

# PINDOBAS

DISTRITO TURÍSTICO

## **ATRATIVO COM ATIVIDADE DE NATUREZA, LAZER, GASTRONOMIA E CULTURA NO ENTORNO DO LAGO NEGRO**

---

**PLANO DE NEGÓCIOS E ESTUDO DE  
VIABILIDADE TÉCNICA E ECONÔMICA**

---

JULHO/2024



**SEBRAE**

## SUMÁRIO

<b>1. CARACTERIZAÇÃO DO NEGÓCIO:</b>	3
1.1 DESCRIÇÃO DA OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS :	8
1.2 CONTEXTO DO TURISMO E DO DISTRITO TURÍSTICO DE PINDOBAS:	9
1.3 RECOMENDAÇÕES ADMINISTRATIVAS:	11
<b>2. ANÁLISE DE MERCADO:</b>	15
2.1 ESTUDO DA DEMANDA ATUAL E POTENCIAL:	16
2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES:	18
2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES:	19
<b>3. PLANO DE MARKETING:</b>	21
3.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS:	24
3.2 POLÍTICAS DE PREÇOS:	28
3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS E DE COMERCIALIZAÇÃO:	32
<b>4. PLANO OPERACIONAL:</b>	34
4.1 INFRAESTRUTURA NECESSÁRIA	36
4.2 PROCESSOS OPERACIONAIS	41
4.3 NECESSIDADE DE PESSOAL:	46
<b>5. PLANO FINANCEIRO:</b>	49
5.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS:	49
5.2 CAPITAL DE GIRO:	52
5.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS:	53
5.4 INVESTIMENTO TOTAL:	56
5.5 ESTIMATIVA DE CUSTOS:	61
5.6 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL:	73
5.7 PROJEÇÃO DE RESULTADOS	86
<b>6. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA:</b>	99
6.1 ANÁLISE MATRIZ SWOT	100
<b>7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS</b>	104
7.1 DEFINIÇÃO DE ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS:	107
7.2 DEFINIÇÃO DE METAS E OBJETIVOS:	108
7.3 PARCERIAS ESTRATÉGICAS:	115
<b>8. CONCLUSÃO DE VIABILIDADE DA PROPOSTA</b>	118

# 1. CARACTERIZAÇÃO DO NEGÓCIO

## HISTÓRICO:

Consciente da relevância do setor turístico como impulsionador econômico e social, o projeto do Distrito Turístico de Pindobas/ES emerge como uma proposta estratégica para fomentar o potencial turístico da região. A iniciativa visa não apenas promover o crescimento sustentável, mas também posicionar Pindobas como um ponto turístico proeminente e irresistível.

Do turismo rural, com suas charmosas propriedades produtoras de café e laticínios, ao turismo de aventura, Venda Nova do Imigrante atrai turistas em busca de experiências autênticas em contato com a natureza e a cultura local.

A forte influência italiana se reflete na cultura e na gastronomia típica proporcionando aos visitantes uma imersão genuína na rica herança dos imigrantes italianos que ajudaram a moldar a identidade desta cidade capixaba. O município conta ainda com o importante reconhecimento de Capital Nacional do Agroturismo.

O Complexo Industrial Pindobas, localizado estrategicamente na Rodovia Pedro Cola, em Venda Nova do Imigrante, conta com localização privilegiada na Região das Montanhas Capixabas e oferece potencial para revitalização e desenvolvimento em novas áreas de interesse, como o turismo cultural, gastronômico, ecoturismo e outras modalidades de experiências para visitantes. Às margens da rodovia estão as propriedades rurais que foram as precursoras da modalidade de Agroturismo, como por exemplos das famílias Carnielli e Buzatto, empreendimentos lá existentes, como a Fazenda Pindobas e o casarão da família Scabello, expressam oportunidades para o turismo histórico, cultural e ecológico, oferecendo aos visitantes uma experiência autêntica e diversificada. Além disso, a região das Montanhas Capixabas, com suas paisagens deslumbrantes e atividades ao ar livre, ampliam ainda mais as possibilidades de desenvolvimento turístico local.

A implementação do Distrito Turístico de Pindobas surge como uma iniciativa estratégica para alavancar o potencial turístico da região, promovendo o desenvolvimento econômico e cultural de forma sustentável. Ao valorizar a história, cultura e natureza locais, este projeto visa não apenas atrair visitantes em busca de experiências autênticas, mas também enriquecer a vida das comunidades locais e contribuir para o crescimento harmonioso do turismo na região.

### **SITUAÇÃO ATUAL:**

A iniciativa conjunta do Sebrae, através do Polo de Turismo de Experiência, da Prefeitura Municipal de Venda Nova do Imigrante e do Montanhas Capixabas Convention & Visitors Bureau para implantar o Distrito Turístico de Pindobas, destaca-se como um marco inovador na busca por um novo modelo de desenvolvimento turístico na região.

Espera-se um aumento no fluxo de turistas, o que contribuirá para o crescimento da economia local, a criação de novas oportunidades de negócios e a valorização dos produtos e serviços regionais.

Para tanto, investimentos privados desempenharão papel crucial no desenvolvimento sustentável do Distrito Turístico de Pindobas, contribuindo para a diversificação da oferta turística, como por exemplo: meios de hospedagem, restaurantes, lojas de artesanato, agroturismo, cervejarias e produtos de experiências voltados à valorização da cultura italiana e tropeiro.

Neste sentido, o Plano de Negócios e estudo de viabilidade técnica e econômica ora proposto, destina-se à implantação da atividade com atrativos de natureza, gastronomia e cultura no entorno do Lago Negro.

### **O NEGÓCIO:**

Os atrativos com atividade de natureza, gastronomia e cultura no entorno do Lago Negro, serão localizados no Complexo Agroindustrial de Pindobas. Serão empreendimentos turísticos, objetivando o turismo de experiência com

atividades de natureza, gastronomia e cultura em um ambiente sustentável e acolhedor.

O Lago Negro, conforme Imagem 01, está localizado estrategicamente próximo aos demais empreendimentos do Distrito Turístico de Pindobas, como a sede da Fazenda Pindobas, Vila Tropeira, Espaço Expositivo e Armazém/Galpão de negócios criativos.



Imagem 01: Lago Negro

Fonte: <https://www.google.com/maps/dir/-20.6054346,-40.5359911/Complexo+Agroindustrial+Pindobas+-+Rod.+Pedro+Cola,+9+-+Venda+Nova+do+Imigrante,+ES>

O Distrito de Pindobas está localizado em uma região montanhosa com rica biodiversidade, de fácil acesso (Rodovia ES 166 – Pedro Cola), e proporcionará

aos visitantes um local com história, belezas naturais, oportunidade de se reconectar com a natureza, vivenciar experiência única, saborear a culinária local e mergulhar na rica cultura da região.

O Lago Negro é um lago natural com aproximadamente 938,16 m de distância em torno do lago, conforme Imagem 02.



Imagem 01: Lago Negro

Fonte: <https://www.google.com/maps/dir/-20.6054346,-40.5359911/Complexo+Agroindustrial+Pindobas+-+Rod.+Pedro+Cola,+9+-+Venda+Nova+do+Imigrante,+ES>

As atividades de natureza serão:

- Trilhas guiadas pela mata nativa, com vistas deslumbrantes da paisagem circundante, podendo ser a pé ou de bicicleta, possibilitando a observação da diversidade da flora e fauna local.

- Atividades e passeios com pedalinho, caiaque, quadriciclos no Lago Negro.
- Programas de educação ambiental para conscientizar os visitantes sobre a importância da preservação ambiental e o respeito pela natureza.

O empreendimento gastronômico contemplará:

- Cafeteria/Lanchonete que oferecerá cafés e lanches tradicionais preparados com ingredientes frescos e orgânicos cultivados localmente.
- Aulas de culinária para os visitantes aprenderem a preparar especialidades regionais, como pratos à base de frutas da estação e receitas típicas da cultura local, como polenta e outras iguarias.
- Degustações de vinhos e cachaças produzidos por vinícolas e alambiques locais, acompanhadas de queijos artesanais e demais produtos regionais.

A disseminação da cultura irá ocorrer através de:

- Oficinas de artesanato regional, onde os visitantes podem aprender técnicas tradicionais de produção do socol, queijos, cachaças, cerâmica, tecelagem, escultura em madeira e outros.
- Apresentações de música e grupos de dança de artistas locais, que celebram a diversidade cultural da região através de ritmos e melodias tradicionais.
- Vivenciar a cultura local para conhecer sobre sua história, tradições e estilo de vida.

Os negócios identificados têm o objetivo de proporcionar experiências autênticas e enriquecedoras que promovam o contato com a natureza, a valorização da cultura local e o bem-estar dos visitantes, ao mesmo tempo em que contribuimos para o desenvolvimento sustentável da comunidade e a conservação do meio ambiente.

Os atrativos no entorno do Lago Negro têm por objetivo tornar a região em um destino turístico de referência, onde os visitantes poderão vivenciar uma conexão genuína com a natureza, a cultura e a gastronomia local.

### **1.1 DESCRIÇÃO DAS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS – SEGMENTO:**

As oportunidades de negócio estão relacionadas ao lazer, gastronomia, entretenimento e cultura, ou seja, momentos agradáveis em família, ou à descontração entre amigos ou namorados, contato com a natureza, gerando alegria, prazer, conhecimento e lembranças.

Os segmentos identificados como oportunidade de negócio são:

**1 - ATIVIDADES DE ECOTURISMO /  
ECO TRILHAS E ARVORISMO:**

**2 - SERVIÇOS DE PEDALINHO E CAIAQUE:**

**3 - LOCAÇÃO DE BIKE E TRILHAS:**

**4 - SERVIÇO DE QUADRICICLOS:**

**5 - CAFETERIA / ESPAÇO CULTURAL:**

- 1. ATIVIDADES DE ECOTURISMO / ECO TRILHAS E ARVORISMO:** Serviço de passeio em trilhas para caminhadas pela natureza exuberante ao redor e entorno do Lago Negro, observação de aves e orientações da fauna e da flora e arvorismos.
- 2. SERVIÇOS DE PEDALINHO E CAIAQUE:** Serviços de passeio de pedalinho e caiaque no Lago Negro em meio a natureza.
- 3. LOCAÇÃO DE BIKE E TRILHAS:** Serviço de locação de bicicletas e de aluguel de trilhas para praticantes de Mountain Bike ao redor e entorno do Lago Negro, oferecendo lazer e aventura para turistas e praticantes de esportes.
- 4. SERVIÇO DE QUADRICICLOS:** Serviços de locações de quadriciclos no entorno do Lago Negro e da Vila Tropeiro.
- 5. CAFETERIA / ESPAÇO CULTURAL:** Venda de produtos como cafés, chás, bebidas, bolos, sanduíches, lanches tradicionais preparados com ingredientes frescos e orgânicos cultivados localmente, com espaço para a realização de:
  - Oficinas de artesanato regional, onde os visitantes podem aprender técnicas tradicionais de produção do socol, queijos, cachaças, cerâmica, tecelagem, escultura em madeira e outros;
  - Apresentações de música e grupos de dança de artistas locais, que celebram a diversidade cultural da região através de ritmos e melodias tradicionais.
  - Vivenciar a cultura local para conhecer sobre sua história, tradições e estilo de vida e educação ambiental.

## **1.2 CONTEXTO DO TURISMO E DO DISTRITO TURÍSTICO DE PINDOBAS:**

Venda Nova do Imigrante é considerada uma das maiores colônias italianas do estado do Espírito Santo, com uma rica história e forte ligação com a Itália,

onde dezenas de famílias italianas imigraram para o Brasil e assim, se instalaram na pacata Venda Nova, que ganhou a alcunha “do imigrante”.

A cidade reúne atrativos de turismo rural, ecoturismo e turismo de aventura em meio à paisagem única das Montanhas Capixabas, onde é referência em todo o país como o berço do agroturismo, modalidade de turismo rural que associa a vivência do cotidiano agrícola ao lazer, à visitação e a valorização do meio ambiente.

O título de Capital Nacional do Agroturismo foi conferido ao município inicialmente pela Abratur (Associação Brasileira de Turismo Rural), pelo pioneirismo da exploração da atividade, que teve início em 1987. A denominação usada vem do italiano “agriturismo” e foi na Itália que os primeiros empreendedores buscaram informações para a prática.

Em 2023, por meio da Lei Federal nº. 14.636, de 25 de julho de 2023, o título de Capital Nacional do Agroturismo foi oficialmente conferido ao Município de Venda Nova do Imigrante, como forma de reconhecimento da consolidação da cidade como referência na exploração da atividade no Brasil, com envolvimento de 70 propriedades, com 300 famílias e 1.500 pessoas diretamente atuantes.

O Distrito de Pindobas é uma área dentro do município de Venda Nova do Imigrante, região que se destaca por seus atrativos turísticos, história, localização, empreendimentos no entorno, rodovia que proporciona acesso a outros destinos como Castelo e Conceição do Castelo, conexão com outras Rotas Turísticas (Rota dos Lagos e Rota Azul), instalações de hospedagem, atividades recreativas e outros serviços voltados aos visitantes e demais atrativos histórico-culturais.

O principal objetivo do Distrito Turístico de Pindobas é concentrar recursos e esforços para oferecer uma experiência turística e fomentar um novo modelo de desenvolvimento em uma área com grande potencial histórico, cultural e turístico, promovendo o desenvolvimento econômico, geração de emprego e

renda, fortalecimento dos pequenos negócios locais, posicionando Venda Nova do Imigrante como um destino turístico de destaque não apenas em nível estadual, mas também nacional.

### **1.3 RECOMENDAÇÕES ADMINISTRATIVAS: FORMA JURÍDICA, ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO, LICENÇAS ESPECÍFICAS DA ATIVIDADE:**

É necessário contratar um contador profissional para legalizar a empresa nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual de Fazenda;
- Prefeitura Municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal em que a empresa se enquadra (é obrigatório o recolhimento da Contribuição Sindical Patronal por ocasião da constituição da empresa e até o dia 31 de janeiro de cada ano);
- Caixa Econômica Federal, para cadastramento no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
- Corpo de Bombeiros Militar para a licença da atividade.

Os fundamentos legais são as Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares n.º 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN – Comitê Gestor do Simples Nacional n.º 94/2011.

Conforme a Lei Complementar n.º 123/2006, as alíquotas do Simples Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 6% a 17,42%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo Simples Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

Além do cumprimento das exigências anteriores, é necessário pesquisar na Prefeitura Municipal e na Capitania dos Portos a legislação e regulamentação aplicadas ao negócio de serviços de pedalinhos.

Outros documentos necessários:

- Alvará de funcionamento emitido pela Prefeitura da cidade;
- Atestado de funcionamento emitido pelo Corpo de Bombeiros;
- Alvará sanitário emitido pela Vigilância Sanitária da cidade;
- Alguns municípios podem solicitar a Licença Ambiental, verifique junto à Prefeitura de seu município.

A atividade de turismo de aventura e natureza é regulamentada por diversas normas legais e recomendações que visam garantir a segurança dos participantes e a preservação do meio ambiente. Aqui estão algumas recomendações e diretrizes legais importantes para quem pretende atuar nesse setor no Brasil:

### **1. Cadastro e Licenciamento:**

- **Cadastur:** todos os prestadores de serviços turísticos, incluindo as empresas de turismo de aventura, devem estar cadastrados no Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur) do Ministério do Turismo. O cadastro é obrigatório e gratuito.
- **Licenciamento Ambiental:** dependendo da atividade e da região onde será realizada, pode ser necessário obter licenças ambientais específicas. Consulte o órgão ambiental local (IBAMA, ICMBio, ou órgãos estaduais e municipais) para entender os requisitos.

### **2. Normas Técnicas e Padrões de Segurança:**

- **ABNT NBR 15331:** esta norma estabelece os requisitos para os sistemas de gestão da segurança em turismo de aventura. Empresas devem implementar procedimentos que assegurem a segurança dos participantes e colaboradores.

- **ABNT NBR ISO 21101:** esta norma internacional especifica os requisitos para sistemas de gestão de segurança em atividades de turismo de aventura.
- **Equipamentos de Segurança:** utilização de equipamentos de segurança adequados e em conformidade com as normas técnicas, como capacetes, coletes salva-vidas, cordas e arneses, devidamente certificados.

### 3. Qualificação de Profissionais:

- **Guias de Turismo:** os profissionais que conduzem as atividades devem ser devidamente qualificados e registrados no Cadastur. Guias especializados em turismo de aventura devem possuir formação específica e treinamento em primeiros socorros.
- **Capacitação Contínua:** investir na formação e capacitação contínua dos profissionais, incluindo cursos de reciclagem e atualização em técnicas de segurança e resgate.

### 4. Seguros:

- **Seguro de Responsabilidade Civil:** obrigatório para cobrir eventuais danos causados a terceiros.
- **Seguro de Acidentes Pessoais:** recomenda-se fortemente oferecer ou exigir que os participantes contratem seguro de acidentes pessoais específico para as atividades de aventura.

### 5. Responsabilidade Ambiental:

- **Práticas Sustentáveis:** implementar práticas que minimizem o impacto ambiental das atividades, como gestão de resíduos, respeito à fauna e flora locais, e educação ambiental para os participantes.
- **Respeito às Comunidades Locais:** Integrar e respeitar as comunidades locais, promovendo o desenvolvimento sustentável e evitando impactos negativos.

## 6. Informações Claras aos Clientes:

- **Termo de Consentimento:** fornecer informações claras e completas sobre os riscos das atividades e obter o consentimento informado dos participantes.
- **Briefing de Segurança:** realizar briefing detalhado de segurança antes de cada atividade, destacando procedimentos de emergência e uso de equipamentos.

## 7. Monitoramento e Melhoria Contínua:

- **Auditorias e Inspeções:** realizar auditorias internas e inspeções regulares para garantir a conformidade com as normas de segurança e identificar oportunidades de melhoria.
- **Feedback dos Clientes:** coletar e analisar o feedback dos participantes para aprimorar continuamente a experiência e a segurança das atividades.

Estar em conformidade com a legislação e as normas técnicas é essencial para garantir a segurança dos participantes e a sustentabilidade do negócio. Além disso, atuar de forma ética e responsável contribui para a preservação do meio ambiente e o desenvolvimento das comunidades locais, fortalecendo a reputação da empresa no mercado de turismo de aventura e natureza.

A assessoria jurídica é primordial para a definição do modelo jurídico e comercial a ser definido entre Arrendador e Arrendatário, onde o Arrendador é o proprietário do bem, que cederá seus direitos de uso e o Arrendatário é a parte que utilizará o bem. O Arrendatário fará um pagamento pelo uso do bem de forma periódica para o proprietário e será responsável por suas despesas e manutenção.

O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre forma jurídica, enquadramento tributário e licenças específicas de cada atividade.

## 2. ANÁLISE DE MERCADO

A análise de mercado é uma definição para obter informações do mercado na atuação de uma empresa, podendo impactar no sucesso ou fracasso do empreendimento.

O Espírito Santo é um dos mais atraentes estados do Brasil. Suas belezas, aliadas às tradições de povos indígenas, negros, portugueses, italianos, alemães e outros povos que participaram da construção da história capixaba, compõem um rico mosaico. Nesse cenário, o estado se destaca por ser extremamente rico em opções turísticas, sejam de lazer, sejam de negócios.

O mercado do lazer e turismo no estado do Espírito Santo, principalmente na região do município de Venda Nova do Imigrante tem aberto novas oportunidades de negócios, não somente em segmentos tradicionais, mas em novas áreas como serviços de lazer e recreação, gastronomia, atividades de ecoturismo, eventos e outras atividades.

Segundo o especialista Jorge S. Arbache, o segmento de lazer e recreação no Brasil é um dos mercados que mais cresce no mundo. Portanto, a expectativa é de que esse mercado continue em fase de grande crescimento.

Segundo o Ministério do Turismo, em dez anos o turismo no Brasil deverá movimentar US\$ 140 bilhões, e deve se apoiar cada vez mais no mercado interno.

As atividades turísticas no Espírito Santo são muito promissoras para 2024. Em 2023 tais atividades apresentaram um crescimento de 1,2%, conforme o Índice de Atividades Turísticas (Iatur) do Governo do Estado do Espírito Santo, com registro de aumento de 2,4% do número de pessoas empregadas nos segmentos turísticos entre o primeiro e o terceiro trimestre do ano. *Esse crescimento é particularmente significativo, considerando os desafios*

*enfrentados durante a pandemia da Covid-19*, ressaltou o secretário de Estado do Turismo, Philipe Lemos.

Philipe Lemos destaca que, no acumulado dos anos 2022 e 2023, somando os resultados, chegou-se a uma curva crescente de mais de 26% no segmento do turismo no Espírito Santo, onde o setor de alimentação foi o mais representativo, com 54,1% das pessoas ocupadas no terceiro trimestre de 2023, seguido por transporte (31,3%) e atividades culturais e desportivas (5,1%). Já o setor de hospedagem cresceu 12,7% nos três primeiros trimestres de 2023.

## **2.1 ESTUDO DA DEMANDA ATUAL E POTENCIAL:**

O Distrito Turístico de Pindobas está localizado no município de Venda Nova do Imigrante, uma pequena cidade nas montanhas capixabas, a 100 km da capital do estado, com bela natureza, campos cultivados, clima agradável, gastronomia variada e muita história e cultura, potenciais esses que a tornou a Capital Nacional do Agroturismo. É uma colônia de descendentes italianos, segundo o IBGE 2022, possui 23.831 mil habitantes, com natureza exuberante, gente alegre e de sangue italiano festeiro que encontrou no agroturismo uma maneira de guardar sua cultura e viver dignamente no campo.

O agroturismo surgiu como forma de agregar valor ao trabalho do homem do campo e fixá-lo em sua terra. Ao final da década de 80, a situação para as famílias descendentes de italianos dessa localidade não era muito promissora. As principais possibilidades eram ir para a cidade ou continuar no campo sem grandes perspectivas de crescimento.

Hoje o agroturismo não é apenas o de comprar o produto, mas de conhecer o processo de fabricação, ver as vacas no curral, o leite sendo resfriado, o queijo curtindo na câmara fria, o moinho de pedra para fazer fubá, o café secando no terreiro. As portas e as porteiras estavam definitivamente abertas para o turismo de experiência.

O público-alvo para o Distrito Turístico de Pindobas é definido com base em diferentes características demográficas, psicográficas e comportamentais. Aqui está uma descrição do público-alvo como potencial, sendo esses compostos por indivíduos de todas as idades, conforme apresentado a seguir:

#### **1. AMANTES DA NATUREZA:**

Pessoas que apreciam atividades ao ar livre, como caminhadas, observação de aves, ecoturismo e exploração de paisagens naturais.

#### **2. ENTUSIASTAS DA GASTRONOMIA:**

Pessoas em busca de experiências gastronômica e culturais.

#### **3. EXPLORADORES CULTURAIIS:**

Viajantes que buscam experiências autênticas e imersivas na cultura local, incluindo oficinas de artesanato, apresentações musicais ao vivo e visitas a comunidades locais.

Interessados em aprender sobre a história, como fazer e/ou fabricar as iguarias tradicionais da região e o estilo de vida e cultural da região, interagindo com artistas locais, artesãos e moradores.

#### **4. FAMÍLIAS E GRUPOS:**

Famílias em busca de férias memoráveis e atividades divertidas para todas as idades, como caminhadas em família, passeios diversos, piqueniques ao ar livre e noites de fogueira.

Grupos de amigos ou colegas que desejam escapar da rotina urbana e desfrutar de momentos de relaxamento, lazer e entretenimento juntos.

#### **5. VIAJANTES EM BUSCA DE BEM-ESTAR:**

Indivíduos que procuram uma experiência de viagem holística, que promova o bem-estar físico, mental e emocional, através de atividades ao ar livre, boa comida e ambientes naturais relaxantes.

Interessados em praticar yoga, meditação, caminhadas contemplativas e outras atividades que promovam o equilíbrio e a harmonia.

#### **6. PRATICANTES DE ESPORTES DE AVENTURA:**

Esportistas profissionais e amadores em busca de novas aventuras em um ambiente repleto de belezas naturais e desafios superáveis.

#### **7. VISITANTE DIÁRIO:**

São indivíduos que se deslocam de localidades próximas com o objetivo de passar o dia explorando as belezas e riquezas naturais em conjunto com a variedade de opções culturais e gastronômicas.

É importante entender as necessidades, interesses e motivações do público-alvo para desenvolver estratégias de marketing e oferecer experiências que atendam às suas expectativas. Os empreendimentos podem adaptar suas ofertas e comunicações para atrair e cativar esses diferentes segmentos de público, conforme suas necessidades.

### **2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES:**

Identificar os concorrentes diretos e indiretos é fundamental para desenvolver estratégias eficazes de promoção e diferenciação. Aqui estão algumas categorias de concorrentes considerados ao promover atividades de natureza, gastronomia e cultura:

#### **1. DESTINOS TURÍSTICOS CONCORRENTES:**

- Outras regiões ou cidades que oferecem experiências semelhantes de turismo de natureza, gastronomia, cultura e agroturismo. Isso pode incluir áreas próximas que também são conhecidas por sua beleza natural, culinária local e patrimônio cultural.

