas, falsas ou inconsistentes.
5. Relatórios	Dados agregados ajudam a identificar padrões de preço e satisfação.

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Para que o negócio todo seja efetivado é necessário um Plano financeiro, apresentado no próximo item.

5.8 Plano financeiro preliminar

O plano financeiro apresenta estimativa inicial e deve ser compreendido como projeção preliminar. Em startups, os custos variam conforme escopo técnico, equipe, plataforma, integração de APIs e estratégia de lançamento. Por isso, a recomendação é iniciar com MVP e controlar custos até validar demanda real. No quadro 9, são apresentadas estimativa do produto mínimo viável e em seguida, no quadro 10, informações quanto às fontes de receita e sua respectiva descrição.

Quadro 9 - Estimativa financeira preliminar do MVP

Item	Estimativa inicial
Design e prototipagem	R\$ 2.000,00 a R\$ 4.000,00
Desenvolvimento MVP	R\$ 10.000,00 a R\$ 25.000,00
Hospedagem, domínio e APIs	R\$ 300,00 a R\$ 1.000,00/mês
Marketing de lançamento	R\$ 2.000,00 a R\$ 5.000,00
Suporte, moderação e manutenção	R\$ 1.500,00 a R\$ 4.000,00/mês
Reserva técnica	10% a 20% do investimento inicial
Payback	12 a 24 meses após lançamento do MVP

Fonte: Estimativa elaborada pelo autor (2026).

Quadro 10 - Possíveis fontes de receita

Fonte de receita	Descrição
Plano básico para estabelecimentos	Perfil comercial com cardápio, preços, localização e avaliações.
Destaque patrocinado	Maior visibilidade em buscas e filtros, com identificação de anúncio.
Publicidade local	Divulgação de serviços relacionados a turismo, transporte e lazer.
Relatórios agregados	Dados estatísticos sem identificação pessoal, voltados a parceiros e gestores.
Serviços de reserva	Taxa por reserva ou pacote premium para estabelecimentos.

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Abaixo pode-se observar os cenários do comportamento do público com relação ao aplicativo e possíveis estratégias a serem adotadas.

Quadro 11 - Cenários iniciais do negócio

Cenário	Características	Estratégia recomendada
Conservador	Baixa adesão inicial de estabelecimentos e usuários.	Reduzir escopo, focar em uma praia-piloto e intensificar parcerias locais.
Moderado	Adoção gradual e crescimento orgânico por avaliações.	Ampliar marketing digital e buscar novos estabelecimentos parceiros.
Otimista	Alta adesão, boa repercussão e interesse de órgãos locais.	Expandir para novas praias, criar planos premium e relatórios avançados.

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Feitas todas as análises e planos necessários, a seguir é apresentado o protótipo do aplicativo Beach Kiosk.

