



# PINDOBAS

DISTRITO TURÍSTICO

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

---

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

---

JULHO/2024



**SEBRAE**

# SUMÁRIO

<b>1. CARACTERIZAÇÃO DO NEGÓCIO:</b>	<b>3</b>
1.1 DESCRIÇÃO DA OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS:	7
1.2 CONTEXTO DO TURISMO E DO DISTRITO TURÍSTICO DE PINDOBAS:	9
1.3 RECOMENDAÇÕES ADMINISTRATIVAS:	10
<b>2. ANÁLISE DE MERCADO:</b>	<b>14</b>
2.1 ESTUDO DA DEMANDA ATUAL E POTENCIAL:	15
2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES:	18
2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES:	19
<b>3. PLANO DE MARKETING:</b>	<b>20</b>
3.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS:	22
3.2 POLÍTICAS DE PREÇOS:	24
3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS E DE COMERCIALIZAÇÃO:	31
<b>4. PLANO OPERACIONAL:</b>	<b>34</b>
4.1 INFRAESTRUTURA NECESSÁRIA	37
4.2 – PROCESSOS OPERACIONAIS	42
4.3 NECESSIDADE DE PESSOAL:	48
<b>5. PLANO FINANCEIRO:</b>	<b>53</b>
5.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS:	53
5.2 CAPITAL DE GIRO:	54
5.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS:	55
5.4 INVESTIMENTO TOTAL:	56
5.5 ESTIMATIVA DE CUSTOS:	60
5.6 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL:	65
5.7 PROJEÇÃO DE RESULTADOS	66
<b>6. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA:</b>	<b>73</b>
6.1 ANÁLISE MATRIZ SWOT	74
<b>7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS</b>	<b>78</b>
7.1 DEFINIÇÃO DE ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS:	80
7.2 DEFINIÇÃO DE METAS E OBJETIVOS:	81
7.3 PARCERIAS ESTRATÉGICAS:	84
<b>8. CONCLUSÃO DE VIABILIDADE DA PROPOSTA</b>	<b>86</b>

# 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.

Sua 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 e outros empreendimentos lá existentes, como a Fazenda Pindobas e o casarão da família Scabello que 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 local, 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 de atrativos com atividade de natureza, lazer, gastronomia e cultura no entorno do lago do Espaço Expositivo.



## O NEGÓCIO:

O Espaço Expositivo será a instalação do Polo de Referência em Turismo de Experiência e do Centro de Referência do Agroturismo Nacional, no Complexo Industrial Pindobas, localizado estrategicamente na ES-166, também conhecida como Rodovia Pedro Cola, em Venda Nova do Imigrante/ES, conforme Imagem 01.



Imagem 01: Espaço Expositivo

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

O Espaço Expositivo será um local multifuncional projetado para oferecer uma combinação de atividades de lazer, gastronomia e cultura, mostrando as riquezas através de exposições, vivências, apresentações e atividades



interativas, promovendo o desenvolvimento econômico, geração de emprego e renda, fortalecendo os pequenos negócios locais e posicionando Venda Nova do Imigrante/ES, como um destino turístico de destaque não apenas em nível estadual, mas também nacional.

Os objetivos desse Plano de Negócio e Estudo de Viabilidade Técnica e Econômica é a apresentação de oportunidades de negócio com atrativos para atividades de natureza, lazer, gastronomia e cultura no entorno do lago, conforme Imagem 02, localizado próximo ao Espaço Expositivo.



Fonte: <https://www.google.com.br/maps/place/Complexo+AgroindustrialPindobas>

O lago possui uma área total de 29.270,68m<sup>2</sup>, com distância total em seu entorno de 834,00m, conforme Imagem 03.



Fonte: <https://www.google.com.br/maps/place/Complexo+AgroindustrialPindobas>



No entorno do lago existe uma área ampla e diversificada da flora e fauna, propícia para diversas atividades, objetivando aumentar a atratividade de turistas para o Distrito Turístico de Pindobas, tornando-se um destino turístico com uma gama diversificada de atividades, contemplando o turismo de experiência.

### **1.1 DESCRIÇÃO DA OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS – SEGMENTO:**

O crescimento do turismo cultural e rural tem crescido nos últimos anos, com um aumento no interesse por experiências que combinam aprendizado e entretenimento em ambientes naturais e culturais.

A valorização da autenticidade e a conexão com culturas locais, tradições e história aumenta as experiências interativas e imersivas que envolvem os turistas de maneira significativa.

As oportunidades no entorno do lago tendem a combinar elementos de lazer, gastronomia e cultura, proporcionando uma experiência autêntica e rica que atrai turistas, estudantes, famílias e entusiastas da cultura.

Nesse estudo foram mapeados três (3) atrativos a serem exploradas no entorno do lago, são elas:

#### **1. ESPAÇO COM GASTRONOMIA TROPEIRA:**

Um espaço arquitetônico no entorno do lago com tradições tropeiras, celebrando a cultura e a culinária dos tropeiros, que eram responsáveis por transportar gado e mercadorias pelas regiões do Brasil durante os séculos XVIII e XIX.

O estabelecimento aqui proposto pretende oferecer uma vista para o lago com experiência autêntica, pratos típicos, decoração rústica e elementos culturais e históricos que remetem aos tempos dos tropeiros.

As experiências irão além da refeição, uma imersão na cultura e história dos tropeiros, proporcionando um ambiente acolhedor e rústico, onde é possível apreciar a simplicidade e os sabores genuínos da cozinha tradicional tropeira.

Além da gastronomia será realizado a promoção de eventos gastronômicos, como festivais de comida regional e tropeira ou degustações de produtos locais, para atrair turistas, visitantes e moradores locais.

## **2. SERVIÇO DE ALUGUEL DE BICICLETAS E TRICICLOS:**

Empresa responsável pela supervisão, coordenação e direção de atividades voltadas para o desenvolvimento do turismo, lazer e atividades afins, através dos serviços de aluguel de bicicletas e triciclos.

## **3. ATIVIDADES ECOTURÍSTICAS:**

Atividades ecoturísticas são experiências de turismo que promovem a interação sustentável com a natureza, visando a conservação ambiental e o bem-estar das comunidades locais.

As atividades aqui propostas como oportunidade de negócio têm o objetivo de oferecer experiências únicas e enriquecedoras, incentivando as práticas de turismo responsável que respeitam o meio ambiente e promovem o desenvolvimento sustentável das comunidades locais.

As principais atividades ecoturísticas serão:

1. Passeios guiados através de trilhas e caminhadas.
2. Atividade de observação e fotografia de animais em seu habitat natural.
3. Passeio de pedalinho.
4. Observação de estrelas (astroturismo).
5. Observação de pássaros.
6. Piquenique.



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

Venda Nova do Imigrante é considerada a maior colônia italiana 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 visita e à 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.

Venda Nova do Imigrante, tem uma forte ligação com a tradição tropeira, que remonta ao período colonial do país. A região foi um importante ponto de passagem para tropeiros que viajavam entre Minas Gerais e o litoral do Espírito Santo, transportando mercadorias e gado.

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 e 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 nº 94/2011.

Conforme a Lei Complementar nº 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, 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:**

Hoje o turismo de experiência não é apenas comprar o produto, mas de conhecer as tradições, processo de fabricação, vivenciar a vida no campo, a cultura e a gastronomia.

O público-alvo será diversificado, dependendo dos serviços e experiências oferecidos no local, sendo 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. TURISTAS:

- **Turistas Nacionais e Internacionais:** pessoas interessadas em turismo cultural e rural, buscando experiências autênticas e educativas.
- **Turistas Regionais:** visitantes de estados próximos que procuram passeios de fim de semana e feriados prolongados.

### 2. ESTUDANTES E ESCOLAS:

- **Grupos Escolares:** escolas que buscam excursões educativas e culturais para alunos de todas as idades.
- **Universidades e Instituições Acadêmicas:** instituições que procuram locais para pesquisas, estudos de campo e programas de imersão cultural.

### 3. FAMÍLIAS:

- **Famílias Locais e Visitantes não locais:** famílias que buscam atividades de lazer e culturais para todos os membros, oferecendo diversão e aprendizado.

### 4. ENTUSIASTAS CULTURAIS:

- **Amantes da Cultura:** pessoas interessadas em história, artes, tradições e cultura local, buscando aprofundar seu conhecimento e vivência. Isso pode incluir famílias, casais, estudantes e viajantes culturais.



## **5. AMANTES DA NATUREZA E DE ATIVIDADES ECOTURISTAS:**

- Aqueles que apreciam a beleza natural da região e buscam atividades ao ar livre, como trilhas, passeios, observação de aves e outras experiências relacionadas à natureza.