#### **2. ATRAÇÕES TURÍSTICAS:**

- Outras atrações locais ou regionais que competem pela atenção dos turistas. Isso pode incluir parques naturais, reservas ecológicas,

fazendas turísticas, restaurantes especializados em culinária regional e eventos culturais.

### **3. OPERADORES TURÍSTICOS:**

- Empresas que oferecem pacotes turísticos ou excursões que incluem atividades de natureza, gastronomia e cultura. Eles podem oferecer experiências semelhantes às suas e competir pelos mesmos clientes.

### **4. PLATAFORMAS DE RESERVA ONLINE:**

- Sites de reserva e agências de viagens online que ofereçam uma variedade de opções de turismo, incluindo atividades de natureza, gastronomia e cultura. Eles podem promover destinos concorrentes ou atrações similares às suas.

### **5. EVENTOS E FESTIVAIS:**

- Outros eventos e festivais regionais que ocorrem em datas concorrentes e atraem visitantes interessados em cultura, gastronomia e entretenimento. Eles podem competir pela atenção do público-alvo durante determinadas épocas do ano.

Ao identificar os concorrentes diretos e indiretos, é necessário analisar as estratégias de marketing, preços e ofertas para encontrar maneiras de se diferenciar e atrair visitantes. Isso pode envolver aprimorar a experiência do cliente, desenvolver pacotes turísticos exclusivos, promover eventos especiais ou investir em marketing digital para aumentar a visibilidade das oportunidades de negócio aqui apresentadas.

## **2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES:**

Os fornecedores podem desempenhar um papel crucial na garantia de produtos e serviços de alta qualidade. Nesse estudo foram listados os seguintes fornecedores chaves:

## **1. FORNECEDORES DE ALIMENTOS E BEBIDAS:**

- Agricultores locais para fornecer ingredientes frescos, orgânicos e sazonais para a Cafeteria.
- Fornecedores de vinhos, queijos artesanais produzidos regionalmente e outros produtos como café arábica, cachaça, doces (em compota, cristalizados e cremosos), geleias, biscoitos, fubá de moinho de pedra, artesanatos e flores.
- Distribuidores de produtos alimentícios especiais, como mel, socol (embutido de carne de porco), limoncello (licor amarelo de limão siciliano), queijo tipo Resteia (de textura macia e sabor adocicado), puína (ricota cremosa), grappa (destilado do bagaço de cana), caponata (antepasto preparado à base de berinjela).

## **2. FORNECEDORES DE EQUIPAMENTOS E UTENSÍLIOS:**

- Fornecedores de equipamentos profissionais, como fogões, fornos, geladeiras e utensílios de preparação.
- Fornecedores de louças, talheres, copos e outros utensílios de mesa.
- Empresas de móveis como mesas, cadeiras e tendas para eventos ao ar livre.

## **3. FORNECEDORES DE MATERIAIS PARA ATIVIDADES DE NATUREZA:**

- Empresas de turismo de aventura que fornecem equipamentos para trilhas, como mochilas, calçados, bastões de trekking e lanternas.
- Fornecedores de equipamentos para esportes aquáticos, como caiaques, pedalinhas e coletes salva-vidas.
- Empresas de bicicletas e equipamentos para passeios de ciclismo.
- Empresas de veículos automotores, como quadriciclos.

#### **4. FORNECEDORES DE MATERIAIS PARA ATIVIDADES CULTURAIS:**

- Fornecedores de materiais para oficinas de artesanato, como argila, tintas, pincéis e ferramentas.
- Produtores de instrumentos musicais regionais para apresentações ao vivo e workshops de música.
- Empresas de produção de material promocional, como panfletos, cartazes e banners para eventos culturais.

#### **5. FORNECEDORES DE PRODUTOS DE LIMPEZA E HIGIENE:**

- Fornecedores de produtos de limpeza e saneantes para manter as instalações limpas e higienizadas.
- Empresas de serviços de lavanderia para limpeza de roupas de cama, toalhas e uniformes.
- Fornecedores de produtos de higiene pessoal para banheiros e áreas comuns.

Ao selecionar fornecedores, é importante considerar a qualidade dos produtos e serviços oferecidos, os prazos de entrega, os preços competitivos e a sustentabilidade das práticas comerciais. Estabelecer relacionamentos sólidos com fornecedores confiáveis pode contribuir significativamente para o sucesso e a reputação do seu negócio.

### **3. PLANO DE MARKETING**

Desenvolver um plano de marketing sólido é essencial para promover a manutenção e o crescimento dos negócios envolvidos nesse estudo, objetivando atrair visitantes interessados em suas experiências de natureza, gastronomia e cultura.

Aqui estão as principais estratégias de marketing para os atrativos com atividade de natureza, gastronomia e cultura no entorno do Lago Negro:

## **1. ANÁLISE DE MERCADO:**

- Pesquisa constante de mercado para entender as tendências, necessidades e preferências dos potenciais visitantes.
- Análise da concorrência para identificar pontos fortes e oportunidades de diferenciação.

## **2. POSICIONAMENTO DA MARCA:**

- Definição da proposta de valor única de cada negócio e como ele se diferencia da concorrência.
- Desenvolver mensagens de marca claras e persuasivas que ressoem com o público-alvo.

## **3. ESTRATÉGIAS DE MARKETING:**

- Desenvolver um website atraente e responsivo que destaque as experiências oferecidas pelas propostas de negócio.
- Utilizar as redes sociais para compartilhar conteúdo relevante, como fotos, vídeos e histórias de clientes satisfeitos.
- Implementar estratégias de SEO para melhorar o ranking do site nos mecanismos de busca.
- Investir em publicidade online direcionada para alcançar o público-alvo em diferentes plataformas.
- Estabelecer parcerias com agências de viagens e empresas de receptivo/transportes com foco em experiências.
- Estabelecer parcerias com influenciadores digitais, blogueiros de viagem e empresas locais para ampliar o alcance e a credibilidade da marca.
- Criar programas de afiliados para incentivar parceiros a promover os atrativos com atividade de natureza, gastronomia e cultura no entorno do Lago Negro em troca de comissões ou benefícios.
- Organizar eventos temáticos sazonais, como festivais gastronômicos, feiras de artesanato e concertos ao ar livre.

- Oferecer promoções especiais e descontos para reservas antecipadas, pacotes turísticos e clientes fiéis.

#### **4. CONTEÚDO DE QUALIDADE:**

- Criar e compartilhar conteúdo de qualidade que demonstre a autenticidade e o valor das experiências oferecidas por cada segmento.
- Publicar blogs, artigos e guias de viagem relevantes que destaquem a cultura local, a gastronomia regional e as atividades ao ar livre.

#### **5. AVALIAÇÃO E MONITORAMENTO:**

- Estabelecer métricas de desempenho claras para monitorar o sucesso das iniciativas de marketing, como tráfego do site, taxa de conversão e engajamento nas redes sociais.
- Realizar pesquisas de satisfação do cliente para entender o feedback dos visitantes e identificar áreas de melhoria.

#### **6. ORÇAMENTO DE MARKETING:**

- Alocar recursos financeiros de forma eficiente para maximizar o retorno sobre o investimento em marketing.

#### **7. AJUSTES E MELHORIAS CONTÍNUAS:**

- Analisar regularmente os resultados e fazer ajustes nas estratégias de marketing, conforme necessário, para otimizar o desempenho.

Com o plano de marketing pretende-se:

- Aumentar o reconhecimento da região, principalmente o Distrito de Pindobas, entre novos turistas e turistas interessados em experiências autênticas e sustentáveis.
- Atrair um número específico de visitantes para o complexo durante o próximo ano.
- Gerar um aumento nas reservas de pacotes turísticos integrados que incluem atividades de natureza, gastronomia e cultura.

Com a implementação deste plano de marketing abrangente e estratégico, os atrativos aqui definidos como oportunidades de negócio, poderão aumentar sua visibilidade, atrair mais visitantes e alcançar o sucesso desejado.

### **3.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS:**

As principais oportunidades de negócio como atrativos com atividade de natureza, gastronomia e cultura no entorno do Lago Negro são:

1. Atividades de Ecoturismo / Eco Trilhas e Arvorismo;
2. Serviços de Pedalinho e Caiaque;
3. Locação de Bike e Trilhas;
4. Serviço de Quadriciclos;
5. Cafeteria / Espaço Cultura.

A seguir serão apresentadas, separadamente, cada oportunidade de negócio, para maior entendimento em conjunto com estudo de viabilidade técnica e econômica, detalhado para cada oportunidade identificada.

#### **1. ATIVIDADES DE ECOTURISMO / ECO TRILHAS:**

As atividades do ecoturismo são voltadas para quem busca experiências autênticas e imersivas na natureza, participando de atividades como trilhas, observação de fauna e flora, visitas a áreas de conservação e interação responsável com as comunidades. Isso tudo ao redor e entorno do Lago Negro.

Os serviços serão prestados na modalidade de caminhada nas trilhas e trekking, a principal diferença entre trekking e trilha está na duração, intensidade e complexidade da experiência. O trekking é uma aventura de longa duração, que leva você a lugares remotos, enquanto a trilha é uma caminhada mais curta e acessível para desfrutar da natureza em um dia.

Serão desenvolvidos programas de educação ambiental para conscientizar os visitantes sobre a importância da preservação ambiental e o respeito pela natureza.

O segmento de Empresa de Serviços de Atividades de Ecoturismo/Eco Trilhas e Arvorismo, é abrangido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 7990-2/00 como “Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente”. Ele poderá fazer parte do Simples Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos como MEI (Microempreendedor Individual), de acordo com as leis atuais, como ME (Microempresas) ou EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006.

O ecoturismo, por se tratar de um tipo específico de turismo que lida com ambientes naturais ou em preservação, requer uma atenção especial à legislação. De maneira geral, o empreendimento deve ser registrado como empresa turística na Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur) e na Associação Brasileira de Agência de Viagens (ABAV), além de necessitar de outros documentos comuns a qualquer empresa, como o documento da Junta Comercial, CNPJ, cópia de CPF e RG, documento da Secretaria Estadual da Fazenda, IPTU do imóvel (se for o caso), cópia do contrato de locação ou compra/venda, alvará de funcionamento, entre outros documentos próprios de cada região e de cada negócio.

## **2. SERVIÇOS DE PEDALINHO E CAIAQUE:**

Os serviços de passeio de pedalinho e caiaque no Lago Negro em meio a natureza serão realizados por pequenas embarcações para um ou mais passageiros que acionam suas pás através de pedais ou remo. Além dos modelos tradicionais de fibra para duas pessoas, podem ser encontrados nas mais diversas versões, tais como: pedalinhos elétricos para portadores de necessidades especiais, pedalinhos para 3 ou 4 pessoas e pedalinho família para seis pessoas.

O segmento de Empresa de Serviços de Pedalinho e Caiaque,, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 9329-8/99 como “Atividade de operação da infraestrutura de transportes recreacionais, como a exploração de pedalinhos e caiaque”, poderá optar pelo Simples Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelo MEI (Microempreendedor Individual), ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006.

### **3. LOCAÇÃO DE BIKE E TRILHAS:**

Serviço de locação de bicicletas e aluguel de trilhas para praticantes de mountain bike ao redor e entorno do Lago Negro, oferecendo lazer e aventura para turistas e praticantes de esportes.

Praticar trilha de bike é uma maneira de aproveitar o ar livre, as belas paisagens e realizar um bom exercício físico. As trilhas são uma ótima maneira de conhecer novos lugares, estar junto à natureza, fazer percursos, transpondo irregularidades e obstáculos.

O segmento de Empresa de Serviços de Trilha de Bike, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 7990-2/00 como “Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente” poderá optar pelo Simples Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelos MEI (Microempreendedor Individual), de acordo com as leis atuais, ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006.

### **4. SERVIÇO DE QUADRICICLOS:**

Serviços de locações de quadriciclos no entorno do Lago Negro e da Vila Tropeiro, locais encantadores, sendo um paraíso escondido, e não há melhor

maneira de explorar suas belezas naturais do que em um quadriciclo emocionante.

Serão oferecidos aluguel de quadriciclos de alta qualidade, para que os turistas e hóspedes possam desbravar das paisagens deslumbrantes deste destino incrível.

O segmento de Empresa de Serviços de Quadriciclos, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 7990-2/00 como “Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente” poderá optar pelo Simples Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelos MEI (Microempreendedor Individual), de acordo com as leis atuais, ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006.

#### **5. CAFETERIA / ESPAÇO CULTURA:**

A Cafeteria com espaço Cultural apresentará cardápio com mix de produtos: cafés especiais com blends diferenciados, lanches, refeições leves, orgânicas cultivadas localmente e artigos de presentes ligados ao tema “café” em um ambiente com características das cafeterias europeias.

O empreendimento Gastronômico, Cafeteria / Espaço Cultural, contemplará aulas de culinária para os visitantes aprenderem a preparar especialidades regionais, como pratos à base de frutas da estação e receitas típicas da cultura local, como polenta e outras iguarias, assim como degustações de vinhos e cachaças produzidos por vinícolas e alambiques locais, acompanhadas de queijos artesanais e demais produtos regionais.

Oficinas de artesanato regional e apresentações de música e grupos de dança de artistas locais, que celebram a diversidade cultural da região através de ritmos e melodias tradicionais serão vivenciadas nas instalações da Cafeteria, objetivando conhecer a cultura local, tradições e estilo de vida.

O segmento de Empresa para Comércio como Cafeterias, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 5611-2/03 como “Lanchonetes, Casas de Chá, de Sucos e Similares” poderá optar pelo Simples Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelos MEI (Microempreendedor Individual), de acordo com as leis atuais, ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006.

### **3.2 POLÍTICAS DE PREÇOS:**

Definir políticas de preços adequadas é fundamental para o sucesso de um empreendimento, algumas diretrizes para desenvolver políticas de preços serão adotadas, como:

#### **1. SEGMENTAÇÃO DE MERCADO:**

Identificar diferentes segmentos de mercado, como famílias, casais, grupos de amigos e viajantes solo, e adaptar os preços de acordo com suas necessidades e preferências.

#### **2. PACOTES TURÍSTICOS INTEGRADOS:**

- Oferecer pacotes turísticos que incluam uma combinação de atividades de natureza, gastronomia e cultura, com preços atrativos em comparação com a compra de atividades separadamente.

#### **3. PREÇOS DINÂMICOS:**

- Considerar a implementação de preços dinâmicos, onde os preços variam com base na demanda, temporada, dias da semana e outros fatores relevantes.

#### **4. DESCONTOS E PROMOÇÕES:**

- Oferecer descontos especiais para reservas antecipadas, clientes fiéis, grupos grandes e durante períodos de baixa temporada para estimular as vendas.
- Lançar promoções sazonais, como ofertas especiais durante feriados, festivais locais ou eventos especiais.

#### **5. TRANSPARÊNCIA DE PREÇOS:**

- Garantir que os preços sejam transparentes e claros para os clientes, incluindo todos os custos adicionais, como taxas de serviço, impostos e outras despesas.

#### **6. VALOR PERCEBIDO:**

- Destacar os benefícios exclusivos oferecidos pelo município e distrito, como a autenticidade das experiências, a qualidade da culinária regional e a beleza natural da região, para justificar os preços praticados.

#### **7. FLEXIBILIDADE DE PREÇOS:**

- Ser flexível para negociar preços com grupos grandes, agências de viagens e parceiros comerciais para garantir parcerias estratégicas e aumentar o volume de vendas.

#### **8. MONITORAMENTO E ANÁLISE:**

- Monitorar regularmente o desempenho das políticas de preços, analisando a taxa de ocupação, o ticket médio, a receita gerada e o feedback dos clientes para fazer ajustes conforme necessário.

## 9. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO:

- Comunicar claramente o valor agregado das experiências oferecidas pelo empreendimento para justificar os preços aos clientes em potencial.
- Ao desenvolver políticas de preços, é importante encontrar um equilíbrio entre a maximização da receita e a garantia da satisfação do cliente. A flexibilidade, transparência e adaptabilidade são essenciais para criar uma estrutura de preços que seja competitiva, lucrativa e sustentável a longo prazo.

## 10. PREÇO/VALOR DOS SERVIÇOS E PRODUTOS A SEREM COMERCIALIZADOS:

- Para o estudo da precificação foram considerados o mercado de atuação e o valor percebido pelo cliente.
- Os preços/valores aqui apresentados são referências a serem melhor dimensionados durante o início das atividades
- O planejamento e gestão das atividades foram consideradas múltiplas formas de venda, tais como: individual, grupos espontâneos, grupos programados e demais combinações.

A seguir são apresentados os preços por descrição do Produto/Serviço para cada oportunidade de negócio.

### ATIVIDADES DE ECOTURISMO / ECO TRILHAS E ARVORISMO:

<b>Descrição do Produto / Serviço:</b>	<b>Preço de Venda Unitário (Individual)</b>
Serviço de Trilha/Trekking	R\$ 80,00
Arvorismo	R\$ 120,00
Serviço de Guia	R\$ 200,00

\* Fração da hora mínima a ser alugada é de 40 minutos.

### SERVIÇOS DE PEDALINHO E CAIAQUE:

<b>Descrição do Produto / Serviço:</b>	<b>Preço de Venda Unitário (Individual)</b>
<b>Passeio de Pedalinho</b>	R\$ 40,00
<b>Passeio de Caiaque</b>	R\$ 75,00

\* Fração da hora mínima a ser alugada é de 30 minutos.

### ALUGUEL DE BIKE E TRILHAS:

<b>Descrição do Produto / Serviço:</b>	<b>Preço Médio de Venda Unitário (Individual)</b>
Aluguel de Bike (modelo 01 e 02) + Trilha	R\$ 150,00
Aluguel de Trilhas	R\$ 80,00
Instrutor / Guia	R\$ 200,00

\* Fração da hora mínima a ser alugada é de 60 minutos.

Neste seguimento poderá ter pacotes para acúmulo de horas, conforme necessidade do cliente, com valores diferenciados.

### SERVIÇO DE QUADRICICLOS:

<b>Descrição do Produto / Serviço:</b>	<b>Preço de Venda Unitário (Individual)</b>
Aluguel de 1 hora - Individual	R\$ 300,00
Aluguel de 1 hora - Dupla	R\$ 500,00
Serviço do Guia Condutor	R\$ 200,00

\* Fração da hora mínima a ser alugada é de 60 minutos.

O passeio pode ser feito de forma individual ou com garupa (dupla) e é realizado em trilhas dentro de uma área monitorada e com um visual deslumbrante, acompanhado de instrutores de pilotagem com ampla experiência.

### CAFETERIA / ESPAÇO CULTURA:

<b>Descrição do Produto / Serviço:</b>	<b>Preço de Venda Unitário (Individual)</b>
Classe de Bebidas	R\$ 20,00
Classe de Lanches	R\$ 30,00
Classe de Tortas / Bolos	R\$ 35,00
Classe de Outros	R\$ 50,00
Venda de Produtos	R\$ 80,00
<b>TICKET MÉDIO ESPERADO: R\$ 80,00</b>	

\*Considera-se Classe como um conjunto de produtos.

\*\*Vendas de produtos são artesanatos, cachaças, pacote de café e outros.

### 3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS E DE COMERCIALIZAÇÃO:

Para promover e comercializar atividades de natureza, gastronomia e cultura no entorno do Lago Negro é importante adotar uma variedade de estratégias para alcançar seu público-alvo e destacar os diferenciais do seu produto ou destino. A seguir estão algumas estratégias promocionais e de comercialização:

#### 1. MARKETING DIGITAL:

- Desenvolver um site atrativo e informativo que destaque as atividades oferecidas, a culinária local, as acomodações disponíveis e outras atrações da região.
- Utilizar as mídias sociais para compartilhar fotos, vídeos e histórias sobre experiências de turismo de natureza, gastronomia e cultura. Interagir com seguidores e responder a perguntas para aumentar o engajamento.
- Investir em anúncios pagos nas redes sociais e no Google para alcançar um público mais amplo e direcionado.

## **2. PARCERIAS E COLABORAÇÕES:**

- Estabelecer parcerias com hotéis, restaurantes, lojas de artesanato e outras empresas locais para promover pacotes turísticos integrados que incluam atividades de natureza, gastronomia e cultura.
- Integração com os demais atrativos do Distrito Turístico e das Montanhas Capixabas através do modelo de Voucher Único.
- Colaborar com influenciadores digitais e blogueiros de viagem para promover o destino e as atividades oferecidas através de avaliações, recomendações e conteúdo gerado pelo usuário.

## **3. EVENTOS E FESTIVAIS:**

- Organizar eventos temáticos, como festivais gastronômicos, feiras de artesanato local ou concertos ao ar livre, para atrair visitantes e promover a cultura da região.
- Participar de feiras de turismo e eventos de networking para estabelecer contatos com agentes de viagem, operadores turísticos e outros profissionais do setor.

## **4. MARKETING DE CONTEÚDO:**

- Criar conteúdo relevante e informativo como blogs, vídeos e guias de viagem, que destaquem as atividades de natureza, gastronomia e cultura disponíveis na região.
- Otimizar o conteúdo para mecanismos de busca (SEO) para aumentar a visibilidade online e atrair tráfego qualificado para o seu site.

## **5. PROGRAMAS DE FIDELIDADE E DESCONTOS:**

- Oferecer descontos especiais para reservas antecipadas, pacotes turísticos e clientes fiéis para incentivar as vendas e promover a fidelidade do cliente.

- Criar programas de fidelidade ou cartões de desconto que ofereçam benefícios exclusivos, como upgrades gratuitos, refeições com desconto ou atividades adicionais gratuitas.
- Canais parceiros com Agências e Operadoras de Turismo.

Ao implementar essas estratégias de promoção e comercialização de forma integrada e consistente, você pode aumentar a conscientização sobre suas atividades de turismo de natureza, gastronomia e cultura, atrair mais visitantes e garantir uma experiência memorável para seus clientes.

## **4. PLANO OPERACIONAL**

Um plano operacional detalhado é essencial para garantir que o sucesso dos empreendimentos, aqui apresentados, sejam eficientes e eficazes, tais como:

### **1. OPERAÇÕES DE ALIMENTOS E BEBIDAS:**

- Gerenciamento de alimentos e bebidas, incluindo compras de ingredientes, controle de estoque, preparação de alimentos, serviço ao cliente e gestão de resíduos.
- Desenvolvimento de um menu sazonal que destaque pratos tradicionais da região e utilize ingredientes frescos e orgânicos fornecidos por agricultores locais.
- Treinamento de equipe em técnicas de culinária, padrões de higiene e atendimento ao cliente para garantir a qualidade e a satisfação do cliente.

### **2. ATIVIDADES DE NATUREZA E CULTURA:**

- Planejamento e organização de atividades ao ar livre, como trilhas guiadas, passeios de observação de aves, excursões de ecoturismo e oficinas de artesanato.

- Contratação de guias turísticos qualificados para liderar as atividades e garantir a segurança dos visitantes.
- Manutenção de trilhas, sinalização adequada e cuidado com o meio ambiente para preservar a natureza e garantir uma experiência positiva para os turistas.

### **3. GESTÃO DE EVENTOS E PROMOÇÕES:**

- Organização de eventos sazonais, festivais gastronômicos, concertos ao ar livre e outras atividades especiais para atrair visitantes e promover a cultura local.
- Desenvolvimento de parcerias estratégicas com empresas locais, agências de viagens e influenciadores digitais para promover e aumentar a conscientização da marca.

### **4. GESTÃO DE PESSOAS:**

- Recrutamento, treinamento e desenvolvimento de uma equipe talentosa e dedicada, incluindo chefs, guias turísticos, recepcionistas e pessoal de limpeza.
- Criação de um ambiente de trabalho positivo e inclusivo, incentivando a colaboração, o respeito mútuo e o crescimento profissional.

### **5. TECNOLOGIA E SISTEMAS DE INFORMAÇÃO:**

- Implementação de sistemas de reserva e gerenciamento de clientes para facilitar o agendamento de atividades, passeios e eventos.
- Utilização de tecnologia para melhorar a comunicação interna, automatizar processos e melhorar a experiência do cliente.

## **6. CONTROLE FINANCEIRO:**

- Elaboração e monitoramento de orçamentos operacionais para garantir a rentabilidade do negócio.
- Controle de custos, análise de desempenho financeiro e elaboração de relatórios regulares para tomar decisões informadas e estratégicas.

## **7. CONTINGÊNCIAS E GESTÃO DE RISCOS:**

- Desenvolvimento de planos de contingência para lidar com situações de emergência, como condições climáticas extremas, problemas de saúde pública ou interrupções nos serviços.
- Avaliação e mitigação de riscos relacionados à segurança dos visitantes, saúde e segurança no trabalho, proteção ambiental e conformidade regulatória.