6 APLICATIVO BEACH KIOSK

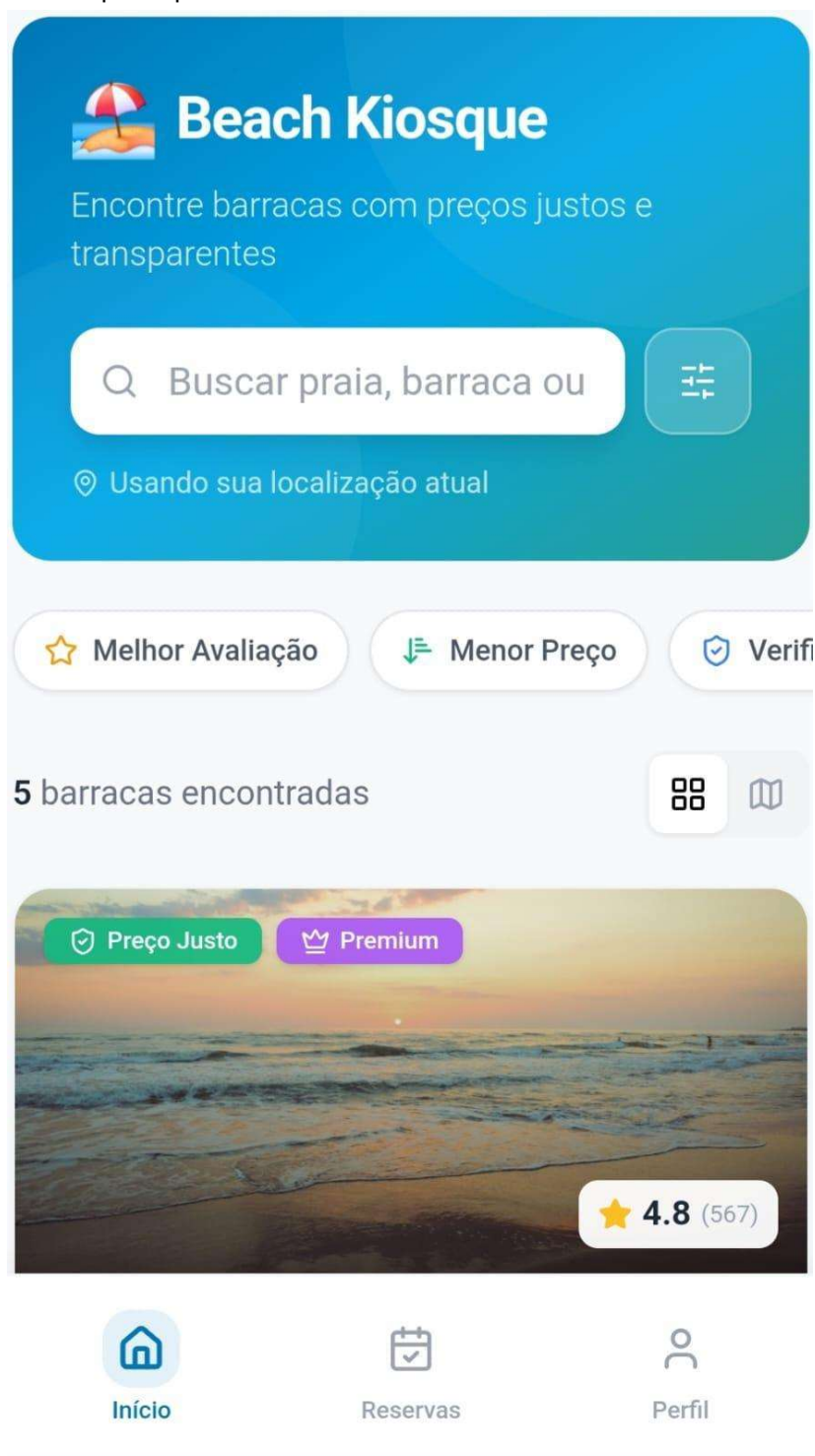
6.1 Protótipo do aplicativo

O protótipo do Beach Kiosk demonstra a lógica inicial de interação do usuário com o aplicativo. A tela inicial deve permitir busca por praia, barraca ou quiosque, uso de localização atual, filtros por melhor avaliação, menor preço e disponibilidade de reserva. A tela de estabelecimento deve apresentar nota média, localização,

horário de funcionamento, cardápio básico, botão de reserva, navegação por GPS, avaliações e opção de denúncia.

As figuras 2 e 3 apresentam a telas do protótipo com as principais funcionalidades. O protótipo também pode ser visto no link <https://beach-kiosk-fair.base44.app/>

Figura 2 - Tela inicial do protótipo Beach Kiosk



Fonte: Protótipo elaborado pelo autor (2026).

Figura 3 - Tela de estabelecimento com reserva, avaliação e denúncia



Fonte: Protótipo elaborado pelo autor (2026).

6.2 Aspectos técnicos e requisitos mínimos

O desenvolvimento do aplicativo pode ser dividido entre front-end, back-end e camada de dados. O front-end corresponde à interface visual usada pelo consumidor e pelo estabelecimento. O back-end concentra autenticação, regras de negócio, banco de dados, moderação, avaliações, denúncias e integração com serviços externos. A camada de dados registra informações de preços, localização, reputação e histórico de uso, sempre com observância à LGPD.

Para a primeira versão, recomenda-se trabalhar com produto mínimo viável contendo apenas funcionalidades indispensáveis. A inclusão de pagamentos, chat, cupons e recursos avançados deve ocorrer somente após validação do uso básico. Essa estratégia reduz custos, acelera testes e permite ajustar o produto a partir do comportamento real dos usuários atendendo aos requisitos mínimo viável como descrito no quadro 12.

Quadro 12 - Requisitos mínimos do MVP

Requisito	Descrição
Cadastro de usuários	Permitir criação de perfil simples com e-mail, telefone ou login social.
Cadastro de estabelecimentos	Registrar dados comerciais, localização, horário, fotos e preços.
Geolocalização	Exibir estabelecimentos próximos e rota de acesso.
Avaliação e comentários	Permitir notas e relatos, com moderação de conteúdo.
LGPD	Política de privacidade, finalidade de uso, consentimento e exclusão de dados.

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Além dos requisitos mínimos é fundamental avaliar os riscos jurídicos e entender os cuidados de governança.

6.3 Riscos jurídicos e cuidados de governança

O aplicativo deverá adotar cuidados para evitar que avaliações e denúncias sejam utilizadas de forma abusiva. É necessário prever termos de uso, política de moderação, canal de contestação para estabelecimentos e regras claras para remoção de conteúdo ofensivo, falso ou sem relação com a experiência de consumo.