## **6. VIAJANTES EM BUSCA DE EXPERIÊNCIAS GASTRONÔMICAS:**

- Indivíduos que desejam experimentar a culinária tradicional da região, incluindo pratos típicos dos tropeiros e produtos locais.

## **7. ENTUSIASTAS DO ARTESANATO:**

- Pessoas interessadas em produtos artesanais locais, como cerâmica, tecidos, esculturas em madeira e couro.

## **8. FOTÓGRAFOS E ARTISTAS VISUAIS:**

- Aqueles que buscam inspiração em paisagens, arquitetura histórica e elementos culturais únicos da cultura italiana.

## **9. 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 preferências desses diferentes segmentos de público para desenvolver estratégias de marketing e oferecer experiências que atendam às suas expectativas.

## 2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES:

Os concorrentes das atividades no entorno do lago podem ser outros destinos turísticos, atrações históricas ou empresas que oferecem experiências similares na região ou em áreas próximas. Aqui estão alguns exemplos de concorrentes potenciais:

1. **Outros espaços com tradição e histórico turístico:** outros espaços ou cidades na região ou em áreas próximas que também possuem uma história rica e oferecem experiências gastronômicas, culturais e atividades turísticas similares. Por exemplo, cidades com patrimônio histórico bem preservado, tradições culturais semelhantes ou festivais temáticos podem ser consideradas concorrentes.
2. **Parques e reservas naturais:** áreas naturais protegidas, parques estaduais ou nacionais, trilhas ecológicas e outras atrações ao ar livre podem competir, especialmente se oferecerem atividades gastronômicas e atividades de ecoturismo.
3. Empresas ou locais que ofereçam atividades e itens semelhantes, como restaurantes, pousadas, parques e atividades de ecoturismo.
4. **Outros destinos turísticos históricos:** locais com importância histórica semelhante, como fazendas históricas, sítios arqueológicos, museus ao ar livre ou fazendas de café, podem atrair visitantes interessados na história e na cultura da região.
5. **Estabelecimentos gastronômicos:** restaurantes, pousadas, hotéis fazenda e outros estabelecimentos que oferecem culinária regional.
6. **Empresas de turismo e agências de viagens:** empresas que oferecem pacotes turísticos e passeios guiados na região podem competir com os atrativos da região, especialmente se oferecerem experiências similares ou pacotes mais abrangentes que incluam várias atrações em outros destinos.



É importante entender o posicionamento e os pontos fortes e fracos dos concorrentes para desenvolver estratégias eficazes de marketing e diferenciar as instalações do Polo de Referência em Turismo de Experiência e do Centro de Referência do Agroturismo Nacional como destino turístico único e atrativo.

### 2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES:

Encontrar fornecedores adequados para as diversas atividades e serviços ao entorno de um lago é essencial para garantir uma boa experiência para os turistas.

A seguir estão as categorias de fornecedores:

- Equipamentos e acessórios para esportes aquáticos;
- Fornecedores de pedalinhos;
- Guias e Serviços de Ecoturismo;
- **Empresas de Ecoturismo:** Fornecedores de serviços para o planejamento e construção de atividades ao ar livre, assim como observação de aves e passeios ecológicos.
- Bicicletas e Equipamentos para Cicloviárias;
- Lojas de Bicicletas e Acessórios;
- **Fornecedores de Equipamentos, Móveis e Utensílios de Cozinha Industrial:** empresas que fornecem fogões, fornos, refrigeradores e outros itens para restaurantes.
- Organizadores de Festivais Gastronômicos;
- **Empresas de Eventos:** fornecedores de tendas, mesas, cadeiras e serviços de catering para eventos gastronômicos;
- Vinícolas e Cervejarias Artesanais;
- Distribuidores de Bebidas e Alimentos;

- **Fornecedores de Equipamentos:** empresas que fornecem vitrines, iluminação especial para logos, sistemas de segurança e tecnologia;
- **Associações de Artesãos:** organizações que reúnem artesãos locais para promover e vender seus produtos.

Ao selecionar fornecedores é importante considerar a qualidade dos produtos e serviços, a confiabilidade da empresa e as avaliações de outros clientes para garantir uma experiência positiva para os turistas.

### 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, lazer, gastronômica e cultural.

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

#### 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 Espaço Expositivo durante o próximo ano.
- Gerar um aumento nas reservas de pacotes turísticos integrados que incluem atividades de natureza, lazer, 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 turistas e alcançar o sucesso desejado.

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

Para promover as atividades no entorno do lago é essencial ter uma descrição clara e atrativa dos principais produtos e serviços oferecidos.

Aqui estão as descrições detalhadas das principais categorias de produtos e serviços de natureza, lazer, gastronomia e cultura a serem propostas como oportunidade de negócio.



## **1. ESPAÇO COM GASTRONOMIA TROPEIRA:**

Restaurante que oferecerá uma experiência culinária única com vista para o lago, e pratos preparados com ingredientes frescos e de alta qualidade, em um ambiente relaxante e acolhedor, com decoração rústica e elementos culturais e históricos que remetem aos tempos dos tropeiros.

Além da gastronomia será realizada a promoção de eventos gastronômicos, como festivais de comida regional e tropeira ou degustações de produtos locais.

## **2. SERVIÇO DE ALUGUEL DE BICICLETAS E TRICICLOS:**

Passeios no entorno e em áreas que circundam o lago, oferecendo uma vista deslumbrante em um ambiente seguro para a prática de atividades ao ar livre.

A empresa será responsável pela supervisão, coordenação e direção de atividades voltadas para o desenvolvimento do turismo, lazer e atividades afins, através dos serviços de aluguel de bicicletas e triciclos.

Bicicletas e equipamentos de segurança são disponibilizados para aluguel.

## **3. ATIVIDADES ECOTURÍSTICAS:**

Atividades ecoturísticas que podem ser desenvolvidas no entorno de um lago:

1. Passeios guiados através de trilhas e caminhadas.
2. Atividade de observação e fotografia de animais em seu habitat natural.
3. Passeio de pedalinho.
4. Observação de estrelas (astroturismo).
5. Observação de pássaros e aves.

Para garantir a melhor experiência possível é importante que todos os serviços e produtos sejam oferecidos com altos padrões de qualidade e segurança.

A formação contínua da equipe, a manutenção regular dos equipamentos e a atenção ao feedback dos turistas são essenciais para o sucesso das atividades ao redor do lago.

### **3.2 POLÍTICAS DE PREÇOS:**

Desenvolver uma política de preços para um espaço gastronômico ao redor de um lago envolve considerar diversos fatores, como a qualidade dos ingredientes, o perfil dos clientes, a competitividade do mercado e a sazonalidade.

A seguir está um plano detalhado para a política de preços:

#### **1. ESPAÇO COM GASTRONOMIA TROPEIRA:**

- **Preço baseado no valor:** estabelecer preços que reflitam o valor percebido pelos clientes, levando em consideração a qualidade dos ingredientes, a habilidade dos chefs e a experiência geral.
- **Valores a serem praticados:**
  - Pratos principais: R\$ 60,00 a R\$ 200,00;
  - Entradas: R\$ 40,00 a R\$ 80,00;
  - Sobremesas: R\$ 25,00 a R\$ 70,00;
  - Bebidas: coquetéis a partir de R\$ 25,00, vinhos a partir de R\$ 50,00 a taça, cervejas artesanais a partir de R\$ 15,00 e outros como refrigerante, água mineral e cervejas de R\$ 5,00 a R\$ 20,00.
- Ajustar os preços com base na temporada, dias da semana e horários do dia para maximizar a ocupação e a receita.
  - Alta temporada: preços normais.
  - Baixa temporada: desconto de 10% a 20%.
  - Dias da semana: desconto de 10% de segunda a quinta.



- Happy hour (17h às 19h): desconto de 20% em bebidas e petiscos.
- Descontos para grupos para incentivar visitas em grupos oferecendo preços reduzidos.
  - Desconto de 10% para reservas de 6 a 10 pessoas.
  - Desconto de 15% para reservas acima de 10 pessoas.
- Pacotes combinados que ofereçam refeições com outras atividades ao redor do lago para agregar valor e incentivar a venda cruzada.
  - Pacote Dia no Lago: almoço + passeio por R\$ 280,00 por pessoa.
  - Pacote Aventura e Jantar: jantar + trilha ecológica guiada por R\$ 330,00 por pessoa.
- Criar programas de fidelidade para recompensar turistas frequentes e incentivá-los a retornar.
  - Clube do Gourmet: Desconto de 10% em todas as refeições para membros.
- Preços Dinâmicos, ajustar os preços com base na demanda, utilizando tecnologia para otimizar a receita e a ocupação.
  - Utilizar um aplicativo que oferece preços reduzidos em horários de baixa demanda.
  - Oferecer descontos instantâneos para reservas feitas em horários menos populares.
- Política de preços transparentes, garantir que todos os preços sejam claramente comunicados, sem taxas escondidas, para construir confiança com os clientes.
  - Menu com preços detalhados.