Ao implementar este plano operacional de forma eficaz, os empreendimentos irão oferecer experiências memoráveis e autênticas aos seus visitantes e turistas, ao mesmo tempo que garante operações viáveis e sustentáveis.

### **4.1 INFRAESTRUTURA NECESSÁRIA**

A revitalização, limpeza e infraestrutura do entorno do Lago Negro, necessárias para a prática das oportunidades identificadas, não foram mensuradas nesse estudo.

As estimativas dos investimentos fixos, capital de giro, investimentos pré-operacionais, investimento total, estimativa de custos, estimativa do faturamento mensal e projeção de resultados serão detalhadas para cada oportunidade de negócio, separadamente, no item 5 – Plano Financeiro.

A infraestrutura necessária para cada segmento é:

## **1. ATIVIDADES DE ECOTURISMO / ECO TRILHAS:**

As atividades irão contribuir para a promoção do desenvolvimento econômico e social do Distrito Turístico de Pindobas, assim como a busca pela excelência na qualidade dos serviços oferecidos aos visitantes.

Para a realização dessa atividade comercial Ecoturismo / Eco Trilhas, será necessário o mapeamento das trilhas, delimitação da área limite, catalogar itens da flora e fauna. As trilhas ecológicas serão atividades educativas que estão previstas dentro da Política Nacional de Educação Ambiental. A Lei Nº 9.795 de 27 de abril de 1999, é uma importante ferramenta de educação, interpretação, comunicação e conscientização ambiental.

As trilhas interpretativas podem ser uma importante aliada na relação entre o visitante e sua vivência com a conservação do meio ambiente. De acordo com o MTUR (2010) as trilhas interpretativas são conjuntos de vias e percursos com função vivencial, com a apresentação de conhecimentos ecológicos e socioambientais da localidade e região. Podem ser autoguiadas, por meio de sinalização e mapas, ou percorridas com acompanhamento de guias de turismo ou condutores ambientais locais.

Logo, a infraestrutura mínima necessária é:

- Trilha Leve;
- Trilha Moderada;
- Trilha Pesada;
- Trilha Trekking;
- Área de Apoio / Base.

## **2. SERVIÇOS DE PEDALINHO E CAIAQUE:**

Uma empresa de serviço de pedalinhos não requer uma estrutura sofisticada, trata-se de um negócio de baixa complexidade, com poucos processos, abrangendo, basicamente as áreas descritas a seguir:

- Deck/Área de Espera (embarque e desembarque) para os clientes. Local onde serão locados os equipamentos, com a venda de ingressos, a distribuição de coletes salva-vidas, a orientação ao

uso dos pedalinhos, marcação do tempo e recepção dos usuários no retorno, com guarda volumes, destinado aos clientes que queiram guardar seus pertences com segurança, o que pode facilitar o seu passeio e proporciona mais conforto.

- Área de manutenção dos equipamentos e guarda de acessórios.

### **3. LOCAÇÃO E TRILHA DE BIKE:**

O serviço de locação de bicicletas e de aluguel de trilhas para praticantes de mountain bike ao redor e entorno do Lago Negro, oferecendo lazer e aventura para turistas e praticantes de esportes, com uma infraestrutura mínima necessária de:

- Trilha Leve;
- Trilha Moderada;
- Trilha Pesada;
- Trilha Radical;
- Área de Apoio / Base.

### **4. SERVIÇO DE QUADRICICLOS:**

Experiência com diversão, emoção e adrenalina em um veículo totalmente preparado para o off-road em meio à natureza na região de Pindobas, com uma infraestrutura mínima necessária de:

- Trilha Leve;
- Trilha Moderada;
- Trilha Pesada;
- Trilha Radical;
- Área de Apoio / Base.

## **5. CAFETERIA / ESPAÇO CULTURA:**

A estrutura necessária para as atividades de uma Cafeteria depende da produção no local ou não dos alimentos servidos pela cafeteria. Produzi-los demanda uma cozinha industrial e uma série de equipamentos para preparo e beneficiamento de doces e salgados.

O perfil do público-alvo do empreendimento também é levado em consideração, sendo que suas necessidades podem exigir desde uma estrutura de atendimento enxuta e simples a algo espaçoso e sofisticado.

Considerando-se uma estrutura básica da Cafeteria que comercializa produtos industrializados, vende salgados e doces de fabricantes parceiros e produz bebidas à base de chocolate e café, demanda-se, segundo estudos uma área inicial de cerca de 100m<sup>2</sup>, onde 60m<sup>2</sup> de área para a Cafeteria e 40m<sup>2</sup> para a área do Espaço Cultural.

Esta área pode ser dividida:

- Salão;
- Setor da Cafeteria;
- Sanitário para o público;
- Cozinha para produção;
- Estoque;
- Área administrativa e
- Sanitário para os funcionários.

A área de cozinha, cafeteria e atendimento diz respeito ao balcão de atendimento ao cliente, um balcão refrigerado e/ou aquecido para exposição de doces e salgados para consumo.

Na parte interna desta ilha de atendimento podem ser preparadas as bebidas, aquecidos e resfriados os alimentos provenientes dos fornecedores,

elaborados os pratos para servir, higienizados os pratos e copos em que são servidos os produtos e mantido um pequeno estoque dos produtos em trânsito na cafeteria.

O ambiente da cafeteria e salão deve ser mantido o mais limpo, iluminado e arejado possível, devendo-se atentar à legislação específica que diz respeito às características mínimas indispensáveis de sanitização, organização e manutenção das instalações de estabelecimentos que servem alimentos e bebidas. O layout de equipamentos e mesas para manipulação dos alimentos e bebidas, assim como das pias e balcões para higienização, deve ser organizado de forma a agilizar e otimizar o processo produtivo, permitindo livre circulação de pessoas e materiais.

A estocagem deve acontecer em lugar próprio para tal, sendo que se deve acondicionar de maneira adequada os alimentos a serem comercializados pela cafeteria, provenientes das fábricas de salgados e doces, além das matérias-primas das bebidas servidas e os industrializados a serem vendidos como complementos, conforme as recomendações dos fornecedores.

O salão para acesso ao consumo dos produtos de cafeteria deve contar com mesas, cadeiras, bancadas, dentre outros, cujas características variam de acordo com o público que se pretende atingir. Nesta área, devem ser disponibilizados também dois banheiros – feminino e masculino – para utilização do público. Além de poder estar localizado junto ao balcão de atendimento, o caixa também pode ser disposto no salão de acesso e consumo.

Pode-se considerar também a existência de um escritório para a realização dos trabalhos administrativos e financeiros e também para realização de atendimento a fornecedores, contendo aparatos básicos para o apoio às atividades de escritório.

Junto a esta parte, deve ser disposto também um banheiro para uso dos funcionários do estabelecimento.

O Espaço Cultural contemplará uma área de 40m<sup>2</sup>, para a realização das Oficinas de artesanato regional, apresentações de música, grupos de dança de artistas locais, apresentação da diversidade cultural da região por meio de ritmos e melodias tradicionais e vivenciadas nas instalações da Cafeteria, objetivando conhecer a cultura local, tradições e estilo de vida.

A parte estrutural da Cafeteria também pode respeitar a questão da sustentabilidade por meio de mudanças e adequações que podem ocasionar em redução de desperdício e conseqüentemente aumento do lucro. Deve-se priorizar a utilização da luz solar para iluminação do estabelecimento, o que demanda a construção de janelas e portas em locais que recebam o máximo de luminosidade durante o dia. Também pode ser utilizada a radiação solar para geração de eletricidade, energia limpa cuja utilização cresce conforme a conscientização da sociedade e a redução do preço dos equipamentos para a geração desta energia fotovoltaica.

Ainda sobre o tema sustentabilidade social, além das adequações físicas necessárias para garantir a acessibilidade do local exigida pela legislação brasileira, deve-se possibilitar acesso aos portadores de necessidades especiais, observando as principais normas de interesse para pessoas portadoras de necessidades especiais, em <http://www.soleis.com.br/deficiencia.htm>, 02.05.2024.

## **4.2 PROCESSOS OPERACIONAIS**

Nesse estudo será detalhado separadamente a processo operacional necessário para cada negócio, conforme apresentado a seguir:

## **1. ATIVIDADES DE ECOTURISMO/ECO TRILHAS:**

As atividades de Ecoturismo/Eco Trilhas deverão satisfazer as expectativas dos clientes no que diz respeito à qualidade, variedade das experiências, segurança e necessidade de conhecimento.

O serviço será prestado seguindo a legislação vigente e os seguintes critérios:

- Para realizar a subida de montanhas e/ou trilhas mata adentro, será necessário o acompanhamento de um guia que conheça o local.
- Cada produto oferecido será mapeado de acordo com os diferentes níveis, desde iniciantes até caminhantes profissionais.
- Dias/Horários: sexta a domingo e feriados das 8h às 17h.
- Poderá ser realizado agendamento com antecedência em outros dias da semana, para maior conforto dos clientes.
- Crianças só poderão realizar as atividades acompanhadas dos pais ou responsável.
- Portadores de deficiência acompanhados por responsável maior de 18 anos e pessoas acima de 60 anos, têm desconto de 50% no valor.
- Obrigatório o uso de sapato fechado.
- Seguir as normas estabelecidas pela empresa prestadora de serviço.
- Valor será definido em tabela fixada no local e disponível em demais meios de divulgação e comunicação.

## **2. SERVIÇOS DE PEDALINHO E CAIAQUE:**

Os processos operacionais de uma empresa de serviço de pedalinho e caiaque são divididos em:

- Exposição dos equipamentos para locação, local onde são expostos os equipamentos disponíveis para aluguel.
- Atendimento ao cliente, venda do ticket de serviço, orientação ao usuário quanto ao tempo de uso, colocação dos coletes salva-vidas, acesso aos pedalinhos, controle de tempo e recepção no retorno.
- Depósito e guarda de equipamentos, área onde são armazenados os pedalinhos que não estão em uso, por questões de sazonalidade ou porque estão em manutenção.
- Administração, destina-se às atividades de relacionamento com fornecedores, controle de contas a pagar, atividades de recursos humanos, controle financeiro e de contas bancárias, acompanhamento do desempenho do negócio e outras que o empreendedor julgar necessárias para o bom andamento do empreendimento.

O serviço será prestado seguindo a legislação vigente e os seguintes critérios:

- Dias/Horários: sexta a domingo e feriados das 8h às 17h.
- Poderá ser realizado agendamento com antecedência em outros dias da semana, para conforto dos clientes.
- Crianças de 02 a 12 anos só poderão fazer uso acompanhadas dos pais ou responsável.
- É vetado o uso para crianças menores de 02 anos.
- Portadores de deficiência acompanhados por responsável maior de 18 anos e pessoas acima de 60 anos, têm desconto de 50% no valor.
- Obrigatório o uso de colete salva-vidas.
- Seguir as normas estabelecidas pela empresa prestadora de serviço.

- Valor da fração da hora será definido em tabela fixada no local e disponível em demais meios de divulgação e comunicação.

### **3. LOCAÇÃO E TRILHA DE BIKE:**

O serviço será prestado seguindo a legislação vigente e os seguintes critérios:

- Dias / Horários: sexta a domingo e feriados das 8h às 17h.
- Poderá ser realizado agendamento com antecedência em outros dias da semana, para maior conforto dos clientes.
- Cada produto oferecido será mapeado de acordo com os diferentes níveis, desde iniciantes até profissionais.
- Crianças de 10 anos só poderão fazer uso acompanhadas dos pais ou responsável.
- Portadores de deficiência acompanhados por responsável maior de 18 anos e pessoas acima de 60 anos, têm desconto de 50% no valor.
- Obrigatório o uso de capacete e demais itens de segurança.
- Seguir as normas estabelecidas pela empresa prestadora de serviço.
- Valor da fração da hora será definido em tabela fixada no local e disponível em demais meios de divulgação e comunicação.

### **4. SERVIÇO DE QUADRICICLOS:**

O serviço será prestado seguindo a legislação vigente e os seguintes critérios:

- Dias/Horários: sexta a domingo e feriados das 8h às 17h.
- Poderá ser realizado agendamento com antecedência em outros dias da semana, para conforto dos clientes.
- O produto será mapeado de acordo com o tempo a ser alugado.
- Criança de 8 anos só poderá fazer uso acompanhada dos pais ou responsável.

- Portadores de deficiência acompanhados por responsável maior de 18 anos e pessoas acima de 60 anos, têm desconto de 50% no valor.
- Obrigatório o uso de capacete e demais itens de segurança.
- Seguir as normas estabelecidas pela empresa prestadora de serviço.
- Valor da hora será definido em tabela fixada no local e disponível em demais meios de divulgação e comunicação.
- O quadriciclo é 4X4 - semiautomático.
- Será realizado passeios com apenas 1 (um) quadriciclo por guia, garantindo assim um atendimento exclusivo.
- Cabem até 2 pessoas, (condutor e um passageiro).
- Obrigatório apresentar CNH categoria B, uso de capacete, assinatura do contrato de locação no ato do check-in e aprovar a prova de condução.
- Será expressamente PROIBIDO o transporte de criança menor de 7 anos, na forma do artigo 4º, inciso III, da Resolução 573/2015 do Contrans.
- Por motivos de segurança, mulheres grávidas não podem realizar esta atividade.

##### **5. CAFETERIA / ESPAÇO CULTURA:**

O serviço será prestado seguindo a legislação vigente e os seguintes critérios:

- Dias/Horários: sexta a domingo e feriados das 8h às 17h, ou horários específicos conforme necessidade comercial e cultural.
- Oferecer cafés especiais com blends diferenciados.
- Buscar o envolvimento de todos os membros da equipe de trabalho para o conhecimento dos objetivos da empresa para que possam se sentir motivados em contribuir com o seu crescimento.

- Atender o público com simpatia, conhecer o cardápio e as características dos produtos da empresa e saber se comunicar com os clientes/turistas para que possam oferecer as informações solicitadas.
- Treinar e conscientizar, continuamente, com relação a contaminação de alimentos, as práticas de medidas de segurança dos produtos, aos procedimentos de limpeza e sanitização.
- Receitas preparadas à base de café, como bolos, licores, sorvetes, além de itens para o consumo da bebida.
- Loja bem ventilada e espaço suficiente para acomodar confortavelmente os clientes, equipamentos e toda a estrutura necessária.
- Decoração caracterizada para proporcionar ao cliente um ambiente confortável e agradável.
- Palestras mensais para difundir as propriedades terapêuticas do café.
- Espaço anexo a ser utilizado com a finalidade cultural.

#### **4.3 NECESSIDADE DE PESSOAL:**

A necessidade de pessoal irá variar conforme demanda, ou seja, em períodos de baixa e alta temporada, conforme apresentado no item 5 - Plano Financeiro.

Será detalhado separadamente a necessidade de pessoal para cada negócio, levando em consideração o envolvimento do empreendedor, conforme apresentado a seguir.

Para as atividades de Ecoturismo/Eco Trilhas, Locação e Trilha de Bike, o empreendedor poderá atender demandas, individualmente, nas baixas

temporadas, porém, em altas temporadas é necessário a contratação temporária de profissionais para auxiliar nas atividades.

Será contratado a prestação de serviços por um Guia, conforme demanda, mediante contrato de prestação de serviços por profissionais devidamente qualificado e registrado.

Para os Serviços de Pedalinho, Caiaque e Quadriciclo a quantidade de profissionais está relacionada ao porte do empreendimento. A empresa de serviço de pequeno porte irá começar com um empregado.

O empregado ficará responsável pelas atividades de vendas de tickets para os turistas, colocação de coletes salva-vidas, orientações de segurança, marcação do tempo, orientação de uso, apoio e recepção dos clientes no retorno do passeio.

O perfil profissional esperado é escolaridade correspondente ao ensino médio, ter experiência em atendimento qualificado a clientes, saber lidar com pessoas, ser comprometido com o negócio e promover segurança e bem-estar.

O empreendedor será responsável pela gestão do empreendimento e demais atividades.

A quantidade de profissionais demandados em uma Cafeteria irá depender do porte e da demanda, sendo assim, neste estudo, foi considerado a princípio, um profissional que irá dar apoio ao empreendedor. Porém, no ramo de serviços de alimentação, além de se prezar pela qualidade total dos alimentos oferecidos, deve-se atentar ao nível de serviço que os colaboradores da empresa fornecem aos clientes.

Deve-se buscar contratar pessoas com experiência prévia na área e fornecer treinamento adequado para que as atividades possam ser realizadas com eficiência e os objetivos da empresa sejam alcançados.

Recomenda-se, caso tenha um barista, curso na área de preparo de cafés e similares e experiência na área, já que o trabalho que o mesmo realiza é o responsável por grande parte do sucesso do empreendimento.

Recomenda-se também, por parte dos funcionários, o uso de uniformes, redes e toucas para os cabelos sempre presos, não utilização de acessórios como brincos, pulseiras, anéis, aliança, colares, relógio, assim como a manutenção de um ambiente de trabalho e atendimento mais limpo e sanitizado possível.

Questões de sustentabilidade cultural e social devem ser levadas em consideração na relação empresa - colaborador. Devem-se fornecer salários justos, tratamento digno baseado em relação de respeito, responsabilidade e transparência. Podem ser desenvolvidos, ainda, programas de treinamento e desenvolvimento profissional e pessoal, o que acaba por resultar na melhoria da qualidade de vida dos funcionários.

A utilização de uniformes, além de instruções sobre manuseio de máquinas e equipamentos, por exemplo, são formas de garantir segurança e saúde ocupacional e reduzir acidentes de trabalho.

O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e o treinamento adequado.

## 5. PLANO FINANCEIRO

Um plano financeiro bem elaborado é uma ferramenta fundamental para garantir a estabilidade e o crescimento sustentável de qualquer empreendimento. Ele fornece uma estrutura para tomar decisões financeiras informadas e adaptar-se às mudanças nas condições do mercado e nos objetivos financeiros.

### 5.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS:

Nesse estudo, será detalhado separadamente a estimativa dos investimentos fixos necessária para cada negócio, conforme apresentado a seguir:

#### 1. ATIVIDADES DE ECOTURISMO / ECO TRILHAS:

##### INVESTIMENTO FIXO

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
<b>Máquinas e Equipamentos</b>	<b>R\$ 16.500,00</b>
Rádio Comunicador (1 unidade)	R\$ 1.500,00
Equipamentos e Acessórios para Arvorismo	R\$ 15.000,00
<b>Móveis e Utensílios</b>	<b>R\$ 11.000,00</b>
Mesa de Apoio (1 unidade)	R\$ 1.000,00
Cadeira (2 unidades)	R\$ 3.800,00
Banco em madeira (2 unidades)	R\$ 2.500,00
Guarda Volume (1 unidade)	R\$ 3.700,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 27.500,00</b>

## 2. SERVIÇOS DE PEDALINHO E CAIAQUE:

### INVESTIMENTO FIXO

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
<b>Máquinas e Equipamentos</b>	<b>R\$ 69.000,00</b>
Pedalinho para locação (5 unidades) + Frete	R\$ 50.000,00
Caiaque para locação (5 unidades) + Frete	R\$ 15.000,00
Coletes salva vidas tamanhos P, M, G e GG (30 unidades)	R\$ 4.000,00
<b>Móveis e Utensílios</b>	<b>R\$ 11.000,00</b>
Mesa de Apoio (1 unidade)	R\$ 1.000,00
Cadeira (2 unidades)	R\$ 3.800,00
Banco em madeira (2 unidades)	R\$ 2.500,00
Guarda Volume (1 unidade)	R\$ 3.700,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 80.000,00</b>

## 3. LOCAÇÃO E TRILHA DE BIKE:

### INVESTIMENTO FIXO

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
<b>Máquinas e Equipamentos</b>	<b>R\$ 59.000,00</b>
Bike (modelo 01) - 5 unidades + Frete	R\$ 25.000,00
Bike (modelo 02) - 5 unidades + Frete	R\$ 30.000,00
Material de segurança em geral (capacete e outros)	R\$ 2.500,00
Rádio Comunicador	R\$ 1.500,00
<b>Móveis e Utensílios</b>	<b>R\$ 11.000,00</b>
Mesa de Apoio (1 unidade)	R\$ 1.000,00
Cadeira (2 unidades)	R\$ 3.800,00
Banco em madeira (2 unidades)	R\$ 2.500,00
Guarda Volume (1 unidade)	R\$ 3.700,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 70.000,00</b>

#### 4. SERVIÇO DE QUADRICICLOS:

##### INVESTIMENTO FIXO

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
<b>Máquinas e Equipamentos</b>	<b>R\$ 4.500,00</b>
Material de segurança em geral (capacete e outros)	R\$ 3.000,00
Rádio Comunicador (1 unidade)	R\$ 1.500,00
<b>Móveis e Utensílios</b>	<b>R\$ 11.000,00</b>
Mesa de Apoio (1 unidade)	R\$ 1.000,00
Cadeira (2 unidades)	R\$ 3.800,00
Banco em madeira (2 unidades)	R\$ 2.500,00
Guarda Volume (1 unidade)	R\$ 3.700,00
<b>Veículos</b>	<b>R\$ 250.000,00</b>
Quadriciclo – (3 unidades)	R\$ 250.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 265.500,00</b>

#### 5. CAFETERIA / ESPAÇO CULTURA:

##### INVESTIMENTO FIXO

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
<b>Máquinas e Equipamentos</b>	<b>R\$ 300.000,00</b>
Máquinas e Equipamentos em Geral	R\$ 300.000,00
<b>Móveis e Utensílios</b>	<b>R\$ 150.000,00</b>
Móveis e Utensílios em Geral	R\$ 150.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 450.000,00</b>

A lista de equipamentos é grande, isso sem considerar alguns itens de decoração, mas no início, há possibilidade de alugar parte do maquinário. É importante avaliar qual é a melhor opção entre adquirir equipamentos novos, seminovos e alugar.

Segue os principais equipamentos:

- Cafeteira / Máquina de café;
- Caixa registradora;
- Computador;
- Coifa;

- Espremedor de frutas;
- Estufa de salgados;
- Filtro de água;
- Fogão industrial;
- Forno;
- Forno micro-ondas;
- Freezer;
- Geladeiras;
- Liquidificadores;
- Mesas e cadeiras;
- Moinho de café;
- Vitrine para doces.

Segue os principais utensílios:

- Copos de água;
- Copos com alça para bebidas quentes;
- Copos sem alça para bebidas frias;
- Jarras de inox;
- Mexedores;
- Pincel para limpeza do filtro;
- Porta-guardanapo;
- Talheres;
- Taças;
- Xícaras.

## **5.2 CAPITAL DE GIRO:**

O Capital de Giro é um conceito financeiro fundamental para qualquer empreendimento, incluindo aqueles que envolvem atividades de natureza, gastronomia e cultura. Ele se refere aos recursos financeiros necessários para cobrir as despesas operacionais diárias e manter as operações funcionando de forma eficiente.

Em um negócio que envolve atividades de natureza, gastronomia e cultura, é importante considerar o ciclo financeiro, que é o tempo entre o pagamento de despesas relacionadas à produção (como ingredientes, pessoal, aluguel) e o recebimento do pagamento dos clientes. O capital de giro é necessário para cobrir as despesas durante esse período.

Às vezes, ocorrem flutuações sazonais na demanda, por exemplo, picos de atividade em épocas do ano. O capital de giro é essencial para ajudar a cobrir os custos fixos durante períodos de menor receita.

Para a operação da Cafeteria, é necessário manter um estoque adequado de ingredientes e suprimentos. O capital de giro é utilizado para financiar a compra desses estoques e garantir que haja produtos suficientes para atender à demanda dos clientes.

Para calcular o capital de giro necessário para cada atividade foi estimado custos e despesas operacionais, que se refere ao ativo circulante (aplicações financeiras, caixa, bancos, contas a receber, dentre outros recursos) menos o passivo circulante (contas a pagar, fornecedores, empréstimos, etc.).

É importante revisar regularmente essas projeções financeiras e ajustar sua reserva de capital de giro conforme necessário, especialmente à medida que o negócio cresce ou enfrenta mudanças nas condições do mercado.

A seguir, é apresentado o capital de giro para cada oportunidade de negócio.

DESCRIÇÃO	FATURAMENTO	CAPITAL DE GIRO (NCG)	%
ECOTURISMO / ECO TRILHAS E ARVORISMO	R\$ 117.600,00	R\$ 5.880,00	5%
SERVIÇOS DE PEDALINHO E CAIAQUE	R\$ 59.520,00	R\$ 2.976,00	5%
LOCAÇÃO E TRILHA DE BIKE	R\$ 75.360,00	R\$ 3.768,00	5%
SERVIÇO DE QUADRICICLOS	R\$ 94.400,00	R\$ 4.720,00	5%
CAFETERIA / ESPAÇO CULTURA	R\$ 122.880,00	R\$ 12.288,00	10%

### 5.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS:

Investimentos pré-operacionais são os gastos necessários para preparar um empreendimento antes que ele comece a operar oficialmente. No contexto de um empreendimento que envolve atividades de natureza, gastronomia e

cultura, esses investimentos podem incluir uma variedade de despesas específicas.