Outro ponto de governança envolve a publicidade e os destaques patrocinados. Caso o aplicativo permita que estabelecimentos paguem por maior visibilidade, essa condição deve ser identificada de forma transparente, evitando induzir o usuário a acreditar que o destaque pago corresponde necessariamente à melhor avaliação orgânica. Essa distinção reforça a confiança na plataforma e reduz riscos de publicidade enganosa.

7 CONCLUSÃO

O presente artigo tecnológico teve como objetivo elaborar proposta de plano de negócios para o aplicativo mobile Beach Kiosk, voltado à classificação de barracas e quiosques de praia no litoral brasileiro, com foco na transparência de preços, reputação digital e apoio ao combate de práticas abusivas nas relações de consumo. Ao longo do estudo, verificou-se que o problema não se limita à cobrança individual de valores elevados, pois envolve assimetria de informação, vulnerabilidade do consumidor, imagem turística dos destinos e concorrência entre comerciantes.

A análise demonstrou que o turismo de sol e praia possui relevância econômica e social no Brasil, sendo apontado como experiência turística preferida por grande parte dos brasileiros. Esse cenário reforça a pertinência de soluções digitais voltadas a melhorar a experiência do visitante e a segurança nas relações de consumo. Também se observou que fiscalizações públicas recentes tratam a cobrança abusiva, a consumação mínima, a venda casada e a ausência de transparência como problemas atuais e merecedores de ações específicas.

Do ponto de vista do plano de negócio, o Beach Kiosk apresenta potencial de validação como startup de tecnologia aplicada ao turismo. A proposta de valor é clara para consumidores, que obtêm informação e comparação; para estabelecimentos, que recebem visibilidade e reputação; e para gestores, que podem futuramente acessar dados agregados úteis para políticas públicas. Entretanto, sua viabilidade depende de implantação gradual, validação por MVP, controle de custos, moderação responsável, adequação à LGPD e construção de parcerias locais.

Conclui-se que o aplicativo pode funcionar como instrumento complementar de transparência e educação para o consumo, sem substituir a atuação dos órgãos oficiais de defesa do consumidor. Como recomendação prática, sugere-se iniciar o projeto em uma praia ou município-piloto, selecionar estabelecimentos parceiros, testar as funcionalidades essenciais e realizar pesquisa de satisfação com usuários antes de expandir para outros destinos. Para pesquisas futuras, recomenda-se aplicar questionários com turistas e comerciantes, estimar de forma mais precisa o investimento técnico e validar o modelo de monetização com base em dados reais de adesão.

REFERÊNCIAS

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de plano de negócios: fundamentos, processos e estruturação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

BRASIL. **Lei nº 7.661, de 16 de maio de 1988**. Institui o Plano Nacional de Gerenciamento Costeiro e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7661.htm. Acesso em: 3 jul. 2026.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 3 jul. 2026.

BRASIL. **Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011**. Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência e dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica. Brasília, DF: Presidência da República, 2011. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12529.htm. Acesso em: 3 jul. 2026.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, DF: Presidência da República, 2018. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709compilado.htm. Acesso em: 3 jul. 2026.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Radar do Turismo: boletim mensal de estatísticas do turismo**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2022.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Sol, praia, cultura e natureza: pesquisa revela os destinos e experiências preferidos dos brasileiros**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2025a. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/>. Acesso em: 3 jul. 2026.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2023.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE RONDÔNIA. **Manual de elaboração e normalização de Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC) dos cursos de graduação do IFRO**. Porto Velho: IFRO, 2025. Disponível em: <https://repositorio.ifro.edu.br/>. Acesso em: 3 jul. 2026.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Universidades, 2018.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 12. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

RIES, Eric. **A startup enxuta**. Rio de Janeiro: Sextante, 2019.

RIO DE JANEIRO (Município). **Procon Carioca lança Operação Preço Justo na Praia para combater valores abusivos na orla do Rio.** Rio de Janeiro: Prefeitura do Rio, 2026. Disponível em: <https://prefeitura.rio/>. Acesso em: 3 jul. 2026.

ROSA, Cláudio Afrânio. **Como elaborar um plano de negócios.** Brasília, DF: Sebrae, 2013.

TORRES, Cláudio. **A bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar.** São Paulo: Novatec, 2009.

BRASIL. **Ministério da Justiça e Segurança Pública. Secretaria Nacional do Consumidor. Seus Direitos: Consumidor.** Brasília, DF: Ministério da Justiça e Segurança Pública, [s.d.]. Disponível em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/consumidor>. Acesso em: 24 ago. 2026.

ANDRADE, José Roberto de Lima. **Comportamento do consumidor e escolha do produto turístico.** *Revista Turismo em Análise*, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 7-19, 2001.