→ Informações claras sobre impostos e taxas de serviço.

- Preços baseados na duração e complexidade, ajustar os preços com base na complexidade e no tempo de preparação dos pratos.

→ Pratos rápidos (até 30 minutos): Preços mais baixos.

→ Pratos elaborados (acima de 30 minutos): Preços mais altos.

## **2. SERVIÇO DE ALUGUEL DE BICICLETAS E TRICICLOS:**

Desenvolver uma política de preços para o serviço de aluguel de bicicletas e triciclos requer considerar vários fatores, como a duração do aluguel, o tipo de equipamento, a demanda sazonal e a segmentação do mercado, segue a política detalhada para o serviço de aluguel de bicicletas e triciclos:

- **Preço por hora:** preço base por hora para o aluguel de bicicletas e triciclos, garantindo flexibilidade para os clientes que desejam alugá-los por curtos períodos.

→ Bicicletas: R\$ 80,00 por 40 minutos.

→ Triciclos: R\$ 200,00 por 40 minutos.

- **Preço por dia:** preço diário com desconto para incentivar aluguéis mais longos (média de 8 horas/dia).

→ Bicicletas: R\$ 760,00 por dia.

→ Triciclos: R\$ 2.000,00 por dia.

- Promoções sazonais, promoções durante períodos específicos, como férias escolares e feriados, para aumentar a demanda.

→ Promoção de Férias: 20% de desconto em todos os aluguéis durante o mês de julho.

→ Promoção de Fim de Semana: alugue por um dia e ganhe a segunda hora grátis durante os finais de semana.

- Pacotes familiares e de grupos, pacotes especiais para famílias, incentivando o uso de bicicletas e triciclos por grupos maiores.



- Pacote Família: aluguel de 2 bicicletas e 1 triciclo por 1 hora a R\$ 310,00.
- Desconto de 10% para grupos de 4 ou mais pessoas.
- Programas de Fidelidade para recompensar clientes frequentes.
  - Cartão Fidelidade: a cada 10 horas de aluguel acumuladas, o cliente ganha 1 hora gratuita.
  - Membros do programa de fidelidade recebem 10% de desconto em todos os aluguéis.
- Preços Dinâmicos, ajustar os preços com base na demanda e no horário do dia para otimizar a utilização dos equipamentos.
  - Preços reduzidos durante horários de baixa demanda (9h às 11h e 14h às 16h): bicicletas a R\$ 65,00 por hora, triciclos a R\$ 180,00 por hora.
  - Preços normais durante horários de alta demanda (11h às 14h e 16h às 18h).
- Políticas de preços transparentes, garantir que todos os preços sejam claramente comunicados, sem taxas escondidas.
  - Tabela de preços visível no ponto de aluguel e no site.
  - Informações claras sobre taxas adicionais (por exemplo, multa por atraso na devolução, danos aos equipamentos).
- Tarifas para Eventos Especiais, oferecer tarifas especiais para eventos e passeios em grupo, como tours guiados ou eventos corporativos.
  - Passeio Guiado: aluguel de bicicleta com guia por 2 horas a R\$ 200,00 por pessoa.
  - Eventos Corporativos: pacotes personalizados com desconto para grupos grandes.

- Parcerias e Pacotes com outras atividades, colaborar com outros serviços e atrações locais para oferecer pacotes combinados.
  - Pacote Aventura: aluguel de bicicleta + passeio de pedalinho por 2 horas a R\$ 180,00 por pessoa.
  - Pacote Natureza: aluguel de bicicleta + ingresso para trilha ecológica por 2 horas a R\$ 200,00 por pessoa.

### 3. ATIVIDADES ECOTURÍSTICAS:

Desenvolver uma política de preços para atividades ecoturísticas envolve a consideração de diversos fatores, como a duração das atividades, os custos operacionais, a demanda sazonal, o tipo de cliente e a sustentabilidade ambiental. Segue a política de preços detalhada para atividades ecoturísticas ao redor de um lago.

- **Preço por atividade:** preço base para cada atividade ecoturística, levando em conta a duração e os recursos necessários.
  - Passeio de Pedalinho: R\$ 40,00 por pessoa por 30 minutos.
  - Trilha Ecológica Guiada: R\$ 60,00 por pessoa por 1 hora.
  - Observação de aves e estrelas: R\$ 100,00 por pessoa por 1 hora.
  - Atividade de observação e fotografia de animais em seu habitat natural: R\$ 160,00 por pessoa por 1 hora (incluindo equipamento).
- **Preço por Pacote:** oferecer pacotes que combinem várias atividades a um preço reduzido para incentivar a participação em múltiplas experiências.
  - Pacote Aventura: Guia + trilha ecológica guiada por R\$ 250,00 por pessoa.
  - Pacote Natureza: observação de aves + trilha ecológica guiada por R\$ 280,00 por pessoa.



- **Descontos e Promoções:** lançar promoções durante períodos específicos para aumentar a demanda, especialmente em épocas de baixa temporada.
  - Promoção de Verão: 10% de desconto em todas as atividades durante os meses de dezembro a fevereiro.
  - Semana do Meio Ambiente: 15% de desconto em todas as atividades durante a primeira semana de junho.
- **Descontos para Grupos:** oferecer preços reduzidos para grupos maiores, incentivando visitas de escolas, empresas e famílias grandes.
  - Grupos de 5 a 10 pessoas: 10% de desconto.
  - Grupos acima de 10 pessoas: 15% de desconto.
- **Preços Diferenciados:** ajustar os preços com base em diferentes critérios, como a temporada, dias da semana e tipo de cliente (adultos, crianças, idosos).
  - Alta temporada (férias escolares, feriados): Preços normais.
  - Baixa temporada: 20% de desconto.
  - Dias da semana: 10% de desconto de segunda a quinta.
  - Desconto de 20% para idosos e crianças menores de 12 anos.
- **Programas de Fidelidade:** criar programas de fidelidade para recompensar clientes frequentes e incentivá-los a retornar.
  - Cartão Fidelidade: a cada 5 atividades realizadas, o cliente ganha 1 atividade gratuita.
  - Clube do Explorador: desconto de 10% em todas as atividades para membros do clube.
- **Preços Dinâmicos:** ajustar os preços em tempo real com base na demanda, utilizando tecnologia para otimizar a receita e a ocupação das atividades.

- Aplicativo móvel que oferece preços reduzidos para horários menos procurados.
- Descontos instantâneos para atividades com baixa procura em dias específicos.
- **Políticas de Preços Transparentes:** garantir que todos os preços sejam claramente comunicados e que não haja taxas escondidas, para construir confiança e satisfação.
  - Tabela de preços visível no site e nos pontos de venda.
  - Informações claras sobre o que está incluído no preço (equipamentos, guias, seguro).
- **Preços Baseados na Duração e Complexidade:** ajustar os preços com base na duração das atividades e na complexidade envolvida na sua realização.
  - Atividades curtas (1-2 horas): preço mais baixo.
  - Atividades longas (2-3 horas): preço mais alto.
  - Atividades com maior complexidade ou uso intensivo de recursos (equipamento especializado, guias experientes): preço mais alto.
- **Parcerias e Pacotes Combinados:** colaborar com outros serviços e atrações locais para oferecer pacotes combinados, proporcionando conveniência e economia aos visitantes.
  - Pacote Dia no Lago: atividade ecoturística + almoço no restaurante local por R\$ 280,00 por pessoa.
  - Pacote Aventura: atividade ecoturística + aluguel de bicicleta por R\$ 180,00 por pessoa.



### 3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS E DE COMERCIALIZAÇÃO:

Para promover e comercializar efetivamente das atividades ao redor do lago, é importante desenvolver estratégias promocionais e de comercialização que alcancem o público-alvo e destaquem os diferenciais da experiência oferecida, tais quais:

#### 1. DESENVOLVIMENTO DE IDENTIDADE DE MARCA:

- **Identidade Visual:** criar um logotipo e design de marca que transmitam os valores e a essência das atividades ecoturísticas.
- **Narrativa de Marca:** desenvolver uma história envolvente que destaque a conexão com a natureza, a sustentabilidade e a experiência única oferecida ao redor do lago.