## 1. ATIVIDADES DE ECOTURISMO / ECO TRILHAS:

### INVESTIMENTO PRÉ - OPERACIONAL

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
<b>Construções</b>	<b>R\$ 80.000,00</b>
Estrutura das Trilhas e Arvorismo	R\$ 80.000,00
<b>Reformas</b>	<b>R\$ 20.000,00</b>
Estrutura de Apoio e Atendimento	R\$ 20.000,00
<b>Outros</b>	<b>R\$ 16.000,00</b>
Identidade visual	R\$ 10.000,00
Licenças e Permissões	R\$ 1.000,00
Mapeamento das trilhas e delimitação da área limite	R\$ 5.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 116.000,00</b>

## 2. SERVIÇOS DE PEDALINHO E CAIAQUE:

### INVESTIMENTO PRÉ - OPERACIONAL

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
<b>Construções</b>	<b>R\$ 40.000,00</b>
Deck / Ancoradouro	R\$ 40.000,00
<b>Reformas</b>	<b>R\$ 20.000,00</b>
Estrutura de Apoio e Atendimento	R\$ 20.000,00
<b>Outros</b>	<b>R\$ 16.000,00</b>
Identidade visual	R\$ 10.000,00
Licenças e Permissões	R\$ 1.000,00
Mapeamento do Lago	R\$ 5.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 76.000,00</b>

### 3. LOCAÇÃO E TRILHA DE BIKE:

#### INVESTIMENTO PRÉ - OPERACIONAL

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
<b>Construções</b>	<b>R\$ 50.000,00</b>
Construção e mapeamento das trilhas	R\$ 50.000,00
<b>Reformas</b>	<b>R\$ 20.000,00</b>
Estrutura de Apoio e Atendimento	R\$ 20.000,00
<b>Outros</b>	<b>R\$ 11.000,00</b>
identidade visual	R\$ 10.000,00
Licenças e Permissões	R\$ 1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 81.000,00</b>

#### INVESTIMENTO PRÉ - OPERACIONAL

### 4. SERVIÇO DE QUADRICICLOS:

#### INVESTIMENTO PRÉ - OPERACIONAL

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
<b>Reformas</b>	<b>R\$ 20.000,00</b>
Estrutura de Apoio e Atendimento	R\$ 20.000,00
<b>Outros</b>	<b>R\$ 16.000,00</b>
Mapeamento das Região	R\$ 5.000,00
identidade visual	R\$ 10.000,00
Licenças e Permissões	R\$ 1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$36.00,00</b>

## 5. CAFETERIA / ESPAÇO CULTURA:

### INVESTIMENTO PRÉ - OPERACIONAL

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
<b>Construções</b>	<b>R\$ 180.000,00</b>
Cafeteria com 100m <sup>2</sup> (Custo do m <sup>2</sup> de R\$1.800,00)	R\$ 180.000,00
<b>Outros</b>	<b>R\$ 17.000,00</b>
Identidade visual	R\$ 10.000,00
Elaboração de menus	R\$ 6.000,00
Licenças e Permissões	R\$ 1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 197.000,00</b>

É fundamental acompanhar de perto os gastos e manter um controle rigoroso sobre o orçamento durante o estágio pré-operacional.

### 5.4 INVESTIMENTO TOTAL:

Para determinar o investimento total necessário foi realizada uma análise abrangente de todos os custos envolvidos, incluindo os investimentos pré-operacionais que mencionamos anteriormente, bem como outros custos relacionados ao início das operações e o capital de giro.

É importante ser o mais preciso possível ao calcular o investimento total, considerando todas as despesas relevantes e fazendo estimativas realistas, conforme apresentado a seguir.

## 1. ATIVIDADES DE ECOTURISMO / ECO TRILHAS:

<b>DISCRIMINAÇÃO</b>	<b>VALOR R\$</b>	<b>%*</b>
<b>Construções</b>	<b>80.000,00</b>	53,6 %
Estrutura das Trilhas e Arvorismo	80.000,00	
<b>Máquinas e Equipamentos</b>	<b>16.500,00</b>	11,0%
Rádio Comunicador	1.500,00	
Equipamentos e Acessórios para Arvorismo	15.000,00	
<b>Móveis e Utensílios</b>	<b>11.000,00</b>	7,4%
Mesa de Apoio (1 unidade)	1.000,00	
Cadeira (4 unidades)	3.800,00	
Banco em madeira (2 unidades)	2.500,00	
Guarda Volume (1 unidade)	3.700,00	
<b>Reformas</b>	<b>20.000,00</b>	13,4%
Estrutura de Apoio e Atendimento	20.000,00	
<b>Taxa de Franquia / Fundo Comercial</b>	<b>-</b>	0,0%
<b>Veículos</b>	<b>-</b>	0,0%
<b>Outros</b>	<b>21.880,00</b>	14,6%
identidade visual	10.000,00	
Licenças e Permissões	1.000,00	
NCG	5.880,00	
Mapeamento das trilhas e delimitação da área limite	5.000,00	
<b>Total</b>	<b>149.380,00</b>	

## 2. SERVIÇOS DE PEDALINHO E CAIAQUE:

<b>DISCRIMINAÇÃO</b>	<b>VALOR R\$</b>	<b>%*</b>
<b>Construções</b>	<b>40.000,00</b>	25,2 %
Deck / Ancorador	40.000,00	
<b>Máquinas e Equipamentos</b>	<b>69.000,00</b>	43,4 %
Pedalinho para locação (5 unidades) + Frete	50.000,00	
Caiaque para locação (5 unidades) + Frete	15.000,00	
Coletes salva vidas tamanhos P, M, G e GG (30 unidades)	4.000,00	
<b>Móveis e Utensílios</b>	<b>11.000,00</b>	6,9%
Mesa de Apoio (1 unidade)	1.000,00	
Cadeira (4 unidades)	3.800,00	
Banco em madeira (2 unidades)	2.500,00	
Guarda Volume (1 unidade)	3.700,00	
<b>Reformas</b>	<b>20.000,00</b>	12,6%
Estrutura de Apoio e Atendimento	20.000,00	
<b>Taxa de Franquia / Fundo Comercial</b>	<b>-</b>	0,0%
<b>Veículos</b>	<b>-</b>	0,0%
<b>Outros</b>	<b>18.976,00</b>	11,9%
identidade visual	10.000,00	
Licenças e Permissões	1.000,00	
NCG	2.976,00	
Mapeamento do Lago	5.000,00	
<b>Total</b>	<b>158.976,00</b>	

### 3. LOCAÇÃO E TRILHA DE BIKE:

<b>DISCRIMINAÇÃO</b>	<b>VALOR R\$</b>	<b>%*</b>
<b>Construções</b>	<b>50.000,00</b>	32,3 %
Construção e mapeamento das trilhas	50.000,00	
<b>Máquinas e Equipamentos</b>	<b>59.000,00</b>	38,1%
Bike (modelo 01) - 5 unidades + Frete	25.000,00	
Bike (modelo 02) - 5 unidades + Frete	30.000,00	
Material de segurança em geral (capacete e outros)	2.500,00	
Rádio Comunicador	1.500,00	
<b>Móveis e Utensílios</b>	<b>11.000,00</b>	7,1%
Mesa de Apoio (1 unidade)	1.000,00	
Cadeira (4 unidades)	3.800,00	
Banco em madeira (2 unidades)	2.500,00	
Guarda Volume (1 unidade)	3.700,00	
<b>Reformas</b>	<b>20.000,00</b>	12,9%
Reforma do local para receber os clientes	20.000,00	
<b>Taxa de Franquia / Fundo Comercial</b>	<b>-</b>	0,0%
<b>Veículos</b>	<b>-</b>	0,0%
<b>Outros</b>	<b>14.768,00</b>	9,5%
identidade visual	10.000,00	
Licenças e Permissões	1.000,00	
NCG	3.768,00	
<b>Total</b>	<b>154.768,00</b>	

#### 4. SERVIÇO DE QUADRICICLOS:

<b>DISCRIMINAÇÃO</b>	<b>VALOR R\$</b>	<b>%*</b>
<b>Construções</b>	-	0,0%
	-	
<b>Máquinas e Equipamentos</b>	<b>4.500,00</b>	1,5%
Material de segurança em geral (capacete e outros)	3.000,00	
Rádio Comunicador	1.500,00	
<b>Móveis e Utensílios</b>	<b>11.000,00</b>	3,6%
Mesa de Apoio (1 unidade)	1.000,00	
Cadeira (4 unidades)	3.800,00	
Banco em madeira (2 unidades)	2.500,00	
Guarda Volume (1 unidade)	3.700,00	
<b>Reformas</b>	<b>20.000,00</b>	6,5%
Estrutura de Apoio e Atendimento	20.000,00	
<b>Taxa de Franquia / Fundo Comercial</b>	-	0,0%
<b>Veículos</b>	<b>250.000,00</b>	81,6%
Quadriciclo - 3 unidades + Frete	250.000,00	
<b>Outros</b>	<b>20.720,00</b>	6,8%
identidade visual	10.000,00	
Licenças e Permissões	1.000,00	
NCG	4.720,00	
Mapeamento da Região	5.000,00	
<b>Total Investimento Fixo e Depreciação Anual</b>	<b>306.220,00</b>	

## 5. CAFETERIA / ESPAÇO CULTURA:

<b>DISCRIMINAÇÃO</b>	<b>VALOR R\$</b>	<b>%*</b>
<b>Construções</b>	<b>180.000,00</b>	27,3 %
Cafeteria com 100m <sup>2</sup> (Custo do m <sup>2</sup> de R\$1800,00)	180.000,00	
<b>Máquinas e Equipamentos</b>	<b>300.000,00</b>	45,5 %
Máquinas e Equipamentos em Geral	300.000,00	
<b>Móveis e Utensílios</b>	<b>150.000,00</b>	22,8 %
Móveis e Utensílios em Geral	150.000,00	
<b>Reformas</b>	<b>-</b>	0,0%
<b>Taxa de Franquia / Fundo Comercial</b>	<b>-</b>	0,0%
<b>Veículos</b>	<b>-</b>	0,0%
<b>Outros</b>	<b>29.288,00</b>	4,4%
Identidade visual	10.000,00	
Elaboração de menus	6.000,00	
Licenças e Permissões	1.000,00	
NCG	12.288,00	
<b>Total Investimento Fixo e Depreciação Anual</b>	<b>659.288,00</b>	

### 5.5 ESTIMATIVA DE CUSTOS:

Para fornecer uma estimativa de custos para uma atividade de natureza, gastronomia e cultura, foi considerado uma série de fatores, como localização, duração dos serviços prestados, número de participantes, tipo de gastronomia e atividades culturais envolvidas.

Foram levadas em consideração os seguintes custos:

- **Localização:** O custo do aluguel de um espaço ao ar livre ou indoor para realizar a atividade, construção de um deck, área da cafeteria e outros.

- **Gastronomia:** Inclui custos com alimentos e bebidas, bem como serviço de catering, caso necessário. Isso pode variar dependendo do menu escolhido e do número de convidados.
- **Infraestrutura:** Se for necessário montar estruturas temporárias, como tendas, mesas, cadeiras, etc.
- **Equipamentos:** Custos relacionados à locação ou compra de equipamentos e maquinários.
- **Marketing e publicidade:** custos associados à promoção do evento, incluindo materiais impressos, publicidade on-line, etc.
- **Entretenimento cultural:** Se houver apresentações ao vivo, workshops, demonstrações culinárias ou qualquer outra forma de entretenimento cultural, será preciso considerar os custos relacionados a artistas, instrutores, equipamentos, etc.
- **Licenças e permissões:** Dependendo da localização e das atividades planejadas, podem ser necessárias licenças e permissões específicas, o que pode acarretar em custos adicionais.
- **Segurança e limpeza:** custos associados à contratação de pessoal de segurança e serviços de limpeza para garantir a segurança e a limpeza do local durante e após o evento.
- **Logística:** Custos relacionados ao transporte de equipamentos, alimentos e pessoal para o local do evento.
- **Contingências / Capital de Giro:** é sempre prudente reservar uma parte do orçamento para despesas imprevistas ou emergências.
- **Impostos e taxas de serviço:** São tributos a serem pagos conforme enquadramento tributário de cada atividade.
- **Serviço de terceiros:** Serviços prestados por prestadores de serviços, como guias, instrutores, artistas e outros.

- Os custos irão variar conforme quantidade de Produto/Serviço demandado.

Os custos foram separados em Custo Fixo e Custo Variável para cada oportunidade de negócio.

## 1. ATIVIDADES DE ECOTURISMO / ECO TRILHAS E ARVORISMO:

### CUSTO FIXO:

#### CUSTOS COM MÃO DE OBRA

Cargo/Função	Nº func.	Salário	%*	Encargos	Total
Ajudante Geral	1	2.500,00	37,54%	938,50	3.438,50
Instrutor	2	2.500,00	37,54%	938,50	6.877,00
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>			<b>1.877,00</b>	<b>10.315,50</b>

\* - Percentual de encargos sobre a folha (Já inclusos provisões): Se a empresa for optante pelo regime simples este percentual é de 37,54% (Anexos I, II e III) 66,0% (Anexos IV e V), se for regime normal o percentual é de 75,40%

<b>Discriminação</b>	<b>Valor R\$</b>
Mão de Obra + Encargos	10.315,50
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	3.000,00
Água	300,00
Luz	-
Telefone	60,00
Contador	1.000,00
Despesas com Veículos	-
Material de Expediente e Consumo	250,00
Aluguel	6.000,00
Seguros	500,00
Propaganda e Publicidade	3.000,00
Depreciação Mensal	1.279,90
Manutenção	3.000,00
Condomínio	1.000,00
Despesas de Viagem	-
Serviços de Terceiros	800,00
DAS - Taxa do MEI	-
Alimentação	2.160,00
Monitoramento	500,00
Editor de mídia	-
Limpeza	-
Tarifas Bancárias	-
Internet	-
<b>TOTAL</b>	<b>33.165,40</b>

#### **CUSTO VARIÁVEL:**

<b>Custos Variáveis Totais</b>		<b>63.504,00</b>
Previsão de Custos (Custo do Serviço)		29.400,00
Impostos Federais (PIS, COFINS, IRPJ, CSLL ou SIMPLES)	6,0%	7.056,00
Comissão do Cartão de Crédito (3%)		3.528,00
Comissão referente a parcerias (20%)		23.520,00

## 2. SERVIÇOS DE PEDALINHO E CAIAQUE:

### CUSTO FIXO:

<b>CUSTOS COM MÃO DE OBRA</b>					
<b>Cargo/Função</b>	<b>Nº func.</b>	<b>Salário</b>	<b>%*</b>	<b>Encargos</b>	<b>Total</b>
Ajudante Geral	1	2.500,00	37,54%	938,50	3.438,50
Instrutor	1	2.500,00	37,54%	938,50	3.438,50
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>			<b>1.877,00</b>	<b>6.877,00</b>

\* - Percentual de encargos sobre a folha (Já inclusos provisões): Se a empresa for optante pelo regime simples este percentual é de 37,54% (Anexos I, II e III) 66,0% (Anexos IV e V), se for regime normal o percentual é de 75,40%

<b>Discriminação</b>	<b>Valor R\$</b>
Mão de Obra + Encargos	6.877,00
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	3.000,00
Água	300,00
Luz	-
Telefone	60,00
Contador	1.000,00
Despesas com Veículos	-
Material de Expediente e Consumo	500,00
Aluguel	3.000,00
Seguros	500,00
Propaganda e Publicidade	3.000,00
Depreciação Mensal	796,22
Manutenção	3.000,00
Condomínio	1.000,00
Despesas de Viagem	-
Serviços de Terceiros	800,00
DAS - Taxa do MEI	-
Alimentação	1.200,00
Monitoramento	500,00
Editor de mídia	-
Limpeza	500,00
Tarifas Bancárias	-
Internet	-
<b>TOTAL</b>	<b>26.033,22</b>

#### **CUSTO VARIÁVEL:**

<b>Custos Variáveis Totais</b>		<b>28.185,60</b>
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria)		11.520,00
Impostos Federais (PIS, COFINS, IRPJ, CSLL ou SIMPLES)	5,0%	2.976,00
Comissão do Cartão de Crédito (3%)		1.785,60
Comissão referente a parcerias (20%)		11.904,00

### 3. LOCAÇÃO E TRILHA DE BIKE:

#### CUSTO FIXO:

#### CUSTOS COM MÃO DE OBRA

<b>Cargo/Função</b>	<b>Nº func.</b>	<b>Salário</b>	<b>%*</b>	<b>Encargos</b>	<b>Total</b>
Ajudante Geral	1	2.500,00	37,54%	938,50	3.438,50
Instrutor	1	2.500,00	37,54%	938,50	3.438,50
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>			<b>1.877,00</b>	<b>6.877,00</b>

\* - Percentual de encargos sobre a folha (Já inclusos provisões): Se a empresa for optante pelo regime simples este percentual é de 37,54% (Anexos I, II e III) 66,0% (Anexos IV e V), se for regime normal o percentual é de 75,40%

<b>Discriminação</b>	<b>Valor R\$</b>
Mão de Obra + Encargos	6.877,00
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	3.000,00
Água	300,00
Luz	-
Telefone	60,00
Contador	1.000,00
Despesas com Veículos	2.000,00
Material de Expediente e Consumo	400,00
Aluguel	3.000,00
Seguros	500,00
Propaganda e Publicidade	3.000,00
Depreciação Mensal	618,37
Manutenção	3.000,00
Condomínio	1.000,00
Despesas de Viagem	-
Serviços de Terceiros	800,00
Ônibus, Táxis e Selos	-
DAS - Taxa do MEI	-
Alimentação	1.200,00
Monitoramento	500,00
Editor de mídia	-
Limpeza	-
Tarifas Bancárias	-
Internet	-
<b>TOTAL</b>	<b>27.255,37</b>

**CUSTO VARIÁVEL:**

<b>Custos Variáveis Totais</b>		<b>26.872,80</b>
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria)		5.772,00
Impostos Federais (PIS, COFINS, IRPJ, CSLL ou SIMPLES)	5,0%	3.768,00
Comissão do Cartão de Crédito (3%)		2.260,80
Comissão referente a parcerias (20%)		15.072,00

#### 4. SERVIÇO DE QUADRICICLOS:

##### CUSTO FIXO:

#### CUSTOS COM MÃO DE OBRA

<b>Cargo/Função</b>	<b>Nº func.</b>	<b>Salário</b>	<b>%*</b>	<b>Encargos</b>	<b>Total</b>
Ajudante Geral	1	2.500,00	37,54%	938,50	3.438,50
Instrutor	1	2.500,00	37,54%	938,50	3.438,50
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>			<b>1.877,00</b>	<b>6.877,00</b>

\* - Percentual de encargos sobre a folha (Já inclusos provisões): Se a empresa for optante pelo regime simples este percentual é de 37,54% (Anexos I, II e III) 66,0% (Anexos IV e V), se for regime normal o percentual é de 75,40%

<b>Discriminação</b>	<b>Valor R\$</b>
Mão de Obra + Encargos	6.877,00
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	3.000,00
Água	300,00
Luz	-
Telefone	60,00
Contador	1.000,00
Despesas com Veículos	2.000,00
Material de Expediente e Consumo	400,00
Aluguel	3.000,00
Seguros	500,00
Propaganda e Publicidade	3.000,00
Depreciação Mensal	5.000,00
Manutenção	3.000,00
Condomínio	1.000,00
Despesas de Viagem	-
Serviços de Terceiros	800,00
DAS - Taxa do MEI	-
Alimentação	2.000,00
Monitoramento	500,00
Editor de mídia	-
Limpeza	500,00
Tarifas Bancárias	-
Internet	-
<b>TOTAL</b>	<b>32.937,00</b>

#### **CUSTO VARIÁVEL:**

<b>Custos Variáveis Totais</b>		<b>39.682,00</b>
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria)		13.250,00
Impostos Federais (PIS, COFINS, IRPJ, CSLL ou SIMPLES)	5,0%	4.720,00
Comissão do Cartão de Crédito (3%)		2.832,00
Comissão referente a parcerias (20%)		18.880,00

## 5. CAFETERIA / ESPAÇO CULTURA:

### CUSTO FIXO:

<b>CUSTOS COM MÃO DE OBRA</b>					
<b>Cargo/Função</b>	<b>Nº func.</b>	<b>Salário</b>	<b>%*</b>	<b>Encargos</b>	<b>Total</b>
Atendente/Barista	2	2.500,00	37,54%	938,50	6.877,00
Auxiliar de cozinha	2	2.500,00	37,54%	938,50	6.877,00
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>			<b>1.877,00</b>	<b>13.754,00</b>

\* - Percentual de encargos sobre a folha (Já inclusos provisões): Se a empresa for optante pelo regime simples este percentual é de 37,54% (Anexos I, II e III) 66,0% (Anexos IV e V), se for regime normal o percentual é de 75,40%

<b>Discriminação</b>	<b>Valor R\$</b>
Mão de Obra + Encargos	13.754,00
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	3.000,00
Água	300,00
Luz	2.000,00
Telefone	60,00
Contador	1.000,00
Despesas com Veículos	1.200,00
Material de Expediente e Consumo	1.500,00
Aluguel	3.000,00
Seguros	500,00
Propaganda e Publicidade	3.000,00
Depreciação Mensal	3.000,00
Manutenção	2.500,00
Condomínio	1.000,00
Despesas de Viagem	
Serviços de Terceiros	1.500,00
DAS - Taxa do MEI	-
Alimentação	3.250,00
Monitoramento	500,00
Editor de mídia	-
Limpeza	1.250,00
Tarifas Bancárias	-
Internet	-
<b>TOTAL</b>	<b>42.314,00</b>

#### **CUSTO VARIÁVEL:**

<b>Custos Variáveis Totais</b>		<b>66.355,20</b>
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria)		30.720,00
Impostos Federais (PIS, COFINS, IRPJ, CSLL ou SIMPLES)	6,0 %	7.372,80
Comissão do Cartão de Crédito (3%)		3.686,40
Comissão referente a parcerias (20%)		24.576,00

## 5.6 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL:

Para estimar o faturamento mensal foi necessário considerar diversos fatores, como o número de clientes esperados, o preço médio dos produtos ou serviços oferecidos e a frequência de compra dos clientes conforme dia de funcionamento.

A seguir, é apresentado algumas etapas utilizadas para realizar as estimativas.

- **Estimativa do número de clientes:** projeção do potencial de mercado e a demanda esperada para determinar quantos clientes devem ser atraídos por mês, capacidade ótima total e fatores sazonais que possam influenciar o fluxo de clientes.
- **Ticket médio:** valor médio que cada cliente gastará por visita e/ou serviço utilizado.
- **Frequência de compra (giro da hora):** quantas vezes um cliente retorna ou utiliza seus serviços no intervalo de 40 minutos a 1 hora. Isso pode variar dependendo do tipo de atividade e do seu público-alvo.
- **Hora de funcionamento:** quantidade de horas produtivas a disposição dos clientes para a venda ou prestação de serviços, considerando atrasos, desperdícios e demais fatores externos e internos.
- **Dia de funcionamento:** número de dias que o empreendimento vai realizar suas atividades comerciais, levando em consideração os dias de funcionamento, datas festivas, feriados e outros.

Com essas informações, multiplicamos o número de clientes esperados pelo ticket médio, frequência de compra (giro da hora), quantidade mínima de clientes para a realização do serviço, horas produtivas e demais variáveis.

É importante revisar e ajustar essas estimativas regularmente à medida que o negócio se desenvolve e novos dados se tornam disponíveis. Além disso,

lembre-se de considerar fatores externos que possam afetar o faturamento, como mudanças na economia ou na concorrência.

### **1. ATIVIDADES DE ECOTURISMO / ECO TRILHAS E ARVORISMO:**

Para essa atividade foram consideradas as seguintes premissas:

- Quantidade máxima para a realização das atividades: 10 pessoas;
- Quantidade mínimo para a realização das atividades: 2 pessoas;
- Horário de funcionamento: 8h às 17h;
- Fração mínima da hora a ser contratada: 40 minutos;
- Disponibilidade por dia das atividades: 2 turnos (manhã e tarde);
- Dias mínimo de Funcionamento por mês (sexta a domingo): 12 dias (não foi levado em consideração feriados e datas festivas);
- Será oferecido serviços de guias;
- O cenário considerado para estimar o faturamento é o Cenário B (capacidade esperada de 40%), ou seja, realização das projeções financeiras e Estudo de Viabilidade Técnica e Econômica, pois os custos irão variar conforme quantidade de Produto/Serviço demandado.

Para estimar o faturamento mensal foi realizado o cálculo da capacidade instalada desejada, conforme apresentado a seguir.