#### 2. MARKETING DIGITAL:

- **Website Atrativo:** criar um website responsivo e informativo que destaque as atividades disponíveis, os preços, os horários e as políticas de reserva.
- **SEO (Search Engine Optimization):** otimizar o website com palavras-chave relevantes para garantir uma boa classificação nos resultados de busca.
- **Marketing de Conteúdo:** produzir conteúdo relevante e envolvente, como blogs, vídeos e fotos, que demonstrem as atividades e o ambiente ao redor do lago.
- **Redes Sociais:** manter uma presença ativa em plataformas como Instagram, Facebook e Twitter, compartilhando conteúdo visualmente atraente e interagindo com os seguidores.

#### 3. PARCERIAS LOCAIS E PROMOÇÕES CONJUNTAS:

- **Parcerias com Hotéis e Pousadas:** estabelecer parcerias com acomodações locais para oferecer pacotes combinados que incluam hospedagem e atividades ecoturísticas.

- **Colaborações com Restaurantes:** criar promoções conjuntas que ofereçam descontos em refeições após a participação nas atividades.
- **Descontos para Residentes Locais:** oferecer tarifas especiais para moradores da região como forma de incentivar a participação e criar um senso de comunidade.

#### 4. CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS:

- **Anúncios Online:** investir em anúncios pagos no Google, redes sociais e outros sites relevantes para alcançar um público mais amplo.
- **Publicidade em Meios Locais:** colocar anúncios em jornais, revistas e rádios locais para alcançar residentes e turistas que estão na área.
- **Outdoor e Mídia Externa:** colocar outdoors e banners em locais estratégicos ao redor do lago para aumentar a visibilidade das atividades.

#### 5. EVENTOS PROMOCIONAIS:

- **Dia Aberto:** organizar dias abertos para que turistas experimentem, gratuitamente, algumas das atividades e receber descontos especiais ao fazer reservas no local.
- **Workshops e Palestras:** realizar eventos educacionais relacionados à natureza e à ecologia, atraindo um público interessado em aprender mais sobre o ambiente ao redor do lago.
- **Participação em Feiras e Eventos de Turismo:** estar presente em feiras e eventos de turismo regionais e nacionais para promover as atividades e estabelecer contatos com agentes de viagens e operadores turísticos.



## 6. PROGRAMAS DE RECOMENDAÇÃO E INDICAÇÃO:

- **Descontos para Indicações:** oferecer descontos ou brindes para clientes que recomendarem as atividades e o Espaço Gastronômico a amigos e familiares.
- **Programa de Afiliados:** criar um programa de afiliados onde influenciadores e parceiros recebam comissões por cada reserva feita através de seus links de afiliados.

## 7. EXPERIÊNCIA DO CLIENTE:

- **Atendimento ao Cliente de Qualidade:** treinar a equipe para oferecer um excelente atendimento ao cliente, desde o momento da reserva até a conclusão da atividade.
- **Solicitação de Avaliações e Depoimentos:** incentivar os clientes a deixarem avaliações e depoimentos positivos em plataformas online e redes sociais para aumentar a credibilidade e atrair novos clientes.

## 8. OFERTAS ESPECIAIS E PACOTES TEMÁTICOS:

- **Pacotes de Aniversário e Eventos Especiais:** criar pacotes especiais para comemorações de aniversário, lua de mel e outras ocasiões especiais no Espaço Gastronômico e nas atividades no entorno do lago.
- **Pacotes Temáticos:** desenvolver pacotes que atendam a interesses específicos, como fotografia da natureza, observação de aves ou atividades para famílias.

Ao implementar essas estratégias promocionais e de comercialização, as atividades ecoturísticas ao redor do lago podem aumentar a visibilidade, atrair mais turistas e oferecer uma experiência memorável e única em contato com a natureza.

## 4. PLANO OPERACIONAL

Para criar um plano operacional eficaz para as oportunidades de negócio no entorno do lago, é importante detalhar as operações diárias e os processos necessários para garantir que as atividades sejam conduzidas de forma segura, eficiente e com alto padrão de qualidade.

Segue o Plano Operacional:

### 1. GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS:

- **Contratação de Funcionários:** contratar pessoal qualificado para guiar as atividades, operar equipamentos e fornecer atendimento ao cliente.
- **Treinamento:** realizar treinamentos regulares para garantir que a equipe esteja bem preparada para lidar com emergências, fornecer informações sobre o ambiente natural e oferecer um serviço de alta qualidade.
- **Escala de Trabalho:** desenvolver uma escala de trabalho para garantir que haja pessoal adequado durante os horários de pico e para cobrir folgas e ausências.

### 2. OPERAÇÕES DE ATIVIDADES:

- **Reservas e Agendamentos:** implementar um sistema de reservas online e/ou por telefone para permitir que os clientes agendem suas atividades com antecedência.
- **Check-in e Orientação:** recepcionar os clientes no local designado, fornecer orientações sobre as atividades, equipamentos e regras de segurança.
- **Condução das Atividades:** realizar as atividades de acordo com o planejamento previamente estabelecido, garantindo a segurança dos participantes e o respeito ao meio ambiente.



- **Monitoramento:** manter uma supervisão constante das atividades para garantir que tudo esteja ocorrendo conforme planejado e intervir em caso de problemas.

### 3. MANUTENÇÃO DE EQUIPAMENTOS E INSTALAÇÕES:

- **Inspeção Regular:** realizar inspeções periódicas em todos os equipamentos, incluindo caiaques, bicicletas, trilhas e estruturas, para garantir que estejam em boas condições de funcionamento e segurança.
- **Manutenção Preventiva:** programar manutenções preventivas regulares para evitar problemas e prolongar a vida útil dos equipamentos.
- **Limpeza e Conservação:** manter a área ao redor do lago, as instalações e equipamentos limpos e bem conservados, proporcionando uma experiência agradável aos turistas e preservando o ambiente natural.

### 4. GESTÃO AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE:

- **Educação Ambiental:** fornecer informações educativas sobre a importância da conservação ambiental e práticas sustentáveis durante as atividades.
- **Gerenciamento de Resíduos:** implementar práticas de redução, reutilização e reciclagem de resíduos para minimizar o impacto ambiental das operações.
- **Conservação da Natureza:** colaborar com organizações locais e participar de iniciativas de conservação da natureza para proteger o ecossistema ao redor do lago.

### 5. SEGURANÇA E EMERGÊNCIAS:

- **Procedimentos de Segurança:** estabelecer procedimentos claros de segurança e orientar a equipe sobre como lidar com situações de emergência, como acidentes, tempestades e animais selvagens.

- **Equipamentos de Segurança:** fornecer equipamentos de segurança adequados, como coletes salva-vidas, capacetes e kits de primeiros socorros.
- **Comunicação de Emergência:** estabelecer um sistema de comunicação de emergência eficaz e manter contato com as autoridades locais em caso de necessidade de assistência.

## 6. FEEDBACK E MELHORIA CONTÍNUA:

- **Coleta de Feedback:** solicitar feedback dos clientes após as atividades para identificar áreas de melhoria e oportunidades de inovação.
- **Análise de Desempenho:** analisar regularmente os dados operacionais, como taxa de ocupação, número de reservas e índices de satisfação do cliente, para avaliar o desempenho e fazer ajustes quando necessário.
- **Inovação e Expansão:** buscar constantemente por novas oportunidades de inovação e expansão das atividades, levando em consideração as demandas do mercado e as tendências do setor.

## 7. CONFORMIDADE LEGAL E REGULATÓRIA:

- **Licenças e Autorizações:** garantir que todas as atividades estejam em conformidade com as leis, regulamentos e normas ambientais locais, obtendo as licenças e autorizações necessárias.
- **Seguro e Responsabilidade Civil:** contratar um seguro adequado para cobrir eventuais danos pessoais ou materiais que possam ocorrer durante as atividades.

## 8. COMERCIALIZAÇÃO E PROMOÇÃO:

- Implementar as estratégias de comercialização e promoção delineadas no plano de marketing, utilizando canais online e offline para atrair clientes e aumentar a visibilidade das atividades ecoturísticas e do Espaço Gastronômico ao redor do lago.



Ao seguir este plano operacional, as atividades ecoturísticas podem ser conduzidas de forma eficiente, segura e sustentável, proporcionando uma experiência memorável para os turistas e contribuindo para a conservação do meio ambiente.

#### **4.1 INFRAESTRUTURA NECESSÁRIA:**

Para incluir um espaço gastronômico na infraestrutura para atividades ecoturísticas ao redor do lago, é importante considerar elementos que ofereçam alimentos e bebidas aos turistas, combinando conveniência, qualidade e uma experiência gastronômica que complemente a beleza natural do ambiente.

Aqui estão os principais componentes necessários para o Espaço Gastronômico:

##### **1. ÁREA DE PREPARAÇÃO E COZINHA:**

- **Cozinha Equipada:** uma cozinha totalmente equipada com todos os utensílios necessários para preparar uma variedade de alimentos e bebidas.
- **Área de Preparação:** bancadas espaçosas para preparação de alimentos, incluindo áreas para corte, lavagem e montagem de pratos.
- **Equipamentos de Cozinha:** fogões, fornos, grelhas, churrasqueiras, fritadeiras, geladeiras e freezers para armazenar e preparar os ingredientes.

##### **2. ESPAÇO PARA REFEIÇÕES E ATENDIMENTO AO CLIENTE:**

- **Área de Refeições:** mesas, cadeiras e bancos dispostos de forma confortável para acomodar os clientes durante as refeições.

- **Ambiente Aconchegante:** decoração que reflita a atmosfera natural do entorno do lago, utilizando materiais como madeira, pedra e elementos inspirados na natureza.
- **Atendimento ao Cliente:** balcão ou área de atendimento onde os clientes possam fazer pedidos e receber atendimento personalizado.

### 3. CARDÁPIO E OFERTA DE ALIMENTOS:

- **Cardápio Variado:** oferta de uma variedade de opções de alimentos e bebidas que atendam às preferências e restrições dietéticas dos clientes, incluindo opções vegetariananas, veganas e sem glúten.
- **Produtos Locais:** utilização de ingredientes frescos e locais sempre que possível, destacando a culinária regional e tropeira, promovendo a economia local.
- **Opções Rápidas e Saudáveis:** inclusão de opções de refeições rápidas e saudáveis, como saladas, sanduíches naturais, frutas frescas e sucos naturais.

### 4. INFRAESTRUTURA SANITÁRIA E DE HIGIENE:

- **Instalações Sanitárias:** banheiros limpos e bem mantidos para uso dos clientes, com lavatórios e sabonete líquido disponíveis.
- **Higiene Alimentar:** adoção de práticas rigorosas de higiene e segurança alimentar para garantir a qualidade e segurança dos alimentos servidos.

### 5. SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE AMBIENTAL:

- **Descarte Adequado de Resíduos:** contentores de lixo separados para reciclagem, compostagem e resíduos orgânicos, incentivando a prática da coleta seletiva entre os clientes.
- **Uso de Materiais Sustentáveis:** utilização de embalagens e utensílios biodegradáveis e/ou recicláveis para minimizar o impacto ambiental.



## 6. ÁREA EXTERNA E VISTA PANORÂMICA:

- **Espaço ao Ar Livre:** disponibilização de mesas e cadeiras ao ar livre, permitindo que os clientes desfrutem da paisagem natural ao redor do lago enquanto fazem suas refeições.
- **Vista Panorâmica:** localização estratégica do espaço gastronômico para oferecer uma vista panorâmica do lago e das áreas circundantes, proporcionando uma experiência única e memorável.

## 7. ESTACIONAMENTO E ACESSO:

- **Estacionamento Adequado:** áreas de estacionamento próximas ao espaço gastronômico para acomodar os veículos dos clientes, com acesso fácil e conveniente.

## 8. ATIVIDADES COMPLEMENTARES E ENTRETENIMENTO:

- **Eventos e Shows:** organização de eventos especiais, shows ao vivo ou apresentações culturais que complementem a experiência gastronômica e atraiam mais clientes.

Ao integrar esses elementos, o Espaço Gastronômico pode oferecer uma experiência gastronômica única e agradável para os turistas, complementando as atividades ecoturísticas ao redor do lago e contribuindo para uma experiência mais completa e memorável.

Para operar as atividades ecoturísticas e o serviço de aluguel de bicicletas e triciclos ao entorno do lago, é essencial contar com a infraestrutura adequada para garantir a segurança dos participantes, oferecer conforto e comodidade e preservar o meio ambiente.

Aqui estão os elementos principais da infraestrutura necessária para as atividades ecoturísticas e o serviço de aluguel de bicicletas:

## 1. CENTRO DE ATENDIMENTO AO CLIENTE:

- **Recepção e Check-in:** um local onde os clientes possam se registrar, obter informações sobre as atividades disponíveis, fazer reservas e receber orientações sobre as normas de segurança.
- **Área de Espera:** um espaço confortável onde os clientes possam aguardar antes do início das atividades, equipado com assentos, banheiros e bebedouros.

## 2. BASE OPERACIONAL:

- **Depósito de Equipamentos:** um local seguro para armazenar os equipamentos utilizados nas atividades, como caiaques, bicicletas, coletes salva-vidas, capacetes e outros acessórios.
- **Área de Manutenção:** um espaço equipado com ferramentas e materiais necessários para realizar a manutenção preventiva e corretiva dos equipamentos.
- **Escritório Administrativo:** um espaço dedicado para a equipe administrativa gerenciar as reservas, responder aos clientes e realizar outras tarefas administrativas.

## 3. ESTRUTURA DE APOIO ÀS ATIVIDADES:

- **Pier ou Plataforma de Embarque:** uma estrutura flutuante ou fixa onde os participantes possam embarcar e desembarcar nos pedálinhos ou outras embarcações utilizadas nas atividades aquáticas.
- **Trilhas e Passarelas:** trilhas bem sinalizadas e passarelas que permitam o acesso seguro aos pontos de interesse ao redor do lago, como mirantes, áreas de observação de aves e pontos naturais.
- **Pontos de Descanso e Observação:** áreas ao longo das trilhas e passarelas equipadas com bancos, mesas e abrigos para descanso e observação da natureza.



#### 4. INSTALAÇÕES SANITÁRIAS E CONFORTO:

- **Banheiros:** Instalações sanitárias limpas e bem mantidas localizadas em pontos estratégicos ao redor do lago.
- **Áreas de Descanso:** bancos, mesas e áreas de sombra onde os participantes possam descansar, fazer piqueniques e desfrutar da paisagem.

#### 5. SINALIZAÇÃO E SEGURANÇA:

- **Sinalização:** sinalização clara e informativa ao longo das trilhas, passarelas e pontos de interesse, indicando direções, distâncias, regras de segurança e informações sobre a flora e fauna locais.
- **Equipamentos de Segurança:** dispositivos de segurança, como corrimãos, cercas de proteção e placas de alerta, para prevenir acidentes e proteger os participantes.

#### 6. ESTACIONAMENTO E ACESSO:

- **Estacionamento:** áreas de estacionamento adequadas para acomodar os veículos dos participantes, com espaço suficiente para todos os tipos de veículos e acesso fácil às áreas de atividades.
- **Acesso para Pessoas com Mobilidade Reduzida:** rampas de acesso, estacionamento reservado e outras medidas para garantir que as instalações sejam acessíveis a todas as pessoas, independentemente de suas limitações físicas.

#### 7. GESTÃO AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE:

- **Estações de Coleta Seletiva:** contentores de lixo separados para reciclagem, compostagem e resíduos orgânicos, incentivando a prática da coleta seletiva entre os participantes.
- **Tratamento de Efluentes:** sistemas de tratamento de águas residuais para garantir que os resíduos gerados pelas atividades sejam tratados adequadamente antes de serem descartados no meio ambiente.

## 8. COMUNICAÇÃO E EMERGÊNCIA:

- **Sistema de Comunicação:** dispositivos de comunicação, como rádios bidirecionais ou telefones celulares, para permitir uma comunicação eficaz entre a equipe durante as operações.
- **Kit de Primeiros Socorros:** kits de primeiros socorros bem-equipados e facilmente acessíveis em locais estratégicos ao redor do lago, juntamente com pessoal treinado para prestar assistência em caso de emergência.

## 9. EDUCAÇÃO AMBIENTAL E INTERPRETAÇÃO:

- **Painéis Interpretativos:** painéis informativos ao longo das trilhas e passarelas que fornecem informações sobre a ecologia, geologia, história e cultura da região.
- **Atividades Educativas:** programas educativos, como caminhadas guiadas, palestras e workshops, que oferecem aos participantes a oportunidade de aprender mais sobre o ambiente natural e sua importância.

## 4.2 PROCESSOS OPERACIONAIS:

Os processos operacionais de um Espaço Gastronômico são cruciais para garantir a qualidade dos alimentos, o atendimento excepcional ao cliente e o funcionamento eficiente do negócio, tais quais:

### 1. GESTÃO DE ESTOQUE E SUPRIMENTOS:

- **Controle de Estoque:** monitoramento regular dos níveis de estoque de alimentos, bebidas e materiais de consumo.
- **Recebimento de Mercadorias:** inspeção e registro de todas as entregas de fornecedores para garantir a qualidade e a quantidade corretas dos produtos.



- **Armazenamento Adequado:** organização dos alimentos e ingredientes em áreas designadas, com atenção às condições de temperatura e higiene.