#### **CENÁRIO A (CAPACIDADE INSTALADA - 100%):**

$$\begin{array}{c} \text{QUANTIDADE MÁXIMA PARA A REALIZAÇÃO DAS ATIVIDADES:} \\ \text{(10 pessoas)} \\ \times \\ \text{PERÍODO DE 8 HORAS:} \\ \text{(12 giros por dia de 40 minutos – manhã e tarde)} \\ \times \\ \left. \begin{array}{c} \text{DIAS MÁXIMA DE FUNCIONAMENTO POR MÊS (SEXTA A DOMINGO):} \\ \text{(12 dias)} \end{array} \right\} \end{array}$$

- Quantidade esperada por Produto/Serviço por mês é de 1.440 clientes distribuídos em 2 turnos (manhã e tarde) e 30 contratações de serviço de Guia, conforme apresentado na tabela abaixo:

<b>Descrição do Produto / Serviço:</b>	<b>Quantidade / Venda Unitária:</b>
Serviço de Trilha Trekking	1.440
Arvorismo	1.440
Serviço de Guia	30

- O faturamento estimado é de:

<b>Descrição do Produto / Serviço</b>	<b>Vendas Unitárias</b>	<b>Preço de Venda Unitário</b>	<b>Faturamento</b>
Serviço de Trilha Trekking	1.440	R\$ 80,00	R\$ 115.200,00
Arvorismo	1.440	R\$ 120,00	R\$ 172.800,00
Serviço de Guia	30	R\$ 200,00	R\$ 6.000,00
<b>VENDA TOTAL MENSAL: R\$ 294.000,00</b>			

#### **CENÁRIO B (QUANTIDADE MÍNIMA - 40%):**

- Quantidade mínima esperada por Produto/Serviço por mês é apresentado na tabela abaixo:

<b>Descrição do Produto / Serviço:</b>	<b>Quantidade / Venda Unitária:</b>
Serviço de Trilha Trekking	768
Arvorismo	768
Serviço de Guia	12

- O faturamento estimado é de:

<b>Descrição do Produto / Serviço</b>	<b>Vendas Unitárias</b>	<b>Preço de Venda Unitário</b>	<b>Faturamento</b>
Serviço de Trilha Trekking	576	R\$ 80,00	R\$ 46.080,00
Arvorismo	576	R\$ 120,00	R\$ 2.400,00
Serviço de Guia	12	R\$ 200,00	R\$ 69.120,00
<b>VENDA TOTAL MENSAL: R\$ 117.600,00</b>			

## 2. SERVIÇOS DE PEDALINHO E CAIAQUE:

Para essa atividade foram consideradas as seguintes premissas:

- Quantidade mínimo para a realização das atividades: 1 pessoa por pedalinho e caiaque;
- Quantidade máxima para a realização das atividades: 2 pessoas por pedalinho e 1 pessoa por caiaque;
- Fração mínima da hora a ser contratada: 30 minutos ;
- Giro por hora: 2 giros;
- Horário de funcionamento: 8h às 17h;
- Total de horas de funcionamento: 9 horas;
- Margem de atraso durante o funcionamento: 1 hora
- Total de horas produtivas: 8 horas;
- Dias mínimo de Funcionamento, por mês, (sexta a domingo): 12 dias (não foi levado em consideração feriados e datas festivas);
- Quantidade de Produto/Serviço oferecido: 5 Pedalinhos e 5 Caiaques;
- Não será oferecido serviços de guias e/ou instrutor;
- O cenário considerado para estimar o faturamento é o Cenário B (quantidade mínima - 40%), ou seja, realização das projeções financeiras e Estudo de Viabilidade Técnica e Econômica, pois os custos irão variar conforme quantidade de Produto/Serviço demandado.

Para estimar o faturamento mensal foi realizado o cálculo da capacidade instalada máxima e mínima, ou seja, sua capacidade de atendimento a 100% e a capacidade mínima de 40%, conforme os dois cenários abaixo.

## CENÁRIO A (CAPACIDADE INSTALADA - 100%):

Quantidade máxima de clientes por mês:

QUANTIDADE MÁXIMA PARA A REALIZAÇÃO DAS ATIVIDADES: (2 pessoas por pedalinho e 1 pessoa por caiaque)	
X	
GIRO POR HORA: (2 giros)	
X	
TOTAL DE HORAS PRODUTIVAS: (8 horas)	
X	
DIAS MÍNIMO DE FUNCIONAMENTO POR MÊS (SEXTA A DOMINGO): (12 dias)	
X	
NÚMERO DE PEDALINHOS E CAIAQUES: (5 pedalinhos e 5 caiaques)	
}	
<b><u>CAPACIDADE INSTALADA PEDALINHO:</u></b>	
}	
}	
<b><u>CAPACIDADE INSTALADA CAIAQUE:</u></b>	
}	

- Quantidade máxima esperada por Produto/Serviço, por mês, é apresentado na tabela abaixo:

<b>Descrição do Produto / Serviço:</b>	<b>Quantidade / Venda Unitária:</b>
Pedalinho	1920
Caiaque	960

- O faturamento estimado é de:

<b>Descrição do Produto / Serviço</b>	<b>Vendas Unitárias</b>	<b>Preço de Venda Unitário</b>	<b>Faturamento</b>
Pedalinho	1920	R\$ 40,00	R\$ 76.800,00
Caiaque	960	R\$ 75,00	R\$ 72.000,00
<b>VENDA TOTAL MENSAL: R\$ 148.800,00</b>			

### CENÁRIO B (QUANTIDADE MÍNIMA - 40%):

- Quantidade mínima esperada por Produto/Serviço por mês é apresentado na tabela abaixo:

<b>Descrição do Produto / Serviço:</b>	<b>Quantidade / Venda Unitária:</b>
Pedalinho	768
Caiaque	384

- O faturamento estimado é de:

<b>Descrição do Produto / Serviço</b>	<b>Vendas Unitárias</b>	<b>Preço de Venda Unitário</b>	<b>Faturamento</b>
Pedalinho	768	R\$ 40,00	R\$ 30.720,00
Caiaque	384	R\$ 75,00	R\$ 28.800,00
<b>VENDA TOTAL MENSAL: R\$ 59.520,00</b>			

### 3. LOCAÇÃO E TRILHA DE BIKE:

Para essa atividade foram consideradas as seguintes premissas:

- Os serviços serão realizados na modalidade aluguel de bicicletas e aluguel de trilhas sem bicicleta (cliente com sua própria bicicleta);
- Quantidade de bicicleta para aluguel (Modelo 01): 5 unidades;
- Quantidade de bicicleta para aluguel (Modelo 02): 5 unidades;
- Quantidade mínimo de pessoas por bicicleta/aluguel: 1 pessoa;
- Quantidade de Produto/Serviço oferecido: 4 (Trilha Leve, Moderada, Pesada e Radical);
- Preço médio do aluguel das bicicletas com trilha por hora; R\$ 150,00;
- Preço médio do aluguel das trilhas por hora; R\$ 80,00;
- Fração mínima da hora a ser contratada: 60 minutos;
- Giro por hora: 1 giro;

- Horário de funcionamento: 8h às 17h;
- Total de horas de funcionamento: 9 horas;
- Margem de atraso durante o funcionamento: 1 hora
- Total de horas produtivas: 8 horas;
- Dias mínimo de Funcionamento por mês (sexta a domingo): 12 dias (não foi levado em consideração feriados e datas festivas);
- Será oferecido serviços de Instrutor/Guia;
- O cenário considerado para estimar o faturamento é o Cenário B (quantidade mínima - 40%), ou seja, realização das projeções financeiras e Estudo de Viabilidade Técnica e Econômica, pois os custos irão variar conforme quantidade de Produto/Serviço demandado.

Para estimar o faturamento mensal foi realizado o cálculo da capacidade instalada máxima e mínima, ou seja, sua capacidade de atendimento a 100% (atendimento de 10 bicicletas + Trilhas) e a capacidade mínima de 40%, conforme os dois cenários abaixo.

#### **CENÁRIO A (CAPACIDADE INSTALADA - 100%):**

Quantidade máxima de clientes por mês aluguel de bicicletas e trilha:

$$\begin{array}{c}
 \text{QUANTIDADE MÁXIMA PARA A REALIZAÇÃO DAS ATIVIDADES:} \\
 (1 \text{ pessoa por bicicleta}) \\
 \times \\
 \text{GIRO POR HORA:} \\
 (1 \text{ giros}) \\
 \times \\
 \text{TOTAL DE HORAS PRODUTIVAS:} \\
 (8 \text{ horas}) \\
 \times \\
 \text{DIAS MÍNIMO DE FUNCIONAMENTO POR MÊS (SEXTA A DOMINGO):} \\
 (12 \text{ dias}) \\
 \times \\
 \left. \begin{array}{c} \text{NÚMERO DE BICICLETAS:} \\ (10 \text{ bicicletas}) \end{array} \right\}
 \end{array}$$

Quantidade máxima de clientes por mês aluguel de trilha:

$$\begin{array}{c}
 \text{QUANTIDADE MÁXIMA PARA A REALIZAÇÃO DAS ATIVIDADES:} \\
 (5 \text{ ciclistas}) \\
 \times \\
 \text{GIRO POR HORA:} \\
 (1 \text{ giros}) \\
 \times \\
 \text{TOTAL DE HORAS PRODUTIVAS:} \\
 (8 \text{ horas}) \\
 \times \\
 \left. \begin{array}{c}
 \text{DIAS MÍNIMO DE FUNCIONAMENTO POR MÊS (SEXTA A DOMINGO):} \\
 (12 \text{ dias})
 \end{array} \right\}
 \end{array}$$

- Quantidade máxima esperada por Produto/Serviço por mês é apresentado na tabela abaixo:

<b>Descrição do Produto / Serviço:</b>	<b>Quantidade / Venda Unitária:</b>
Aluguel de Bike com trilha	960
Aluguel de Trilha sem Bike	480
Serviço de Guia	30

- O faturamento estimado é de:

<b>Descrição do Produto / Serviço</b>	<b>Vendas Unitárias</b>	<b>Preço Médio de Venda Unitário</b>	<b>Faturamento</b>
Aluguel de Bike com trilha	960	R\$ 150,00	R\$ 144.000,00
Aluguel de Trilha sem Bike	480	R\$ 80,00	R\$ 38.400,00
Serviço de Instrutor/Guia	30	R\$ 200,00	R\$ 6.000,00
<b>VENDA TOTAL MENSAL: R\$ 188.400,00</b>			

### CENÁRIO B (QUANTIDADE MÍNIMA - 40%):

- Quantidade mínima esperada por Produto/Serviço por mês é apresentado na tabela abaixo:

<b>Descrição do Produto / Serviço:</b>	<b>Quantidade / Venda Unitária:</b>
Aluguel de Bike com trilha	384
Aluguel de Trilha sem Bike	192
Serviço de Instrutor/Guia	12

- O faturamento estimado é de:

<b>Descrição do Produto / Serviço</b>	<b>Vendas Unitárias</b>	<b>Preço Médio de Venda Unitário</b>	<b>Faturamento</b>
Aluguel de Bike com trilha	384	R\$ 150,00	R\$ 57.600,00
Aluguel de Trilha sem Bike	192	R\$ 80,00	R\$ 15.360,00
Serviço de Instrutor/Guia	12	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
<b>VENDA TOTAL MENSAL: R\$ 75.360,00</b>			

#### 4. SERVIÇO DE QUADRICICLOS:

Para essa atividade foram consideradas as seguintes premissas:

- Quantidade mínimo para a realização das atividades: uma pessoa por quadriciclo;
- Quantidade máxima para a realização das atividades: duas pessoas por quadriciclo;
- Quantidade de quadriciclo: três unidades;
- O valor dos serviços/aluguel será cobrado na modalidade individual e em dupla;
- Fração mínima da hora a ser contratada: 60 minutos;
- Giro por hora: 1 giro;

- Horário de funcionamento: 8h às 17h;
- Total de horas de funcionamento: 9 horas;
- Margem de atraso durante o funcionamento: 1 hora
- Total de horas produtivas: 8 horas;
- Dias mínimo de funcionamento por mês (sexta a domingo): 12 dias (não foram levados em consideração feriados e datas festivas);
- Serão oferecido serviços de Instrutor/Guia;
- O cenário considerado para estimar o faturamento é o Cenário B (quantidade mínima - 40%), ou seja, realização das projeções financeiras e Estudo de Viabilidade Técnica e Econômica, pois os custos irão variar conforme quantidade de Produto/Serviço demandado.

Para estimar o faturamento mensal foi realizado o cálculo da capacidade instalada máxima e mínima, ou seja, sua capacidade de atendimento a 100% e a capacidade mínima de 40%, conforme os dois cenários abaixo.

#### **CENÁRIO A (CAPACIDADE INSTALADA - 100%):**

Quantidade máxima de clientes por mês:

<p>QUANTIDADE MÁXIMA PARA A REALIZAÇÃO DAS ATIVIDADES: (2 pessoas por quadriciclo)</p> <p style="text-align: center;">X</p> <p>GIRO POR HORA: (1 giro)</p> <p style="text-align: center;">X</p> <p>TOTAL DE HORAS PRODUTIVAS: (8 horas)</p> <p style="text-align: center;">X</p> <p>DIAS MÍNIMO DE FUNCIONAMENTO POR MÊS (SEXTA A DOMINGO): (12 dias)</p> <p style="text-align: center;">X</p> <p>NÚMERO DE QUADRICICLOS: (3 quadriciclos)</p>	<p style="font-size: 2em;">}</p> <p style="font-size: 2em;">}</p>
<p><b><u>CAPACIDADE INSTALADA:</u></b></p>	

- Quantidade máxima esperada por Produto/Serviço por mês é apresentado na tabela abaixo:

<b>Descrição do Produto / Serviço *(50% para aluguel individual e dupla)</b>	<b>Quantidade / Venda Unitária:</b>
Aluguel de 1 hora – Individual *(50%)	288
Aluguel de 1 hora – Dupla *(50%)	288
Serviço do Guia Condutor	30

- O faturamento estimado com base no aluguel do quadriciclo por dupla é de:

<b>Descrição do Produto / Serviço *(50% para aluguel individual e dupla)</b>	<b>Vendas Unitárias</b>	<b>Preço Médio de Venda Unitário</b>	<b>Faturamento</b>
Aluguel de 1 hora – Individual *(50%)	288	R\$ 300,00	R\$ 86.400,00
Aluguel de 1 hora – Dupla *(50%)	288	R\$ 500,00	R\$ 144.000,00
Serviço do Guia Condutor	30	R\$ 200,00	R\$ 6.000,00
<b>VENDA TOTAL MENSAL: R\$ 236.400,00</b>			

\*100% da capacidade instalada distribuída para aluguel individual e dupla.

#### **CENÁRIO B (QUANTIDADE MÍNIMA - 40%):**

- Quantidade mínima esperada por Produto/Serviço por mês é apresentado na tabela abaixo:

<b>Descrição do Produto / Serviço *(50% para aluguel individual e dupla)</b>	<b>Quantidade / Venda Unitária:</b>
Aluguel de 1 hora – Individual *(50%)	115
Aluguel de 1 hora – Dupla *(50%)	115
Serviço do Guia Condutor	12

\*100% da capacidade instalada distribuída para aluguel individual e dupla.

- O faturamento estimado é de:

<b>Descrição do Produto / Serviço *(50% para aluguel individual e dupla)</b>	<b>Vendas Unitárias</b>	<b>Preço Médio de Venda Unitário</b>	<b>Faturamento</b>
Aluguel de 1 hora – Individual *(50%)	115	R\$ 300,00	R\$ 34.500,00
Aluguel de 1 hora – Dupla *(50%)	115	R\$ 500,00	R\$ 57.500,00
Serviço do Guia Condutor	12	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
<b>VENDA TOTAL MENSAL: R\$ 94.400,00</b>			

\*100% da capacidade instalada distribuída para aluguel individual e dupla.

## **5. CAFETERIA / ESPAÇO CULTURA:**

Para essa atividade foram consideradas as seguintes premissas:

- Descrição das Classes comercializadas: bebidas, lanches, tortas/bolos e demais produtos da região;
- Os valores dos produtos serão cobrados conforme preço médio por classe;
- O Espaço Cultural tem o objetivo de promover a cafeteria e a cultura local e regional;
- Horário de funcionamento: 9h às 17h;
- Total de horas de funcionamento: 8 horas;
- Dias mínimo de Funcionamento por mês (sexta a domingo): 12 dias (não foram levados em consideração feriados e datas festivas);
- Quantidade de lugares disponíveis: 40 lugares (mesas para 2 e 4 lugares).
- O ticket médio esperado de R\$ 80,00 por cliente;
- O cenário considerado para estimar o faturamento é o Cenário B (quantidade mínima - 40%), ou seja, realização das projeções financeiras e Estudo de Viabilidade Técnica e Econômica, pois os custos irão variar conforme quantidade de Produto/Serviço demandado.

Para estimar o faturamento mensal foi realizado o cálculo da capacidade instalada máxima e mínima, ou seja, sua capacidade de atendimento a 100% e a capacidade mínima de 40%, conforme os dois cenários abaixo.

**CENÁRIO A (CAPACIDADE INSTALADA - 100%): 3.840 clientes/mês.**

<p style="text-align: center;">           QUANTIDADE MÁXIMA DE LUGARES:            (40 lugares)            X            GIRO POR HORA:            (1 giro)            X            TOTAL DE HORAS PRODUTIVAS:            (8 horas)            X            DIAS MÍNIMO DE FUNCIONAMENTO POR MÊS (SEXTA A DOMINGO):            (12 dias)         </p> <p style="text-align: center;"><b><u>CAPACIDADE INSTALADA:</u></b></p>
---

**CENÁRIO B (QUANTIDADE MÍNIMA - 40%):**

- Quantidade mínima esperada por mês é 1.536 clientes, ou seja, 128 cliente/dia (12 dias/mês).
- O ticket médio esperado de R\$ 80,00 por cliente

Descrição	Vendas Unitárias	Ticket Médio de Venda Unitário	Faturamento
Atendimento	1.536	R\$ 80,00	R\$ 122.800,00
<b>VENDA TOTAL MENSAL: R\$ 122.200,00</b>			

## 5.7 PROJEÇÃO DE RESULTADOS

Para fazer a projeção de resultados para as atividades de natureza, gastronomia e cultura, foi importante considerar diversos fatores, como custos, receitas, sazonalidade e demanda do mercado, conforme apresentado para cada oportunidade de negócio.

### 1. ATIVIDADES DE ECOTURISMO / ECO TRILHAS:

#### DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	%	
<b>1. Receita Total</b>	<b>117.600,00</b>	<b>100,0%</b>	
Vendas (à vista)	58.800,00	50,0%	
Vendas (a prazo)	58.800,00	50,0%	
<b>2. Custos Variáveis Totais</b>	<b>63.504,00</b>	<b>54,0%</b>	
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria)	29.400,00	25,0%	
Impostos Federais (PIS, COFINS, IRPJ, CSLL ou SIMPLES)	6,0%	7.056,00	6,0%
Comissão do Cartão de Crédito (3%)	3.528,00	3,0%	
Comissão referente a parcerias (20%)	23.520,00	20,0%	
<b>3. Margem de Contribuição</b>	<b>54.096,00</b>	<b>46,0%</b>	

<b>4. Custos Fixos Totais</b>	<b>33.165,40</b>	<b>28,2%</b>
Mão de Obra + encargos	10.315,50	8,8%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	3.000,00	2,6%
Água	300,00	0,3%
Luz	0,00	0,0%
Telefone	60,00	0,1%
Contador	1.000,00	0,9%
Despesas com Veículos	0,00	0,0%
Material de Expediente e Consumo	250,00	0,2%
Aluguel	6.000,00	5,1%
Seguros	500,00	0,4%
Propaganda e Publicidade	3.000,00	2,6%
Depreciação Mensal	4.279,90	3,6%
Manutenção	3.000,00	2,6%
Condomínio	1.000,00	0,9%
Despesas de Viagem	0,00	0,0%
Serviços de Terceiros	800,00	0,7%
DAS - Taxa do MEI	0,00	0,0%
Alimentação	2.160,00	1,8%
Monitoramento	500,00	0,4%
Editor de mídia	0,00	0,0%
Limpeza	0,00	0,0%
Tarifas Bancárias	0,00	0,0%
Internet	0,00	0,0%

<b>5. Resultado Operacional</b>	<b>20.930,60</b>	<b>17,8%</b>
---------------------------------	------------------	--------------

## INDICADORES FINANCEIROS

### Saldos e Recebimentos

Saldo em Caixa	223,40
Contas a Receber	4.040,00
Contas a Pagar	2.898,90
<b>Grau de Inadimplência</b>	<b>0,0%</b>
<b>Dias Úteis</b>	<b>12</b>

### Resumo Financeiro

Faturamento	117.600,00	
Custos Variáveis	63.504,00	54,0%
Margem de Contribuição	54.096,00	46,0%
Custos Fixos	33.165,40	28,2%
Resultado Operacional	20.930,60	17,8%
Dívidas e Investimentos	-	0,0%
Resultado Final	20.930,60	17,8%

### Ponto de Equilíbrio

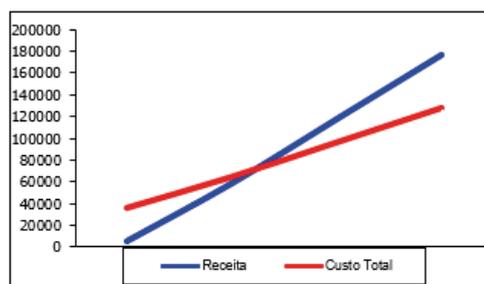
	Operacional	%
<b>Mensal</b>	72.098,70	61,3%
<b>Diário</b>	6.008,23	

	Financeiro	%
<b>Mensal</b>	72.098,70	61,3%
<b>Diário</b>	6.008,23	

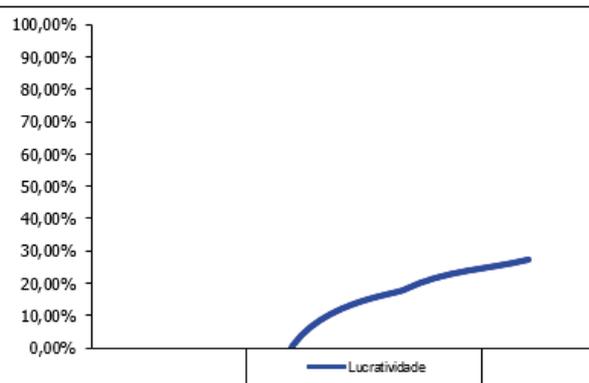
  

	Econômico	%
<b>Lucro Desejado</b>	2.000,00	1,7%
<b>Mensal</b>	76.446,53	65,0%
<b>Diário</b>	6.370,54	



### Indicadores de Desempenho

<b>Margem de Contribuição</b>	46,0%
<b>Lucratividade</b>	
Operacional	17,8%
Resultado Final	17,8%
<b>Rentabilidade</b>	
Operacional	0,134809972
Resultado Final	0,134809972
<b>Prazo de Retorno do Investimento</b>	
Operacional	7,4 meses
Resultado Final	7,4 meses
<b>Endividamento Geral</b>	
Sem Estoque	0
Com Estoque	0,015437746



## 2. SERVIÇOS DE PEDALINHO E CAIAQUE:

### DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

DISCRIMINAÇÃO		VALOR R\$	%
<b>1. Receita Total</b>		<b>59.520,00</b>	<b>100,0 %</b>
Vendas (à vista)		29.760,00	50,0%
Vendas (a prazo)		29.760,00	50,0%
<b>2. Custos Variáveis Totais</b>		<b>28.185,60</b>	<b>47,4 %</b>
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria)		11.520,00	19,4%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IRPJ, CSLL ou SIMPLES)	5,0%	2.976,00	5,0%
Comissão do Cartão de Crédito (3%)		1.785,60	3,0%
Comissão referente a parcerias (20%)		11.904,00	20,0%
<b>3. Margem de Contribuição</b>		<b>31.334,40</b>	<b>52,6 %</b>

<b>4. Custos Fixos Totais</b>	<b>26.033,22</b>	<b>43,7 %</b>
Mão de obra + Encargos	6.877,00	11,6%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	3.000,00	5,0%
Água	300,00	0,5%
Luz	0,00	0,0%
Telefone	60,00	0,1%
Contador	1.000,00	1,7%
Despesas com Veículos	0,00	0,0%
Material de Expediente e Consumo	500,00	0,8%
Aluguel	3.000,00	5,0%
Seguros	500,00	0,8%
Propaganda e Publicidade	3.000,00	5,0%
Depreciação Mensal	3.796,22	6,4%
Manutenção	3.000,00	5,0%
Condomínio	1.000,00	1,7%
Despesas de Viagem	0,00	0,0%
Serviços de Terceiros	800,00	1,3%
DAS - Taxa do MEI	0,00	0,0%
Alimentação	1.200,00	2,0%
Monitoramento	500,00	0,8%
Editor de mídia	0,00	0,0%
Limpeza	500,00	0,8%
Tarifas Bancárias	0,00	0,0%
Internet	0,00	0,0%