## 2. PREPARAÇÃO DE ALIMENTOS:

- **Planejamento de Cardápio:** desenvolvimento de um cardápio variado que atenda às preferências dos clientes e aproveite ingredientes sazonais e locais.
- **Preparação dos Pratos:** execução dos procedimentos de preparação de alimentos de acordo com os padrões de qualidade e segurança alimentar.
- **Padronização de Receitas:** receitas padronizadas para garantir consistência nos sabores e na apresentação dos pratos.

## 3. ATENDIMENTO AO CLIENTE:

- **Recepção e Acolhimento:** recepcionar os clientes com cortesia e oferecer orientação sobre as opções do cardápio.
- **Serviço de Mesa:** fornecer um serviço eficiente e atencioso, garantindo que os pedidos sejam tomados com precisão e entregues de forma oportuna.
- **Resolução de Problemas:** lidar com reclamações ou problemas dos clientes de forma proativa e eficaz, buscando sempre a satisfação do cliente.

## 4. GESTÃO DE RESERVAS E ATENDIMENTO DE EVENTOS ESPECIAIS:

- **Agendamento de Reservas:** gerenciamento das reservas de mesas, eventos e celebrações especiais.
- **Planejamento de Eventos:** coordenação e execução de eventos especiais, como festas de aniversário, casamentos e encontros corporativos.
- **Atendimento Personalizado:** oferecer serviços personalizados de acordo com as necessidades específicas dos clientes em eventos especiais.

## 5. HIGIENE E SEGURANÇA ALIMENTAR:

- **Higienização e Limpeza:** cumprimento rigoroso dos padrões de higiene e limpeza em todas as áreas de preparação de alimentos e manipulação de ingredientes.
- **Segurança Alimentar:** adoção de medidas de segurança alimentar para prevenir contaminação cruzada, garantir a temperatura adequada dos alimentos e evitar intoxicação alimentar.
- **Manutenção de Equipamentos:** manutenção regular e limpeza dos equipamentos de cozinha para garantir seu funcionamento seguro e eficaz.

## 6. GESTÃO DE PESSOAL:

- **Recrutamento e Seleção:** contratação de uma equipe qualificada e dedicada, incluindo chefs, cozinheiros, garçons e equipe de limpeza.
- **Treinamento e Desenvolvimento:** fornecimento de treinamento inicial e contínuo para a equipe em habilidades técnicas, atendimento ao cliente e procedimentos operacionais.
- **Gestão de Escala:** elaboração de escalas de trabalho para garantir uma cobertura adequada durante os horários de pico e ajustar as alocações de pessoal conforme necessário.

## 7. GESTÃO FINANCEIRA E CONTABILIDADE:

- **Controle de Custos:** monitoramento dos custos de alimentos, mão de obra e outros gastos operacionais para garantir a rentabilidade do negócio.
- **Faturamento e Cobrança:** emissão de faturas para clientes corporativos ou grupos, bem como processamento de pagamentos de clientes individuais.



- **Registro Contábil:** manutenção de registros precisos de todas as transações financeiras, incluindo receitas, despesas e fluxo de caixa.

## 8. MARKETING E PROMOÇÃO:

- **Divulgação:** desenvolvimento de estratégias de marketing para promover o espaço gastronômico, incluindo publicidade online e offline, mídia social e parcerias com outras empresas locais.
- **Eventos Promocionais:** organização de eventos promocionais, como degustações de alimentos, happy hours e noites temáticas para atrair novos clientes.
- **Gestão de Feedback:** coleta de feedback dos clientes e uso das informações para melhorar os produtos e serviços oferecidos.

## 9. GESTÃO AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE:

- **Redução de Desperdício:** implementação de medidas para reduzir o desperdício de alimentos, como controle de porções e uso criativo de sobras.
- **Uso de Ingredientes Sustentáveis:** priorização de ingredientes locais, orgânicos e sazonais sempre que possível, minimizando a pegada ambiental do negócio.
- **Consciência Ambiental:** educação dos clientes sobre práticas ambientalmente responsáveis, como reciclagem de resíduos e conservação de recursos naturais.

## 10. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO:

- **Análise de Desempenho:** avaliação regular do desempenho operacional, incluindo métricas como taxa de ocupação, ticket médio e satisfação do cliente.
- **Identificação de Oportunidades de Melhoria:** identificação de áreas de oportunidade com base nos dados coletados, com o objetivo de otimizar a eficiência operacional e a experiência do cliente.

- **Ajustes e Inovações:** implementação de ajustes e inovações nos processos operacionais conforme necessário para atender às necessidades dos clientes e manter a competitividade do negócio.

Os processos operacionais das atividades ecoturísticas e o serviço de aluguel de bicicletas e triciclos ao entorno do lago são:

#### **11. RESERVAS E AGENDAMENTOS:**

- Receber e registrar solicitações de reserva de atividades por telefone, e-mail ou pelo sistema de reservas online.
- Verificar a disponibilidade de horários das atividades desejadas.
- Confirmar as reservas e enviar confirmações aos clientes.

#### **12. ATENDIMENTO AO CLIENTE E ORIENTAÇÃO:**

- Recepcionar os clientes no local de partida das atividades.
- Fornecer informações sobre as atividades disponíveis, regras de segurança, equipamentos necessários e pontos de interesse ao redor do lago.
- Orientar os clientes sobre como utilizar os equipamentos de forma segura e eficaz.

#### **13. CONDUÇÃO DAS ATIVIDADES:**

- Realizar as atividades conforme agendado, seguindo o roteiro planejado.
- Garantir a segurança dos participantes durante a execução das atividades.
- Oferecer suporte e orientação aos participantes conforme necessário.

#### **14. MANUTENÇÃO DE EQUIPAMENTOS E INSTALAÇÕES:**

- Realizar inspeções regulares nos equipamentos para garantir que estejam em boas condições de funcionamento.
- Programar manutenções preventivas para evitar problemas e prolongar a vida útil dos equipamentos.



- Manter as instalações limpas e bem conservadas.

#### **15. GESTÃO AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE:**

- Promover práticas sustentáveis durante as operações, como a redução do consumo de recursos naturais e o uso de materiais recicláveis.
- Educar os clientes sobre a importância da conservação ambiental e a necessidade de proteger o ecossistema ao redor do lago.
- Participar de iniciativas de conservação da natureza e projetos de reflorestamento na área.

#### **16. SEGURANÇA E EMERGÊNCIAS:**

- Estabelecer procedimentos de segurança claros e orientar a equipe sobre como lidar com situações de emergência.
- Fornecer equipamentos de segurança adequados, como coletes salva-vidas, capacetes e kits de primeiros socorros.
- Manter contato com as autoridades locais e serviços de emergência em caso de necessidade de assistência.

#### **17. COMUNICAÇÃO E FEEDBACK:**

- Manter uma comunicação aberta e transparente com os clientes, fornecendo informações atualizadas sobre as atividades e eventuais mudanças nos horários ou condições climáticas.
- Coletar feedback dos clientes após as atividades para identificar áreas de melhoria e oportunidades de inovação.
- Responder prontamente às perguntas, dúvidas e preocupações dos clientes.

#### **18. ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS:**

- Gerenciar as operações financeiras, incluindo o processamento de pagamentos, emissão de faturas e controle de despesas.
- Manter registros precisos de todas as transações e atividades realizadas.

- Gerenciar o inventário de equipamentos e materiais, realizando inventários regulares e reabastecendo conforme necessário.

#### **19. TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO DA EQUIPE:**

- Fornecer treinamento inicial e contínuo para a equipe, abordando temas como segurança, atendimento ao cliente, habilidades técnicas e conhecimento ambiental.
- Incentivar o desenvolvimento profissional da equipe através de programas de capacitação e oportunidades de crescimento na empresa.
- Reconhecer e recompensar o bom desempenho e o comprometimento da equipe.

#### **20. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO:**

- Monitorar regularmente o desempenho operacional, incluindo taxa de ocupação, satisfação do cliente e incidentes de segurança.
- Realizar análises periódicas para identificar tendências, problemas recorrentes e oportunidades de melhoria.
- Implementar medidas corretivas e ajustes conforme necessário para otimizar as operações e garantir uma experiência positiva para os clientes.

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

Para garantir o funcionamento eficiente e a qualidade do serviço em um Espaço Gastronômico em um ambiente de ecoturismo ao redor de um lago é importante contar com uma equipe bem dimensionada e qualificada. Aqui está uma lista dos principais profissionais necessários para o sucesso do Espaço Gastronômico:



### **1. CHEF DE COZINHA:**

Responsável pela criação e execução do cardápio, supervisão da equipe de cozinha, controle de qualidade dos alimentos e garantia de que os pratos sejam preparados de acordo com os padrões estabelecidos.

### **2. COZINHEIROS E AJUDANTES DE COZINHA:**

Encarregados da preparação dos alimentos de acordo com as instruções do chef, incluindo corte, cozimento, montagem de pratos e limpeza da área de trabalho.

### **3. GARÇONS E ATENDENTES DE MESA:**

Encarregados de receber os clientes, tirar pedidos, servir alimentos e bebidas, garantir a satisfação dos clientes e manter a limpeza das mesas e do ambiente do restaurante.

### **4. BARTENDERS (SE HOUVER SERVIÇO DE BAR):**

Responsáveis pela preparação e servir de bebidas alcoólicas e não alcoólicas, além de criar coquetéis, garantir a qualidade dos drinks e manter a organização do bar.

### **5. GERENTE DE RESTAURANTE:**

Encarregado de supervisionar todas as operações do restaurante, incluindo gerenciamento de equipe, controle de custos, atendimento ao cliente, solução de problemas e manutenção das instalações.

### **6. HOSTS OU HOSTESSES:**

Responsáveis por receber os clientes na entrada do restaurante, acompanhá-los até suas mesas, fornecer informações sobre o cardápio e gerenciar as listas de espera durante os horários de pico.

## **7. EQUIPE DE LIMPEZA:**

Encarregada da limpeza e organização do restaurante, incluindo a lavagem de pratos, limpeza de mesas, pisos e banheiros, e garantindo que o ambiente do restaurante esteja sempre limpo e convidativo.

## **8. PESSOAL ADMINISTRATIVO:**

Responsável pelas atividades administrativas do restaurante, como agendamento de reservas, gerenciamento de folha de pagamento, contabilidade, compras de suprimentos e comunicação com fornecedores.

## **9. ESPECIALISTAS EM MARKETING E PROMOÇÃO (OPCIONAL):**

Responsáveis por desenvolver estratégias de marketing, promover o restaurante, criar campanhas publicitárias, gerenciar as redes sociais e atrair mais clientes para o espaço gastronômico.

## **10. EQUIPE DE TREINAMENTO (SE NECESSÁRIO):**

Encarregada de fornecer treinamento inicial e contínuo para a equipe do restaurante, abordando temas como atendimento ao cliente, preparação de alimentos, higiene e segurança alimentar.

O número específico de funcionários necessários dependerá do tamanho do restaurante, da capacidade de atendimento, do volume de negócios e da variedade de serviços oferecidos. É importante também considerar fatores sazonais e horários de pico ao determinar a necessidade de pessoal. Uma equipe bem treinada, motivada e coordenada desempenha um papel fundamental no sucesso e na reputação do Espaço Gastronômico.

A necessidade de pessoal para o serviço de aluguel de bicicletas e triciclos é:

### **1. ATENDENTES DE ALUGUEL:**

Encarregados de receber os clientes, explicar as opções de aluguel, ajudar na escolha das bicicletas/triciclos adequados e fornecer instruções básicas de segurança.



Para um empreendimento de atividades ecoturísticas, a equipe necessária para operar as atividades pode variar dependendo da variedade de atividades oferecidas, do tamanho do empreendimento, do volume de clientes e da complexidade das operações. Aqui está uma estimativa geral da equipe necessária para as atividades ecoturísticas:

## **2. SUPERVISÃO E COORDENAÇÃO:**

- **Gerente de Operações:** responsável pela gestão geral das atividades, incluindo planejamento, organização e supervisão da equipe.
- **Supervisores de Atividades:** encarregados de supervisionar atividades específicas, garantindo que sejam realizadas com segurança e eficiência.

## **3. GUIAS E INSTRUTORES:**

- **Guias de Trilhas:** lideram grupos em caminhadas ecológicas, fornecendo informações sobre a fauna, flora e história local.
- **Instrutores de Arvorismo:** orientam os participantes sobre o uso correto de equipamentos, garantindo a segurança durante a atividade.

## **4. EQUIPE DE APOIO:**

- **Auxiliares de Apoio:** prestam suporte operacional durante as atividades, auxiliando os participantes no embarque/desembarque de equipamentos e fornecendo assistência geral.
- **Equipe de Segurança Aquática:** responsável por garantir a segurança dos participantes durante as atividades aquáticas, utilizando coletes salva-vidas e monitorando as condições da água.

## 5. MANUTENÇÃO E LOGÍSTICA:

- **Técnicos de Manutenção de Equipamentos:** realizam manutenção preventiva e corretiva em equipamentos, garantindo que estejam em boas condições de uso.
- **Equipe de Logística:** responsável pelo transporte e armazenamento adequado dos equipamentos, preparação das áreas de atividades e suporte logístico geral.

## 6. EQUIPE ADMINISTRATIVA:

- **Equipe de Reservas:** recebe e processa reservas de atividades, fornece informações aos clientes e coordena os horários das atividades.
- **Atendimento ao Cliente:** oferece suporte aos clientes antes, durante e após as atividades, respondendo perguntas e fornecendo assistência quando necessário.

## 7. EQUIPE DE EMERGÊNCIA:

- **Equipe de Primeiros Socorros:** treinada para prestar atendimento de primeiros socorros em caso de emergências médicas durante as atividades.
- **Equipe de Resgate:** preparada para agir em situações de emergência, como resgate em água ou busca e salvamento em trilhas.

É essencial que toda a equipe seja treinada em técnicas de segurança, primeiros socorros e preservação ambiental. Além disso, a equipe deve estar preparada para lidar com uma variedade de situações e garantir que os turistas tenham uma experiência segura e memorável durante as atividades ecoturísticas.



## 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. ESPAÇO COM GASTRONOMIA TROPEIRA:

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
<b>Máquinas e Equipamentos</b>	<b>300.000,00</b>
Máquinas e Equipamentos em Geral	300.000,00
<b>Móveis e Utensílios</b>	<b>100.000,00</b>
Móveis e Utensílios em Geral	100.000,00

#### 2. SERVIÇO DE ALUGUEL DE BICICLETAS E TRICICLOS:

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
<b>Máquinas e Equipamentos</b>	<b>36.500,00</b>
Bicicleta (10 unidades)	30.000,00
Triciclo (10 unidades)	40.000,00
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>
Mesa de Apoio (1 unidade)	1.000,00
Cadeira (2 unidades)	3.800,00
Banco em madeira (2 unidades)	2.500,00
Guarda Volume (1 unidade)	3.700,00
<b>Reformas</b>	<b>2.000,00</b>
Estrutura de Apoio e Atendimento	20.000,00

### 3. ATIVIDADES ECOTURÍSTICAS:

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
<b>Máquinas e Equipamentos</b>	<b>54.000,00</b>
Material de segurança em geral (capacete e outros)	2.500,00
Rádio Comunicador	1.500,00
Pedalinho para locação (5 unidades) + Frete	50.000,00
<b>Móveis e Utensílios</b>	<b>11.000,00</b>
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>
Estrutura de Apoio e Atendimento	20.000,00

#### 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, lazer, 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 do Espaço Gastronômico, 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 médias mensais, refere-se 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 Necessidade do Capital de Giro (NCG) está definida no item 5.4 INVESTIMENTO TOTAL.

### 5.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS:

Os investimentos pré-operacionais são os gastos necessários para preparar um empreendimento antes que ele comece a operar oficialmente.

#### 1. ESPAÇO COM GASTRONOMIA TROPEIRA:

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
<b>Construções</b>	<b>360.000,00</b>
Restaurante Temático com 200m² (Custo do m² de R\$1.800,00)	360.000,00
<b>Outros</b>	<b>34.800,00</b>
Identidade visual	10.000,00
Elaboração de menus	6.000,00
Licenças e Permissões	1.000,00
NCG	17.800,00

## 2. SERVIÇO DE ALUGUEL DE BICICLETAS E TRICICLOS:

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
<b>Construções</b>	<b>45.000,00</b>
Construção e mapeamento da ciclovia	45.000,00
<b>Reformas</b>	<b>20.000,00</b>
Estrutura de Apoio e Atendimento	20.000,00
<b>Outros</b>	<b>11.400,00</b>
Identidade visual	10.000,00
Licenças e Permissões	1.000,00
NCG	400,00

## 3. ATIVIDADES ECOTURÍSTICAS:

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
<b>Construções</b>	<b>30.000,00</b>
Construção e mapeamento das trilhas	30.000,00
<b>Reformas</b>	<b>20.000,00</b>
Estrutura de Apoio e Atendimento	20.000,00
<b>Outros</b>	<b>15.000,00</b>
Identidade visual	10.000,00
Licenças e Permissões	1.000,00
Sinalização e outros medidas de segurança	3.600,00
NCG	400,00