<b>5. Resultado Operacional</b>	<b>5.301,18</b>	<b>8,9%</b>
---------------------------------	-----------------	-------------

## INDICADORES FINANCEIROS

### Saldos e Recebimentos

Saldo em Caixa	223,40
Contas a Receber	9.600,00
Contas a Pagar	8.259,28
<b>Grau de Inadimplência</b>	<b>0,0%</b>
<b>Dias Úteis</b>	<b>12</b>

### Resumo Financeiro

Faturamento	59.520,00	
Custos Variáveis	28.185,60	47,4%
Margem de Contribuição	31.334,40	52,6%
Custos Fixos	26.033,22	43,7%
Resultado Operacional	5.301,18	8,9%
Dívidas e Investimentos	-	0,0%
Resultado Final	5.301,18	8,9%

### Ponto de Equilíbrio

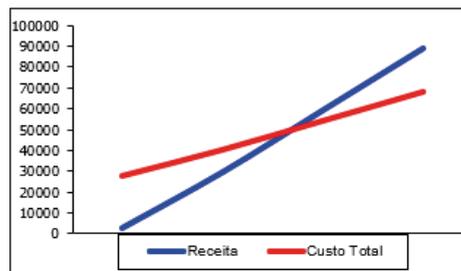
	Operacional	%
<b>Mensal</b>	49.450,35	83,1%
<b>Diário</b>	4.120,86	

	Financeiro	%
<b>Mensal</b>	49.450,35	83,1%
<b>Diário</b>	4.120,86	

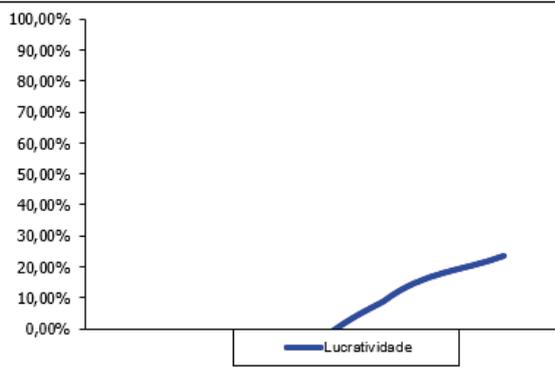
  

	Econômico	%
<b>Lucro Desejado</b>	1.000,00	1,7%
<b>Mensal</b>	51.349,86	86,3%
<b>Diário</b>	4.279,16	



### Indicadores de Desempenho

<b>Margem de Contribuição</b>	52,6%
<b>Lucratividade</b>	
Operacional	8,9%
Resultado Final	8,9%
<b>Rentabilidade</b>	
Operacional	0,032733051
Resultado Final	0,032733051
<b>Prazo de Retorno do Investimento</b>	
Operacional	30,6 meses
Resultado Final	30,6 meses
<b>Endividamento Geral</b>	
Sem Estoque	0
Com Estoque	0,041845412



## 3. LOCAÇÃO E TRILHA DE BIKE:

### DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	%
<b>1. Receita Total</b>	<b>75.360,00</b>	<b>100,0%</b>
Vendas (à vista)	37.680,00	50,0%
Vendas (a prazo)	37.680,00	50,0%

<b>2. Custos Variáveis Totais</b>		<b>26.872,80</b>	<b>35,7%</b>
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria)		5.772,00	7,7%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IRPJ, CSLL ou SIMPLES)	5,0%	3.768,00	5,0%
Comissão do Cartão de Crédito (3%)		2.260,80	3,0%
Comissão referente a parcerias (20%)		15.072,00	20,0%

<b>3. Margem de Contribuição</b>		<b>48.487,20</b>	<b>64,3%</b>
----------------------------------	--	------------------	--------------

<b>4. Custos Fixos Totais</b>		<b>27.255,37</b>	<b>36,2%</b>
Mão de Obra + Encargos		6.877,00	9,1%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)		3.000,00	4,0%
Água		300,00	0,4%
Luz		0,00	0,0%
Telefone		60,00	0,1%
Contador		1.000,00	1,3%
Despesas com Veículos		2.000,00	2,7%
Material de Expediente e Consumo		400,00	0,5%
Aluguel		3.000,00	4,0%
Seguros		500,00	0,7%
Propaganda e Publicidade		3.000,00	4,0%
Depreciação Mensal		618,37	4,8%
Manutenção		3.000,00	4,0%
Condomínio		1.000,00	1,3%
Despesas de Viagem		0,00	0,0%
Serviços de Terceiros		800,00	1,1%
DAS - Taxa do MEI		0,00	0,0%
Alimentação		1.200,00	1,6%
Monitoramento		500,00	0,7%
Editor de mídia		0,00	0,0%
Limpeza		0,00	0,0%
Tarifas Bancárias		0,00	0,0%
Internet		0,00	0,0%

<b>5. Resultado Operacional</b>		<b>21.231,83</b>	<b>28,2%</b>
---------------------------------	--	------------------	--------------

## INDICADORES FINANCEIROS

### Saldos e Recebimentos

Saldo em Caixa	723,40
Contas a Receber	19.876,00
Contas a Pagar	8.657,46
<b>Grau de Inadimplência</b>	<b>0,0%</b>
<b>Dias Úteis</b>	<b>12</b>

### Resumo Financeiro

Faturamento	75.360,00	
Custos Variáveis	26.872,80	35,7%
Margem de Contribuição	48.487,20	64,3%
Custos Fixos	27.255,37	36,2%
Resultado Operacional	21.231,83	28,2%
Dívidas e Investimentos	-	0,0%
Resultado Final	21.231,83	28,2%

### Ponto de Equilíbrio

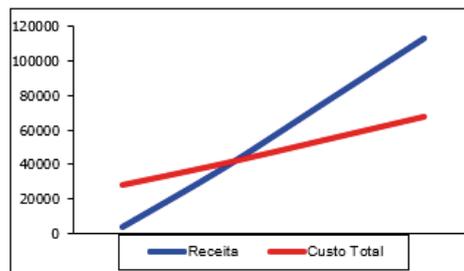
	Operacional	%
<b>Mensal</b>	42.360,97	56,2%
<b>Diário</b>	3.530,08	

	Financeiro	%
<b>Mensal</b>	42.360,97	56,2%
<b>Diário</b>	3.530,08	

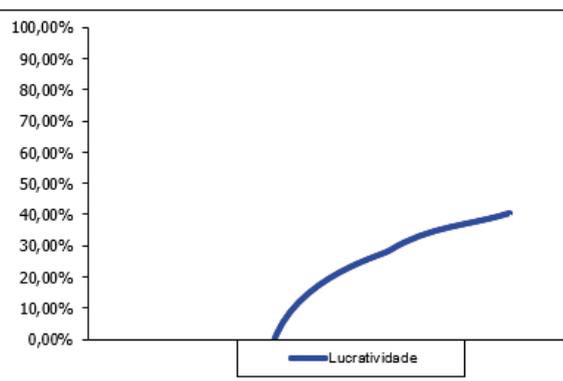
  

	Econômico	%
<b>Lucro Desejado</b>	3.000,00	4,0%
<b>Mensal</b>	47.023,64	62,4%
<b>Diário</b>	3.918,64	



### Indicadores de Desempenho

<b>Margem de Contribuição</b>	64,3%
<b>Lucratividade</b>	
Operacional	28,2%
Resultado Final	28,2%
<b>Rentabilidade</b>	
Operacional	0,133924348
Resultado Final	0,133924348
<b>Prazo de Retorno do Investimento</b>	
Operacional	7,5 meses
Resultado Final	7,5 meses
<b>Endividamento Geral</b>	
Sem Estoque	0
Com Estoque	0,044818293



## 4. SERVIÇO DE QUADRICICLOS:

### DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	%
<b>1. Receita Total</b>	<b>94.400,00</b>	<b>100,0 %</b>
Vendas (à vista)	47.200,00	50,0%
Vendas (a prazo)	47.200,00	50,0%

<b>2. Custos Variáveis Totais</b>		<b>39.682,00</b>	<b>42,0 %</b>
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria)		13.250,00	14,0%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IRPJ, CSLL ou SIMPLES)	5,0%	4.720,00	5,0%
Comissão do Cartão de Crédito (3%)		2.832,00	3,0%
Comissão referente a parcerias (20%)		18.880,00	20,0%

<b>3. Margem de Contribuição</b>	<b>54.718,00</b>	<b>58,0 %</b>
----------------------------------	------------------	---------------

<b>4. Custos Fixos Totais</b>		<b>32.937,00</b>	<b>34,9 %</b>
Mão de Obra + Encargos		6.877,00	7,3%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)		3.000,00	3,2%
Água		300,00	0,3%
Luz		0,00	0,0%
Telefone		60,00	0,1%
Contador		1.000,00	1,1%
Despesas com Veículos		2.000,00	2,1%
Material de Expediente e Consumo		400,00	0,4%
Aluguel		3.000,00	3,2%
Seguros		500,00	0,5%
Propaganda e Publicidade		3.000,00	3,2%
Depreciação Mensal		5.000,00	18,3%
Manutenção		3.000,00	3,2%
Condomínio		1.000,00	1,1%
Despesas de Viagem		0,00	0,0%
Serviços de Terceiros		800,00	0,8%
DAS - Taxa do MEI		0,00	0,0%
Alimentação		2.000,00	2,1%
Monitoramento		500,00	0,5%
Editor de mídia		0,00	0,0%
Limpeza		500,00	0,5%
Tarifas Bancárias		0,00	0,0%
Internet		0,00	0,0%

<b>5. Resultado Operacional</b>	<b>21.781,00</b>	<b>23,1%</b>
---------------------------------	------------------	--------------

## INDICADORES FINANCEIROS

### Saldos e Recebimentos

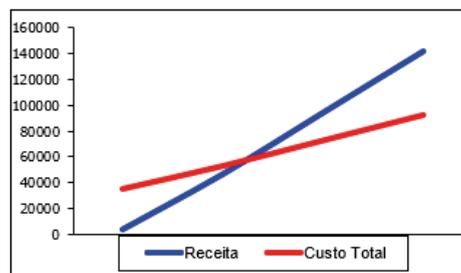
Saldo em Caixa	1.450,00
Contas a Receber	14.475,00
Contas a Pagar	9.194,89
<b>Grau de Inadimplência</b>	<b>0,0%</b>
<b>Dias Úteis</b>	<b>12</b>

### Resumo Financeiro

Faturamento	94.400,00	
Custos Variáveis	39.682,00	42,0%
Margem de Contribuição	54.718,00	58,0%
Custos Fixos	32.937,00	34,9%
Resultado Operacional	21.781,00	23,1%
Dívidas e Investimentos	-	0,0%
Resultado Final	21.781,00	23,1%

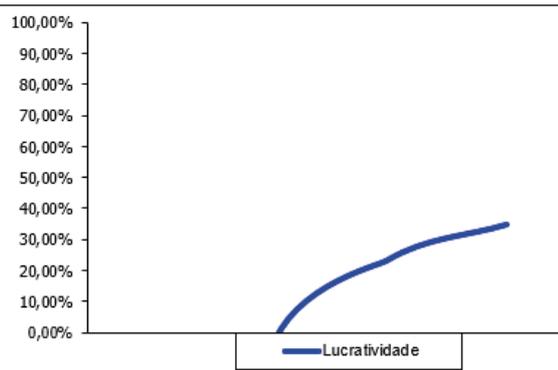
### Ponto de Equilíbrio

		Operacional	
			%
<b>Mensal</b>		56.823,23	60,2%
<b>Diário</b>		4.735,27	
		Financeiro	
			%
<b>Mensal</b>		56.823,23	60,2%
<b>Diário</b>		4.735,27	
		Econômico	
			%
<b>Lucro Desejado</b>		3.000,00	3,2%
<b>Mensal</b>		61.998,85	65,7%
<b>Diário</b>		5.166,57	



### Indicadores de Desempenho

<b>Margem de Contribuição</b>	58,0%
<b>Lucratividade</b>	
Operacional	23,1%
Resultado Final	23,1%
<b>Rentabilidade</b>	
Operacional	0,070048868
Resultado Final	0,070048868
<b>Prazo de Retorno do Investimento</b>	
Operacional	14,3 meses
Resultado Final	14,3 meses
<b>Endividamento Geral</b>	
Sem Estoque	0
Com Estoque	0,026681243



## 5. CAFETERIA / ESPAÇO CULTURA:

### DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	%
<b>1. Receita Total</b>	<b>122.880,00</b>	<b>100,0%</b>
Vendas (à vista)	61.440,00	50,0%
Vendas (a prazo)	61.440,00	50,0%

<b>2. Custos Variáveis Totais</b>			<b>66.355,20</b>	<b>54,0%</b>
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria)			30.720,00	25,0%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IRPJ, CSLL ou SIMPLES)		6,0%	7.372,80	6,0%
Comissão do Cartão de Crédito (3%)			3.686,40	3,0%
Comissão referente a parcerias (20%)			24.576,00	20,0%

<b>3. Margem de Contribuição</b>			<b>56.524,80</b>	<b>46,0%</b>
----------------------------------	--	--	------------------	--------------

<b>4. Custos Fixos Totais</b>			<b>42.314,00</b>	<b>34,4%</b>
Mão de Obra + Encargos			13.754,00	11,2%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)			3.000,00	2,4%
Água			300,00	0,2%
Luz			2.000,00	1,6%
Telefone			60,00	0,0%
Contador			1.000,00	0,8%
Despesas com Veículos			1.200,00	1,0%
Material de Expediente e Consumo			1.500,00	1,2%
Aluguel			3.000,00	2,4%
Seguros			500,00	0,4%
Propaganda e Publicidade			3.000,00	2,4%
Depreciação Mensal			3.000,00	15,0%
Manutenção			2.500,00	2,0%
Condomínio			1.000,00	0,8%
Despesas de Viagem			0,00	0,0%
Serviços de Terceiros			1.500,00	1,2%
DAS - Taxa do MEI			0,00	0,0%
Alimentação			3.250,00	2,6%
Monitoramento			500,00	0,4%
Editor de mídia			0,00	0,0%
Limpeza			1.250,00	1,0%
Tarifas Bancárias			0,00	0,0%
Internet			0,00	0,0%

<b>5. Resultado Operacional</b>			<b>14.210,80</b>	<b>11,6%</b>
---------------------------------	--	--	------------------	--------------

## INDICADORES FINANCEIROS

### Saldos e Recebimentos

Saldo em Caixa	1.450,00
Contas a Receber	18.000,00
Contas a Pagar	16.568,10
<b>Grau de Inadimplência</b>	<b>0,0%</b>
<b>Dias Úteis</b>	<b>12</b>

### Resumo Financeiro

Faturamento	122.880,00	
Custos Variáveis	66.355,20	54,0%
Margem de Contribuição	56.524,80	46,0%
Custos Fixos	42.314,00	34,4%
Resultado Operacional	14.210,80	11,6%
Dívidas e Investimentos	-	0,0%
Resultado Final	14.210,80	11,6%

### Ponto de Equilíbrio

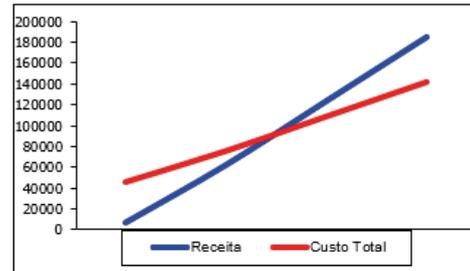
	Operacional	%
<b>Mensal</b>	91.986,95	74,9%
<b>Diário</b>	7.665,58	

	Financeiro	%
<b>Mensal</b>	91.986,95	74,9%
<b>Diário</b>	7.665,58	

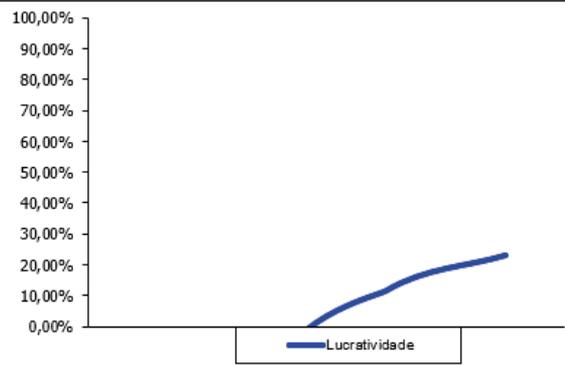
  

	Econômico	%
<b>Lucro Desejado</b>	1.000,00	0,8%
<b>Mensal</b>	94.160,86	76,6%
<b>Diário</b>	7.846,74	



### Indicadores de Desempenho

<b>Margem de Contribuição</b>	<b>46,0%</b>
<b>Lucratividade</b>	
Operacional	11,6%
Resultado Final	11,6%
<b>Rentabilidade</b>	
Operacional	0,021160381
Resultado Final	0,021160381
<b>Prazo de Retorno do Investimento</b>	
Operacional	47,3 meses
Resultado Final	47,3 meses
<b>Endividamento Geral</b>	
Sem Estoque	0
Com Estoque	0,023747148



Para manter as projeções de resultados aqui apresentadas para todas as oportunidades de negócio, alguns fatores devem ser levados em consideração, como:

- **Pesquisa de Mercado local e regional:** entender o perfil dos potenciais clientes, suas preferências gastronômicas e culturais, bem como identificar concorrentes diretos e indiretos.

- **Análise de Custos:** custos envolvidos na operação do negócio, incluindo ingredientes, equipamentos, aluguel de espaço, marketing, pessoal, entre outros.
- **Preço de Venda:** com base nos custos e na pesquisa de mercado, os preços dos produtos ou serviços devem ser constantemente ajustados, certificando que os preços sejam competitivos e atrativos para o seu público-alvo, ao mesmo tempo em que garantem uma margem de lucro razoável.
- **Previsão de Vendas:** nesse estudo foi estimado um volume de vendas, capacidade instalada de 100% e na demanda esperada (capacidade mínima de 20%) e nos preços de venda definidos, considerando a sazonalidade, eventos locais e outras variáveis que possam afetar as vendas ao longo do ano.
- **Análise de Sensibilidade:** com a análise de sensibilidade foi possível avaliar diferentes cenários.
- **Monitoramento e Ajustes:** uma vez que o negócio esteja em funcionamento, os resultados devem ser monitorados regularmente em comparação com as projeções aqui realizadas. Ajustes conforme necessário para otimizar o desempenho e alcançar os objetivos estabelecidos devem ser realizados, objetivando o sucesso de cada oportunidade de negócio.

## 6. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Para uma avaliação estratégica da atividade de natureza, gastronomia e cultura, foi possível considerar diversos aspectos, a seguir são apresentadas algumas áreas-chave para implementar as estratégias adequadas, para melhor posicionamento de mercado, alcançar o sucesso e o crescimento sustentável.

- **Segmentação de Mercado:** compreender o mercado-alvo, dividindo-o em segmentos com características e necessidades distintas. Isso permitirá uma abordagem mais direcionada e eficaz em relação ao marketing e às estratégias de produto.
- **Posicionamento Competitivo:** comparar o atual negócio com os demais concorrentes diretos e indiretos em termos de oferta de produtos, preços, qualidade, experiência do cliente, entre outros fatores.
- **A marca do Negócio:** se diferenciar dos demais concorrentes através de uma marca consolidada e dos diferenciais competitivos.
- **Tendências:** estar atento às tendências emergentes na indústria de natureza, gastronomia e cultura, isso inclui mudanças nas preferências do consumidor, avanços tecnológicos, regulamentações governamentais e outros fatores que possam impactar cada proposta de negócio.
- **Estratégia de Marketing:** ter uma estratégia de marketing abrangente que inclua canais online e offline para alcançar seu público-alvo de maneira eficaz. Usar as redes sociais, marketing de conteúdo, parcerias estratégicas e outras táticas para aumentar a visibilidade e o envolvimento com a marca.

- **Gestão de Operações:** ter eficiência nos processos operacionais, desde a produção de alimentos até o atendimento ao cliente e a gestão de estoque, identificando oportunidades para melhorias de eficiência e qualidade que possam aumentar a satisfação do cliente e reduzir custos.
- **Desenvolvimento de Parcerias:** explorar oportunidades de colaboração de outros negócios, como: outros roteiros, sítios, fazendas, associações, setor público, estabelecimentos comerciais e outros que possam complementar a oferta de produtos ou serviços.
- **Inovação e Adaptação:** estar atento à inovação e adaptar-se às mudanças no ambiente de negócios, isso pode envolver a introdução de novos produtos ou serviços, a adoção de tecnologias ou a implementação de práticas sustentáveis para atrair e reter clientes.

## 6.1 ANÁLISE MATRIZ SWOT

A Matriz SWOT é uma ferramenta de gestão para fazer o planejamento estratégico, onde a partir dos quatro fatores é elaborada uma avaliação de cenários, interno e externo, os fatores considerados são:

1. Strengths (Forças);
2. Weaknesses (Fraquezas);
3. Opportunities (Oportunidades);
4. Threats (Ameaças).

A Matriz SWOT é utilizada para posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa ou, neste caso, do segmento de negócio, no ambiente em questão. Assim, esta metodologia torna-se uma ferramenta ideal no processo de gestão do turismo e do turismo de experiência de uma

determinada localidade, tanto no momento de implantação de um plano turístico, como no monitoramento de algum segmento ou produto turístico.

A elaboração da Matriz SWOT, tem como objetivo apresentar uma visão panorâmica das oportunidades de negócio como atrativos de natureza, gastronomia e cultura no entorno do Lago Negro, localizado no Complexo Agroindustrial de Pindobas.

O objetivo de realizar a Matriz SWOT é detectar as ações a serem tomadas para fortalecer e identificar as ações de melhorias, conforme apresentado a seguir.

	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMEAÇAS</b>
<b>IN TER NO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pesquisas sobre a região já realizadas;</li> <li>● Alta geodiversidade;</li> <li>● Presença de Biodiversidade;</li> <li>● Aspectos da Flora e Fauna;</li> <li>● Paisagem notável;</li> <li>● Localização estratégica com centros urbanos;</li> <li>● Presença de atributos histórico e cultural;</li> <li>● Conectividade com outros Roteiros Agroturístico;</li> <li>● Preservação dos recursos naturais;</li> <li>● Presença de um guia/condutor local;</li> <li>● Presença de grupos folclórico;</li> <li>● Voluntários de escolas e universidades;</li> <li>● Diversidade das atividades de natureza, gastronomia e cultura em um só lugar;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Inexistência de infraestrutura,</li> <li>● Realização de uma estrutura inicial;</li> <li>● Falta de educadores ambiental;</li> <li>● Inexistência de estudo de capacidade de carga;</li> <li>● Falta de acessibilidade;</li> <li>● Falta de sinalização;</li> <li>● Consciência ambiental a ser desenvolvida;</li> <li>● Falta de recursos financeiros por parte dos possíveis empreendedores;</li> <li>● Falta de recursos humanos;</li> <li>● Lixo deixado pelos turistas;</li> <li>● Vestígio de fogueira;</li> <li>● Camping irregular;</li> <li>● Baixa capacidade de gestão e inovação por</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proximidade de fornecedores de artesanatos e produtos típicos da região.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• parte de arrendatários das oportunidades de negócio;</li> <li>• Conhecimento restrito sobre a diversidade de atrativos da região de Pindobas, acarretando em baixo aproveitamento;</li> <li>• Desequilíbrio na distribuição do fluxo turístico, muitas pessoas visitando alguns atrativos e outros não.</li> </ul>
--	--	---

	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMEAÇAS</b>
<b>EX TER NO:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoio do Sebrae;</li> <li>• Iniciativas já existentes de práticas turísticas;</li> <li>• Rodovia asfaltada e sinalizada;</li> <li>• Envolvimento dos gestores públicos;</li> <li>• Valorização do patrimônio ambiental;</li> <li>• Crescimento do Ecoturismo;</li> <li>• Crescimento do Turismo no Estado do ES;</li> <li>• Criação do Distrito Turístico de Pindobas;</li> <li>• Consolidação do Distrito de Pindobas como destino turístico;</li> <li>• Parcerias com Agência de Turismo;</li> <li>• Estímulo para viajar, por meio de financiamento bancário e dos Programas “Vai Brasil” e “Viaja mais melhor idade”;</li> <li>• Investimentos do Governo Federal e Estadual;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procura de outros destinos turístico;</li> <li>• Ações promocionais de outros destinos;</li> <li>• Falta de uma Gestão dos resíduos sólidos;</li> <li>• Falta de consciência da importância da área / região;</li> <li>• Morosidade do poder público na liberação de licenças e autorizações;</li> <li>• Mudanças ambientais;</li> <li>• Erosão;</li> <li>• Valor do Aluguel de cada espaço locado;</li> <li>• Estações do ano, seca do Lago Negro;</li> <li>• Queimadas;</li> <li>• Massificação do destino;</li> <li>• Destino cultural “teórico” e não prático;</li> </ul>

**EX  
TER  
NO:**

- Variedade de oportunidade de negócio em um só local;
  - Estrutura atual já existente (fazenda, casa sede, curral, vilas e outros);
  - Presença da comunidade tradicional;
  - Potencial do Caminho do Ouro e Estrada Real;
  - Variedade de ofertas de atividades da natureza;
  - Está localizado na Capital do Agroturismo;
  - Interesse da mídia regional e nacional na região;
  - Alta taxa de retorno e recomendação atual da região;
  - Redes sociais facilitam o acesso à informação, possibilitando atingir turistas potenciais para o Distrito;
  - A motivação da viagem relacionada a gastronomia e natureza se mostraram emergentes, apontando um segmento potencial para o Distrito;
  - Preocupação e conscientização social e ambiental crescente no comportamento do turista;
  - A alta do dólar e instabilidade da taxa de câmbio favorece o turismo doméstico;
  - Proximidade da capital do Estado, Vitória, receptor e emissor de turistas nacionais e internacionais do país;
  - Diversidade no comportamento dos turistas e, portanto, na demanda;
  - Diversidade na oferta de atrativos.
- Perda da identidade local;
  - Inexistência de investidores locais;
  - Centralização do marketing turístico apenas no município, Venda Nova do Imigrante;
  - A existência de outras Rota próxima ao Distrito;
  - Fatores climáticos, como excesso de chuvas; Instabilidade política e econômica.

## 7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

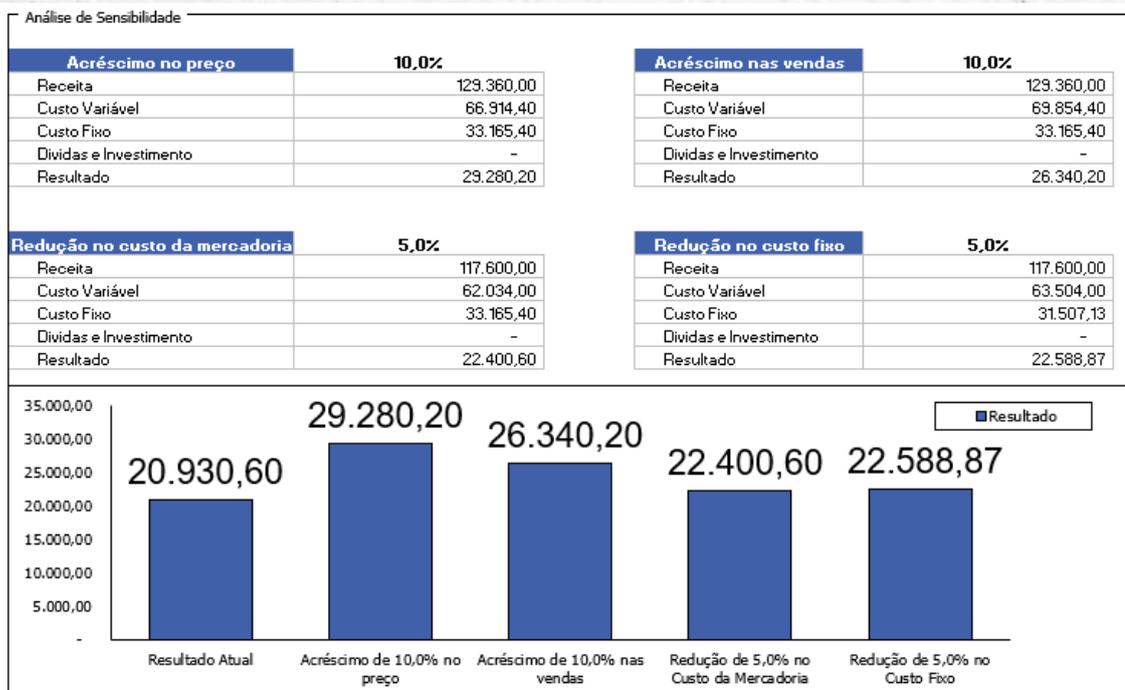
A construção de cenários é uma ferramenta valiosa para entender e se preparar para diferentes possibilidades futuras que podem impactar as atividades de natureza, gastronomia e cultura.

Nesse estudo foi considerado as seguintes variações:

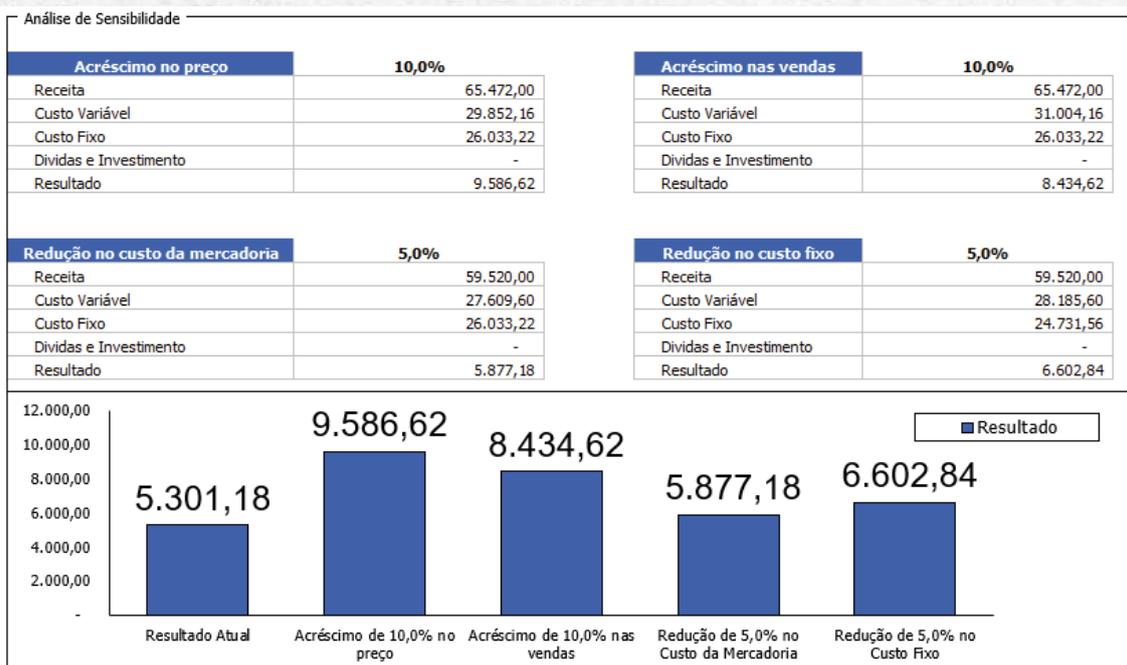
- Acréscimo no preço em 10%;
- Acréscimo nas vendas em 10%;
- Redução nos custos da mercadoria em 5%;
- Redução no custo fixo em 5%.

Diante dessas variações pode-se realizar a construção de cenários para cada oportunidade de negócio, conforme Análise de Sensibilidade.

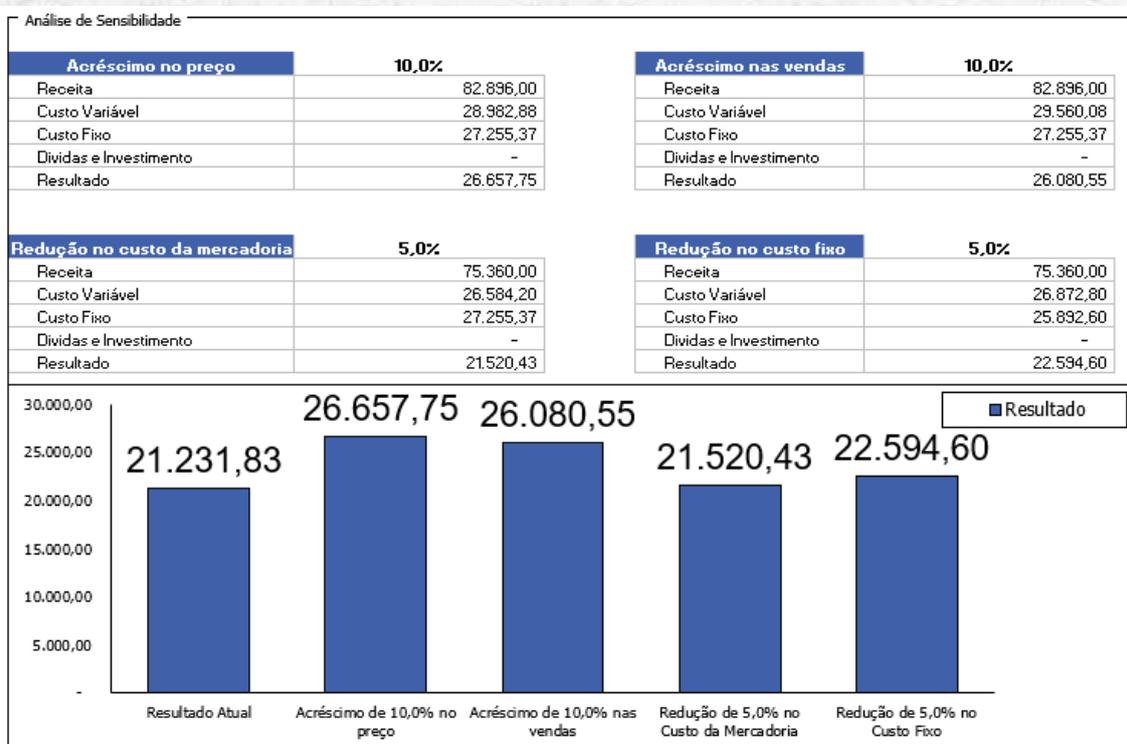
### 1. ATIVIDADES DE ECOTURISMO / ECO TRILHAS:



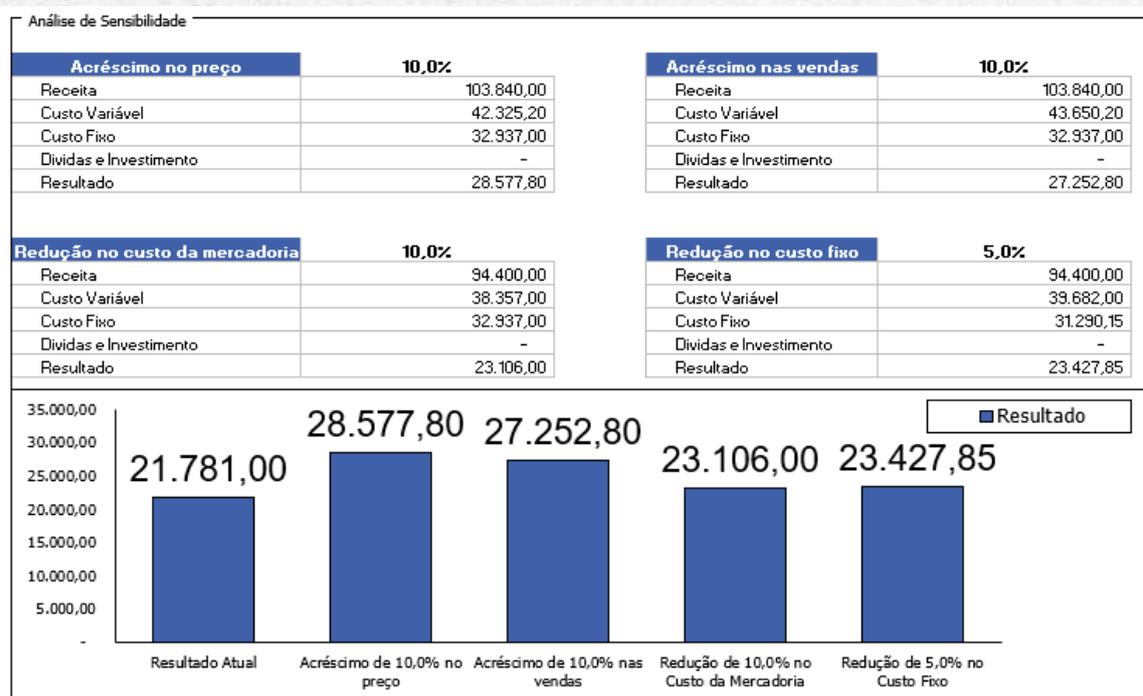
## 2. SERVIÇOS DE PEDALINHO E CAIAQUE:



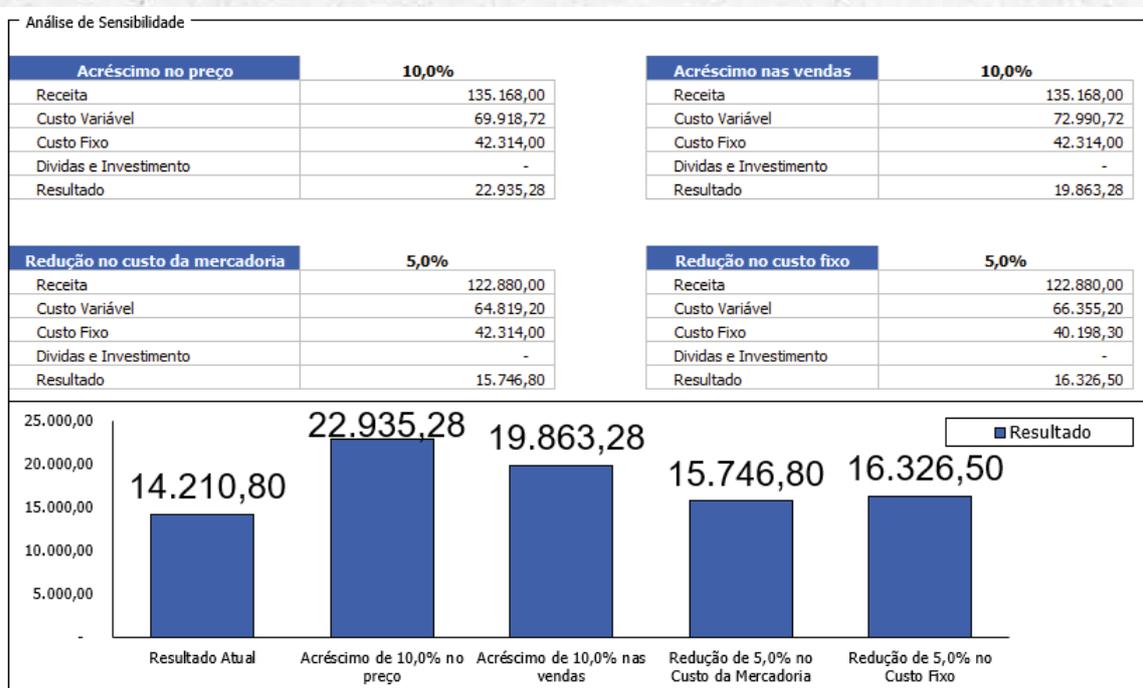
## 3. LOCAÇÃO E TRILHA DE BIKE:



#### 4. SERVIÇO DE QUADRICICLOS:



#### 5. CAFETERIA / ESPAÇO CULTURA:



O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre a construção de cenários.

## 7.1 DEFINIÇÃO DE ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS:

As alternativas estratégicas são diferentes ações ou abordagens que uma oportunidade de negócio adotada para enfrentar desafios, capitalizar oportunidades ou atingir seus objetivos estratégicos. Essas alternativas são desenvolvidas por meio de um processo sistemático de análise e avaliação do ambiente interno e externo, bem como de suas capacidades e recursos, a seguir será apresentado as principais estratégias adotadas.

1. **Investimento:** São investimentos necessários ao decorrer do tempo de implementação, podendo incluir estratégias de crescimento, como expansão de mercado, desenvolvimento de novos produtos, fusões e aquisições, diversificação, entre outras.
2. **Viabilidade:** avaliação constante das viabilidades técnica, financeira e operacional, considerando os recursos, conhecimentos e habilidades necessários para o sucesso das oportunidades de negócio.
3. **Riscos e Oportunidades:** cada negócio possui seus próprios riscos e oportunidades, é importante avaliar cuidadosamente os possíveis impactos positivos e negativos de cada opção, bem como identificar medidas para mitigar os riscos e maximizar os benefícios.
4. **Alinhamento com Objetivos Estratégicos:** as alternativas estratégicas devem estar alinhadas com os objetivos de longo prazo e com sua visão e missão. Elas devem contribuir para o crescimento sustentável e a criação de valor a longo prazo.
5. **Flexibilidade:** ser flexível o suficiente para se adaptarem a mudanças no ambiente externo e interno da empresa/negócio, isso inclui a capacidade de ajustar as estratégias conforme necessário e aproveitar novas oportunidades à medida que surgem.

6. **Análise do Ambiente:** compreender o ambiente externo e interno de cada negócio, incluindo tendências de mercado, concorrência, tecnologia, regulamentações, recursos e capacidades.
7. **Identificação de Opções:** gerar uma variedade de opções estratégicas que possam abordar os desafios e aproveitar as oportunidades identificadas na análise ambiental.
8. **Avaliação e Priorização:** avaliar cada alternativa em termos de viabilidade, riscos, oportunidades e alinhamento com os objetivos estratégicos, priorizando as alternativas mais promissoras.
9. **Desenvolvimento do Plano de Ação:** elaborar planos detalhados para implementar as alternativas estratégicas selecionadas, incluindo metas, recursos necessários, cronograma e responsabilidades.
10. **Monitoramento e Revisão:** monitorar a implementação das estratégias e realizar revisões periódicas para garantir que elas continuem alinhadas com os objetivos e ajustes conforme necessário.

Em resumo, as alternativas estratégicas são opções de ação que uma empresa/negócio deve considerar para moldar seu futuro e alcançar sucesso a longo prazo, e o processo de desenvolvimento dessas alternativas envolve análise, avaliação e planejamento cuidadosos

## 7.2 DEFINIÇÃO DE METAS E OBJETIVOS:

Definir metas e objetivos claros é essencial para o sucesso da atividade de natureza, gastronomia e cultura, baseada nos seguintes critérios:

1. **Específico:** as metas e objetivos devem ser claros e específicos, por exemplo, aumentar as vendas em 10% até o final do ano.
2. **Mensurável:** é importante que as metas sejam mensuráveis, para que possa acompanhar o progresso ao longo do tempo e avaliar o sucesso.

Isso pode envolver o uso de métricas como vendas, número de clientes, taxa de ocupação, redução dos custos e entre outros.

3. **Alcançável:** as metas devem ser desafiadoras, mas ainda alcançáveis, considerando os recursos disponíveis, o tempo necessário e outros fatores que possam afetar a capacidade de alcançar a meta.
4. **Relevante:** certificar que as metas estejam alinhadas com a visão e os valores do negócio, bem como com as necessidades e expectativas dos seus clientes.
5. **Temporal:** prazos claros para alcançar as metas, isso ajuda a manter o foco e a motivação, além de fornecer um senso de urgência para tomar medidas.

As metas estabelecidas, conforme construção de cenários para todas as oportunidades de negócio são:

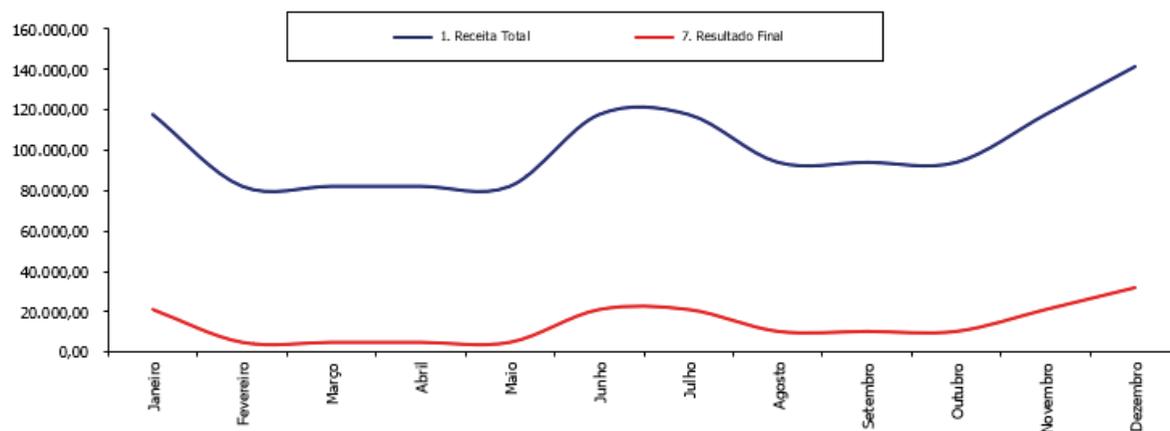
- Acréscimo no preço em 10%, após o primeiro ano;
- Acréscimo nas vendas em 10%, após o primeiro ano;
- Redução nos custos da mercadoria em 5%, após o primeiro ano;
- Redução no custo fixo em 5%, após o primeiro ano.

Levando em consideração a sazonalidade das oportunidades durante o ano, as metas com relação a Receita Total variam de 50% a 120%, conforme apresentado para cada negócio.

## 1. ATIVIDADES DE ECOTURISMO / ECO TRILHAS E ARVORISMO:

### SAZONALIDADE

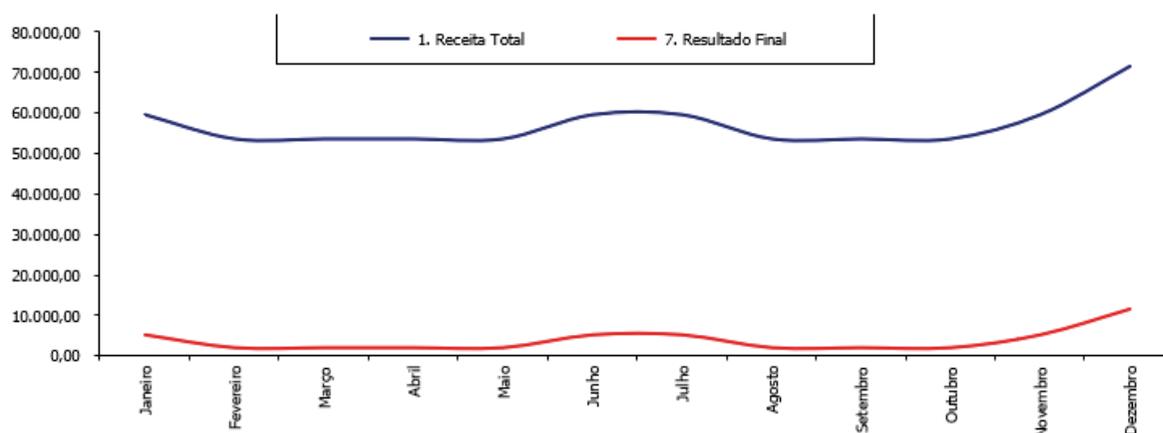
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Acumulado
<b>Sazonalidade</b>	100,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	100,0%	100,0%	80,0%	80,0%	80,0%	100,0%	120,0%	
<b>1. Receita Total</b>	117.600,00	82.320,00	82.320,00	82.320,00	82.320,00	117.600,00	117.600,00	94.080,00	94.080,00	94.080,00	117.600,00	141.120,00	1.223.040,00
<b>2. Custos Variáveis Totais</b>	63.504,00	44.452,80	44.452,80	44.452,80	44.452,80	63.504,00	63.504,00	50.803,20	50.803,20	50.803,20	63.504,00	76.204,80	660.441,60
<b>3. Margem de Contribuição</b>	54.096,00	37.867,20	37.867,20	37.867,20	37.867,20	54.096,00	54.096,00	43.276,80	43.276,80	43.276,80	54.096,00	64.915,20	562.598,40
<b>4. Custos Fixos Totais</b>	33.165,40	33.165,40	33.165,40	33.165,40	33.165,40	33.165,40	33.165,40	33.165,40	33.165,40	33.165,40	33.165,40	33.165,40	397.984,85
<b>5. Resultado Operacional</b>	20.930,60	4.701,80	4.701,80	4.701,80	4.701,80	20.930,60	20.930,60	10.111,40	10.111,40	10.111,40	20.930,60	31.743,80	164.613,55
<b>6. Dívidas e Investimentos</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>7. Resultado Final</b>	20.930,60	4.701,80	4.701,80	4.701,80	4.701,80	20.930,60	20.930,60	10.111,40	10.111,40	10.111,40	20.930,60	31.743,80	164.613,55



## 2. SERVIÇOS DE PEDALINHO E CAIAQUE:

### SAZONALIDADE

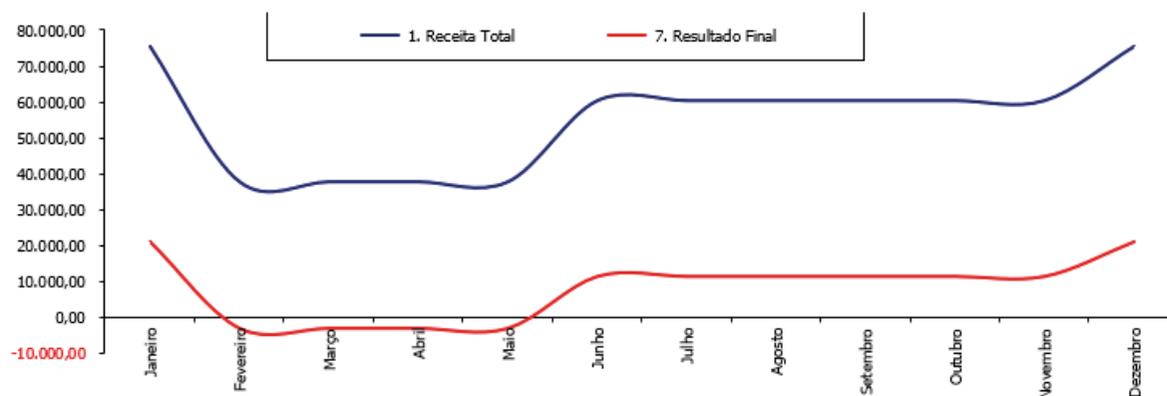
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Acumulado
<b>Sazonalidade</b>	100,0%	90,0%	90,0%	90,0%	90,0%	100,0%	100,0%	90,0%	90,0%	90,0%	100,0%	120,0%	
<b>1. Receita Total</b>	59.520,00	53.568,00	53.568,00	53.568,00	53.568,00	59.520,00	59.520,00	53.568,00	53.568,00	53.568,00	59.520,00	71.424,00	684.460,00
<b>2. Custos Variáveis Totais</b>	28.185,60	25.367,04	25.367,04	25.367,04	25.367,04	28.185,60	28.185,60	25.367,04	25.367,04	25.367,04	28.185,60	33.822,72	324.134,40
<b>3. Margem de Contribuição</b>	31.334,40	28.200,96	28.200,96	28.200,96	28.200,96	31.334,40	31.334,40	28.200,96	28.200,96	28.200,96	31.334,40	37.601,28	360.345,60
<b>4. Custos Fixos Totais</b>	26.033,22	26.033,22	26.033,22	26.033,22	26.033,22	26.033,22	26.033,22	26.033,22	26.033,22	26.033,22	26.033,22	26.033,22	312.398,60
<b>5. Resultado Operacional</b>	5.301,18	2.167,74	2.167,74	2.167,74	2.167,74	5.301,18	5.301,18	2.167,74	2.167,74	2.167,74	5.301,18	11.568,06	47.947,00
<b>6. Dívidas e Investimentos</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>7. Resultado Final</b>	5.301,18	2.167,74	2.167,74	2.167,74	2.167,74	5.301,18	5.301,18	2.167,74	2.167,74	2.167,74	5.301,18	11.568,06	47.947,00



### 3. LOCAÇÃO E TRILHA DE BIKE:

#### SAZONALIDADE

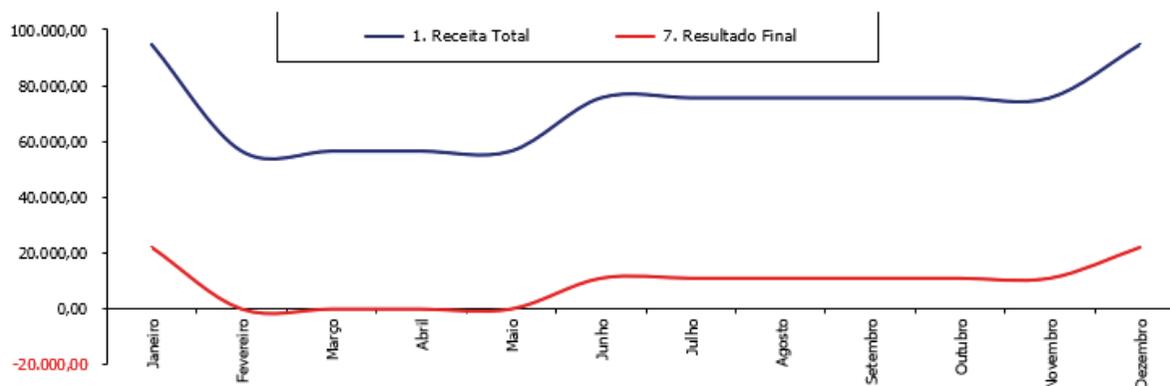
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maió	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Acumulado
<b>Sazonalidade</b>	100,0%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	100,0%	
<b>1. Receita Total</b>	75.360,00	37.680,00	37.680,00	37.680,00	37.680,00	60.288,00	60.288,00	60.288,00	60.288,00	60.288,00	60.288,00	75.360,00	663.168,00
<b>2. Custos Variáveis Totais</b>	26.872,80	13.436,40	13.436,40	13.436,40	13.436,40	21.498,24	21.498,24	21.498,24	21.498,24	21.498,24	21.498,24	26.872,80	236.480,64
<b>3. Margem de Contribuição</b>	48.487,20	24.243,60	24.243,60	24.243,60	24.243,60	38.789,76	38.789,76	38.789,76	38.789,76	38.789,76	38.789,76	48.487,20	426.687,36
<b>4. Custos Fixos Totais</b>	27.255,37	27.255,37	27.255,37	27.255,37	27.255,37	27.255,37	27.255,37	27.255,37	27.255,37	27.255,37	27.255,37	27.255,37	327.064,43
<b>5. Resultado Operacional</b>	21.231,83	-3.011,77	-3.011,77	-3.011,77	-3.011,77	11.534,39	11.534,39	11.534,39	11.534,39	11.534,39	11.534,39	21.231,83	99.622,93
<b>6. Dívidas e Investimentos</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>7. Resultado Final</b>	21.231,83	-3.011,77	-3.011,77	-3.011,77	-3.011,77	11.534,39	11.534,39	11.534,39	11.534,39	11.534,39	11.534,39	21.231,83	99.622,93



#### 4. SERVIÇO DE QUADRICICLOS:

##### SAZONALIDADE

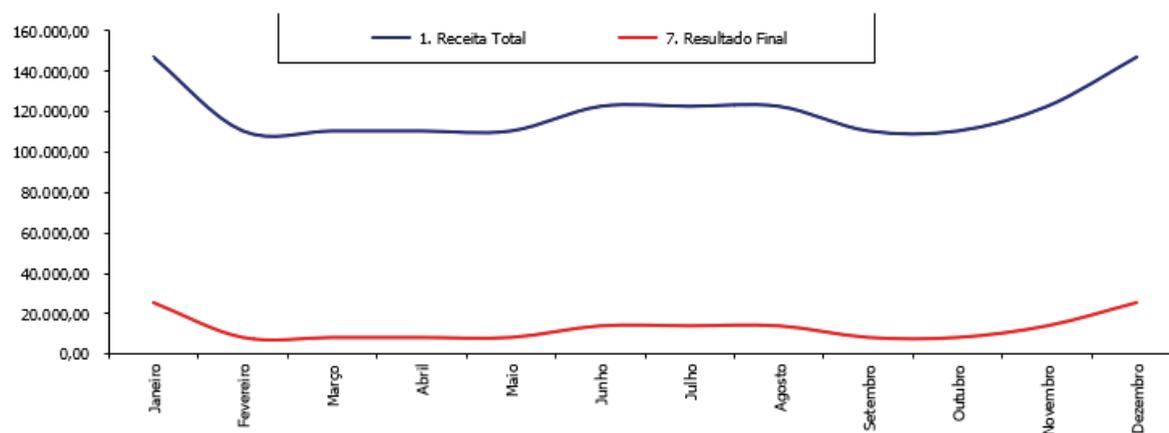
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Acumulado
<b>Sazonalidade</b>	100,0%	60,0%	60,0%	60,0%	60,0%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	100,0%	
<b>1. Receita Total</b>	94.400,00	56.640,00	56.640,00	56.640,00	56.640,00	75.520,00	75.520,00	75.520,00	75.520,00	75.520,00	75.520,00	94.400,00	868.480,00
<b>2. Custos Variáveis Totais</b>	39.682,00	23.809,20	23.809,20	23.809,20	23.809,20	31.745,60	31.745,60	31.745,60	31.745,60	31.745,60	31.745,60	39.682,00	365.074,40
<b>3. Margem de Contribuição</b>	54.718,00	32.830,80	32.830,80	32.830,80	32.830,80	43.774,40	43.774,40	43.774,40	43.774,40	43.774,40	43.774,40	54.718,00	503.405,60
<b>4. Custos Fixos Totais</b>	32.937,00	32.937,00	32.937,00	32.937,00	32.937,00	32.937,00	32.937,00	32.937,00	32.937,00	32.937,00	32.937,00	32.937,00	395.244,06
<b>5. Resultado Operacional</b>	21.781,00	-106,20	-106,20	-106,20	-106,20	10.837,40	10.837,40	10.837,40	10.837,40	10.837,40	10.837,40	21.781,00	108.161,54
<b>6. Dívidas e Investimentos</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>7. Resultado Final</b>	21.781,00	-106,20	-106,20	-106,20	-106,20	10.837,40	10.837,40	10.837,40	10.837,40	10.837,40	10.837,40	21.781,00	108.161,54



## 5. CAFETERIA:

### SAZONALIDADE

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Acumulado
<b>Sazonalidade</b>	120,0%	90,0%	90,0%	90,0%	90,0%	100,0%	100,0%	100,0%	90,0%	90,0%	100,0%	120,0%	
<b>1. Receita Total</b>	147.456,00	110.592,00	110.592,00	110.592,00	110.592,00	122.880,00	122.880,00	122.880,00	110.592,00	110.592,00	122.880,00	147.456,00	1.449.984,00
<b>2. Custos Variáveis Totais</b>	79.626,24	59.719,68	59.719,68	59.719,68	59.719,68	66.355,20	66.355,20	66.355,20	59.719,68	59.719,68	66.355,20	79.626,24	782.991,36
<b>3. Margem de Contribuição</b>	67.829,76	50.872,32	50.872,32	50.872,32	50.872,32	56.524,80	56.524,80	56.524,80	50.872,32	50.872,32	56.524,80	67.829,76	666.992,64
<b>4. Custos Fixos Totais</b>	42.314,00	42.314,00	42.314,00	42.314,00	42.314,00	42.314,00	42.314,00	42.314,00	42.314,00	42.314,00	42.314,00	42.314,00	507.767,95
<b>5. Resultado Operacional</b>	25.515,76	8.558,32	8.558,32	8.558,32	8.558,32	14.210,80	14.210,80	14.210,80	8.558,32	8.558,32	14.210,80	25.515,76	159.224,69
<b>6. Dívidas e Investimentos</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>7. Resultado Final</b>	25.515,76	8.558,32	8.558,32	8.558,32	8.558,32	14.210,80	14.210,80	14.210,80	8.558,32	8.558,32	14.210,80	25.515,76	159.224,69



Os objetivos podem variar dependendo do contexto e dos agentes envolvidos. Aqui estão alguns exemplos de objetivos a serem estabelecidos para cada atividade.

1. **Promover a Apreciação da Natureza:** permitir que os participantes (turistas) experimentem e apreciem a beleza da natureza, através de atividades como caminhadas, ciclismo, pedalinho, caiaque, observação de aves ou passeios e outros, assim como ter uma experiência única.
2. **Explorar a Diversidade Gastronômica:** oferecer a oportunidade de explorar e experimentar pratos tradicionais e culinárias locais, aprendendo sobre os ingredientes, técnicas de preparação e significados culturais por trás de cada prato e sua tradição.
3. **Promover o Intercâmbio Cultural:** facilitar a interação entre pessoas de diferentes origens culturais, incentivando o compartilhamento de experiências, histórias e tradições culinárias únicas, promovendo assim a compreensão e o respeito mútuo.
4. **Fomentar a Consciência Ambiental:** educar sobre a importância da conservação ambiental e práticas sustentáveis, destacando a conexão entre a preservação da natureza e a produção de alimentos, bem como o impacto da gastronomia nas comunidades locais e no meio ambiente.
5. **Estimular a Criatividade e a Expressão:** incentivar os participantes a explorar sua criatividade por meio da culinária e outras formas de expressão cultural, como artesanato, música ou dança, criando assim um ambiente de aprendizado lúdico e enriquecedor.
6. **Promover o Turismo Responsável e Sustentável:** destacar a importância do turismo responsável e sustentável, apoiando iniciativas locais e valorizando a preservação da cultura e do meio ambiente, enquanto proporciona uma experiência enriquecedora e autêntica para os turistas, visitantes e moradores locais.

### 7.3 PARCERIAS ESTRATÉGICAS:

Parcerias estratégicas podem ser uma maneira poderosa de impulsionar o crescimento e o sucesso das atividades de natureza, gastronomia e cultura.

Podemos identificar e desenvolver parcerias estratégicas com:

- **Fornecedores Locais:** parcerias com fornecedores locais de alimentos frescos, produtos artesanais e outros itens relacionados à gastronomia e à cultura. Isso não só apoia a economia local, mas também pode garantir ingredientes de alta qualidade e únicos para os seus pratos ou produtos.
- **Eventos Culturais e Festivais:** associar-se a eventos culturais, festivais de gastronomia, feiras de artesanato e outras celebrações locais, participando como expositor, patrocinador ou fornecedor, aumentando a visibilidade da marca e alcançando um público mais amplo.
- **Empresas de Turismo:** colaborar com empresas de turismo locais e regionais para criar pacotes turísticos que incluam experiências gastronômicas e culturais, aumentando o número de visitantes e o interesse nas oportunidades de negócio existentes.
- **Organizações Culturais e Artísticas:** explorar parcerias com museus, galerias de arte, grupos teatrais, folclore e outras organizações culturais e artísticas. Poderá oferecer descontos especiais para membros, sediar eventos conjuntos ou até mesmo integrar elementos culturais nas experiências gastronômicas.
- **Hotéis, Pousadas, Cama e Café, Sítios, Fazendas e outros locais:** trabalhar em conjunto com seguimento de hospedagem para oferecer pacotes que incluam refeições ou experiências gastronômicas e passeios exclusivos, objetivando atrair turistas para cada segmento de negócio e criar uma experiência mais completa.
- **Restaurantes e similares:** orientar os hóspedes e clientes dos serviços e experiências oferecidos na região de Pindobas.
- **Escolas e Instituições de Ensino:** desenvolver parcerias com escolas locais, universidades ou instituições de ensino para oferecer

- workshops, cursos ou eventos educacionais relacionados à gastronomia, meio ambiente e à cultura, promovendo a educação ambiental, culinária e cultural na comunidade, ao mesmo tempo em que aumenta a conscientização sobre o Distrito Turístico de Pindobas.
- **Empresas de Tecnologia:** explorar oportunidades de parceria com empresas de tecnologia para melhorar a eficiência operacional do negócio, seja através de sistemas de reservas online, aplicativos de entrega de alimentos ou soluções de gerenciamento de clientes e ambiental.
  - **Organizações de Desenvolvimento Local:** parcerias com organizações de desenvolvimento local, câmaras de comércio e associações empresariais para aproveitar recursos e oportunidades de networking que possam beneficiar cada segmento.
  - **Associações de Turismo:** essas organizações muitas vezes têm informações sobre fornecedores de turismo de natureza na área e podem oferecer recomendações com base nas necessidades dos visitantes.
  - **Lojas de equipamentos de aventura:** essas lojas podem não apenas fornecer o equipamento necessário para atividades ao ar livre, como também oferecer informações sobre empresas locais que oferecem serviços de turismo de natureza.
  - **Centros de ecoturismo ou reservas naturais:** muitas áreas naturais protegidas ou reservas ecológicas têm programas de turismo que oferecem uma variedade de atividades para os visitantes. Eles podem ter parcerias com empresas locais para fornecer serviços adicionais.
  - Empresa de receptivo/ transportes de turistas.
  - Órgãos públicos ligados ao agroturismo.

Ao cultivar parcerias estratégicas com esses tipos de organizações e empresas privadas e públicas, os atrativos irão expandir, aumentar a visibilidade da sua marca e oferecer experiências mais ricas e completas para os turistas.

## **8. CONCLUSÃO DE VIABILIDADE DA PROPOSTA**

A proposta de desenvolvimento de atrativos com atividades de natureza, gastronomia e cultura no entorno do Lago Negro, localizado no Complexo Agroindustrial de Pindobas, é viável e apresenta um grande potencial de sucesso a curto e médio prazo.

Com a combinação de uma localização estratégica, uma oferta diversificada de produtos e serviços, parcerias estratégicas bem estruturadas e um forte enfoque em marketing e inovação, o Lago Negro está bem posicionada para se tornar um destino turístico de destaque e impulsionando o desenvolvimento econômico e social do Distrito Turístico de Pindobas/ES.

O entorno do Lago Negro é caracterizado por uma beleza natural cênica, com trilhas para caminhadas, passeios de bicicleta, jardins floridos e uma vegetação exuberante. O lago em si é um ponto central, onde é possível realizar passeios de pedalinho e de caiaque, proporcionando uma interação direta com o ambiente aquático. Este contato com a natureza é relaxante e revitalizante, tornando-se um atrativo importante para aqueles que buscam tranquilidade e lazer ao ar livre.

A influência europeia, especialmente a italiana, é evidente na qualidade e na diversidade das opções gastronômicas. Experiências como degustação de vinhos, pratos à base de massa e carnes são altamente valorizadas pelos

turistas, criando uma oferta culinária que complementa perfeitamente o ambiente natural.

Assim como, Oficinas de artesanato regional, onde os turistas podem aprender técnicas tradicionais de produção do Socol, queijos, cachaças, cerâmica, tecelagem, escultura em madeira e outros;

A riqueza cultural em torno do Lago Negro será vivenciada através das apresentações de música e grupos de dança de artistas locais, no Espaço Cultural, que celebram a diversidade cultural da região por meio de ritmos e melodias tradicionais.

Além disso, a arquitetura europeia presente na cidade e nos arredores do Lago Negro, Distrito Turístico de Pindobas, contribui para um ambiente culturalmente rico e diversificado, proporcionando aos turistas uma imersão completa na cultura local.

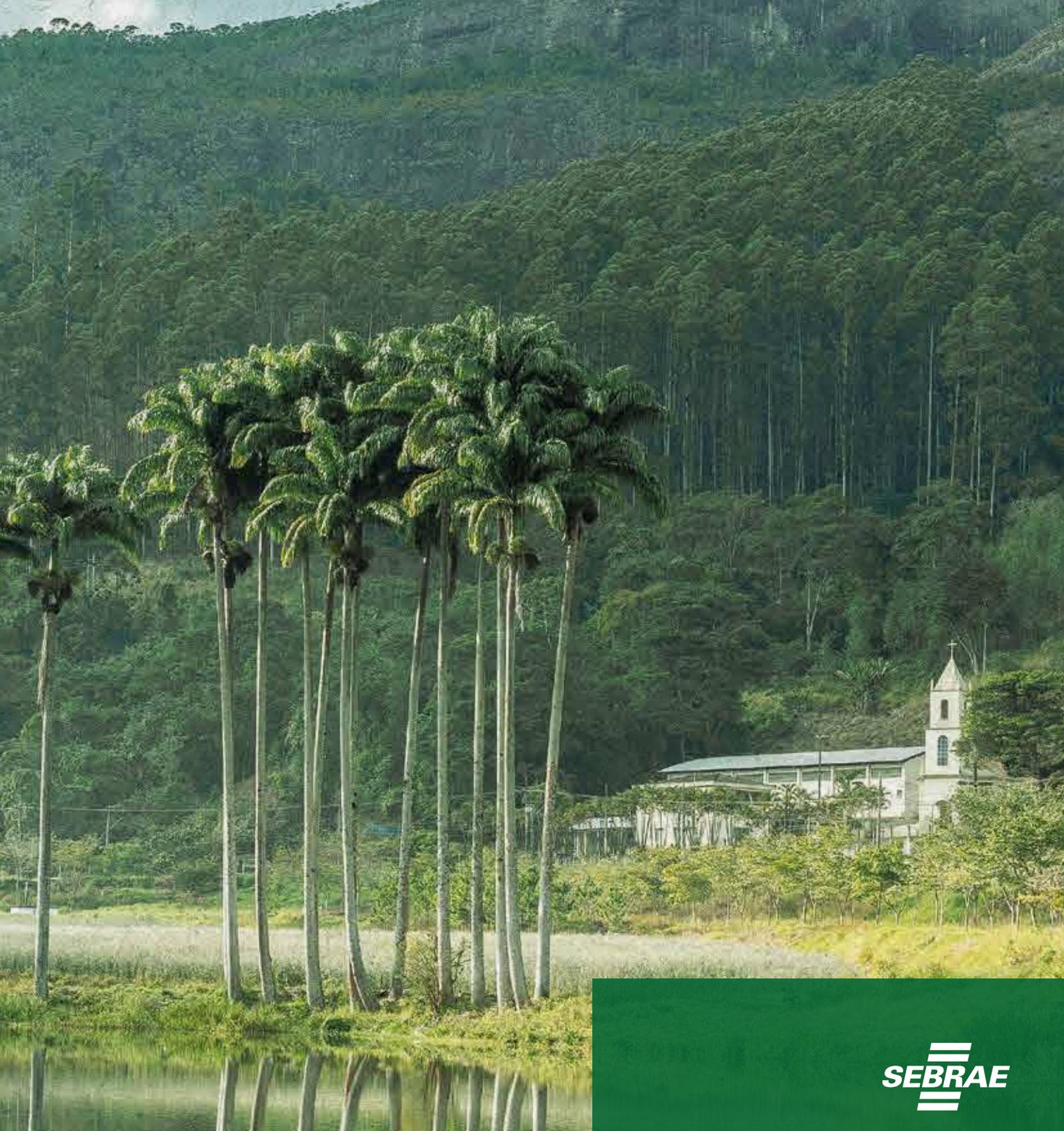


O resumo do plano financeiro com indicadores de viabilidade financeira das oportunidades de negócio são:

OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO TURÍSTICO:	ECOTURISMO / ECO TRILHAS E ARVORISMO:		SERVIÇOS DE PEDALINHO E CAIAQUE:		LOCAÇÃO E TRILHA DE BIKE:		SERVIÇO DE QUADRICICLOS:		CAFETERIA / ESPAÇO CULTURA:		TOTAL:	
<b>INVESTIMENTO INICIAL TOTAL:</b>	R\$ 149.380,00		R\$ 158.976,00		R\$ 154.768,00		R\$ 306.220,00		R\$ 659.288,00		<b>R\$ 1.428.632,00</b>	
<b>ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL:</b>	R\$ 117.600,00	100,0%	R\$ 59.520,00	100,0%	R\$ 75.360,00	100,0%	R\$ 94.400,00	100,0%	R\$ 122.880,00	100,0%	<b>R\$ 469.760,00</b>	<b>100,0%</b>
<b>ESTIMATIVA DE CUSTOS VARIÁVEL MENSAL:</b>	R\$ 63.504,00	54,0%	R\$ 28.185,60	47,4%	R\$ 26.872,80	35,7%	R\$ 39.682,00	42,0%	R\$ 66.355,20	54,0%	<b>R\$ 224.599,60</b>	<b>47,8%</b>
<b>ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS MENSAL:</b>	R\$ 33.165,40	28,2%	R\$ 26.033,22	43,7%	R\$ 27.255,37	36,2%	R\$ 32.937,00	34,9%	R\$ 42.314,00	34,4%	<b>R\$ 161.704,99</b>	<b>34,4%</b>
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO:</b>	R\$ 54.096,00	46,0%	R\$ 31.334,40	52,6%	R\$ 48.487,20	64,3%	R\$ 54.718,00	58,0%	R\$ 56.524,80	46,0%	<b>R\$ 245.160,40</b>	<b>52,2%</b>
<b>LUCRO:</b>	R\$ 20.930,60	17,8%	R\$ 5.301,18	8,9%	R\$ 21.231,83	28,2%	R\$ 21.781,00	23,1%	R\$ 14.210,80	11,6%	<b>R\$ 83.455,41</b>	<b>17,8%</b>
<b>LUCRATIVIDADE:</b>	17,80%		8,91%		28,17%		23,07%		11,56%		17,77%	
<b>PONTO DE EQUILÍBRIO:</b>	R\$ 72.098,70		R\$ 49.450,36		R\$ 42.360,97		R\$ 56.823,22		R\$ 91.986,96		<b>R\$ 309.848,31</b>	
<b>RENTABILIDADE:</b>	14,01%		3,33%		13,72%		7,11%		2,16%		<b>5,84%</b>	
<b>PRAZO DO RETORNO DO INVESTIMENTO: (MÊS)</b>	7,14		29,99		7,29		14,06		46,39		<b>17,12</b>	

A combinação de natureza, gastronomia e cultura faz do entorno do Lago Negro um destino turístico altamente atrativo e completo. Essa diversidade de atividades e experiências permite que os turistas desfrutem de momentos de lazer e aprendizado, atendendo a diferentes preferências e idades.

A harmonia entre esses elementos contribui para uma experiência turística memorável e enriquecedora, posicionando o Lago Negro e seus arredores como um ponto de destaque no turismo brasileiro.



**SEBRAE**

MUITO  
**OBRIGADO.**



**PINDOBAS**

DISTRITO TURÍSTICO

**CONTATO**

- +55 27 99763-3539
- +55 28 98809-3338
- atendimento.vendanova@es.sebrae.com.br