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. ESPAÇO COM GASTRONOMIA TROPEIRA:

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	%*
<b>Construções</b>	<b>360.000,00</b>	45,3%
Restaurante Temático com 200m <sup>2</sup> (Custo do m <sup>2</sup> de R\$1.800,00)	360.000,00	
<b>Máquinas e Equipamentos</b>	<b>300.000,00</b>	37,7%
Máquinas e Equipamentos em Geral	300.000,00	
<b>Móveis e Utensílios</b>	<b>100.000,00</b>	12,6%
Móveis e Utensílios em Geral	100.000,00	
<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>34.800,00</b>	4,4%
Identidade visual	10.000,00	
Elaboração de menus	6.000,00	
Licenças e Permissões	1.000,00	
NCG	17.800,00	
<b>Total</b>	<b>794.800,00</b>	

## 2. SERVIÇO DE ALUGUEL DE BICICLETAS E TRICICLOS:

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	%*
<b>Construções</b>	<b>45.000,00</b>	27,9%
Construção e mapeamento da ciclovia	45.000,00	
<b>Máquinas e Equipamentos</b>	<b>74.000,00</b>	45,8%
Bicicleta (10 unidades)	30.000,00	
Triciclo (10 unidades)	40.000,00	
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>	6,8%
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>	12,4%
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>11.400,00</b>	7,1%
identidade visual	10.000,00	
Licenças e Permissões	1.000,00	
NCG	400,00	
<b>Total Investimento Fixo e Depreciação Anual</b>	<b>161.400,00</b>	



### 3. ATIVIDADES ECOTURÍSTICAS:

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	%*
<b>Construções</b>	<b>30.000,00</b>	23,1%
Construção e mapeamento das trilhas	30.000,00	
<b>Máquinas e Equipamentos</b>	<b>54.000,00</b>	41,5%
Material de segurança em geral (capacete e outros)	2.500,00	
Rádio Comunicador	1.500,00	
Pedalinho para locação (5 unidades) + Frete	50.000,00	
<b>Móveis e Utensílios</b>	<b>11.000,00</b>	8,5%
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>	15,4%
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>15.000,00</b>	11,5%
identidade visual	10.000,00	
Licenças e Permissões	1.000,00	
Sinalização e outros medidas de segurança	3.600,00	
NCG	400,00	
<b>Total Investimento Fixo e Depreciação Anual</b>	<b>130.000,00</b>	

## 5.5 ESTIMATIVA DE CUSTOS:

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

### 1. ESPAÇO COM GASTRONOMIA TROPEIRA:

#### CUSTO FIXO:

CUSTOS COM MÃO DE OBRA					
Cargo/Função	Nº func.	Salário	%*	Encargos	Total
Gerente	1	4.000,00	37,5 4%	1.501,60	5.501,60
Caixa	1	2.500,00	37,5 4%	938,50	3.438,50
Cozinheiro	2	4.000,00	37,5 4%	1.501,60	11.003,20
Auxiliar de Cozinha	3	2.500,00	37,5 4%	938,50	10.315,50
Auxiliar de Serviços Gerais	1	2.500,00	37,5 4%	938,50	3.438,50
Garçom	4	2.500,00	37,5 4%	938,50	3.438,50
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>			<b>6.757,20</b>	<b>37.135,80</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	37.135,80
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	4.000,00
Água	850,00
Luz	2.500,00
Telefone	100,00
Contador	1.000,00
Despesas com Veículos	800,00
Material de Expediente e Consumo	500,00
Aluguel	6.000,00
Seguros	600,00
Propaganda e Publicidade	2.000,00
Depreciação Mensal	4.000,00
Manutenção	800,00
Condomínio	1.000,00
Despesas de Viagem	
Serviços de Terceiros	-
DAS - Taxa do MEI	-
Alimentação	4.500,00
Monitoramento	500,00
Editor de mídia	-
Limpeza	850,00
Tarifas Bancárias	-
Internet	250,00
<b>TOTAL</b>	<b>67.385,80</b>

### **CUSTO VARIÁVEL:**

<b>2. Custos Variáveis Totais</b>			<b>105.300,00</b>	<b>54,0%</b>
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria)			48.750,00	25,0%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IRPJ, CSLL ou SIMPLES)		6,0%	11.700,00	6,0%
Comissão do Cartão de Crédito (3%)			5.850,00	3,0%
Comissão referente a parcerias (20%)			39.000,00	20,0%

## 2. SERVIÇO DE ALUGUEL DE BICICLETAS E TRICICLOS:

### CUSTO FIXO:

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

Discriminação	Valor R\$
Mão de Obra + encargos	3.438,50
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	3.000,00
Água	-
Luz	250,00
Telefone	60,00
Contador	1.000,00
Despesas com Veículos	2.000,00
Material de Expediente e Consumo	250,00
Aluguel	3.000,00
Seguros	400,00
Propaganda e Publicidade	2.000,00
Depreciação Mensal	2.000,00
Manutenção	500,00
Condomínio	1.000,00
Despesas de Viagem	-
Serviços de Terceiros	500,00
DAS - Taxa do MEI	-
Alimentação	1.200,00
Monitoramento	500,00
Editor de mídia	-
Limpeza	250,00
Tarifas Bancárias	-
Internet	-
<b>TOTAL</b>	<b>21.348,50</b>



### CUSTO VARIÁVEL:

2. Custos Variáveis Totais				36.201,60	43,6%
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria)				12.120,00	14,6%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IRPJ, CSLL ou SIMPLES)	6,0%			4.982,40	6,0%
Comissão do Cartão de Crédito (3%)				2.491,20	3,0%
Comissão referente a parcerias (20%)				16.608,00	20,0%

### 3. ATIVIDADES ECOTURÍSTICAS:

#### CUSTO FIXO:

#### CUSTOS COM MÃO DE OBRA

Cargo/Função	Nº func.	Salário	%*	Encargos	Total
Operador	1	2.500,00	37,54%	938,50	3.438,50
Instrutor	1	2.500,00	37,54%	938,50	3.438,50
Atendente	1	2.500,00	37,54%	938,50	3.438,50
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>			<b>R\$ 2.815,50</b>	<b>R\$ 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	-
Luz	250,00
Telefone	60,00
Contador	1.000,00
Despesas com Veículos	2.000,00
Material de Expediente e Consumo	250,00
Aluguel	3.000,00
Seguros	400,00
Propaganda e Publicidade	2.000,00
Depreciação Mensal	2.000,00
Manutenção	500,00
Condomínio	1.000,00
Despesas de Viagem	-
Serviços de Terceiros	500,00
Alimentação	2.000,00
Monitoramento	500,00
Editor de mídia	-
Limpeza	250,00
Tarifas Bancárias	-
Internet	-
<b>TOTAL</b>	<b>29.025,50</b>

## **CUSTO VARIÁVEL**

<b>2. Custos Variáveis Totais</b>			<b>26.678,40</b>	<b>43,8%</b>
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria)			9.632,00	15,8%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IRPJ, CSLL ou SIMPLES)	5,0%		3.044,00	5,0%
Comissão do Cartão de Crédito (3%)			1.826,40	3,0%
Comissão referente a parcerias (20%)			12.176,00	20,0%



## 5.6 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL:

Para estimar o faturamento mensal foi necessário considerar todas as fontes de receita possíveis, conforme estimativa do faturamento mensal:

### 1. ESPAÇO COM GASTRONOMIA TROPEIRA:

Descrição do Produto / Serviço	Faturamento Mensal - Custos			Faturamento Mensal - Vendas	
	Vendas Unitárias	Custo Unit.	Custo da Mercadoria	Preço de Venda Unitário	Faturamento
Pratos de Entrada	500	10,00	5.000,00	40,00	20.000,00
Prato Principal	700	20,00	14.000,00	80,00	56.000,00
Porções	800	15,00	12.000,00	60,00	48.000,00
Sobremesa	400	6,25	2.500,00	25,00	10.000,00
Refrigerante e Água Mineral	1.000	2,00	2.000,00	8,00	8.000,00
Coquetéis	300	6,25	1.875,00	25,00	7.500,00
Vinhos	100	20,00	2.000,00	80,00	8.000,00
Cervejas	1.500	5,00	7.500,00	20,00	30.000,00
Outros	500	3,75	1.875,00	15,00	7.500,00
TOTAL:					195.000,00

### 2. SERVIÇO DE ALUGUEL DE BICICLETAS E TRICICLOS:

Descrição do Produto / Serviço	Faturamento Mensal - Custos			Faturamento Mensal - Vendas	
	Vendas Unitárias	Custo Unit.	Custo da Mercadoria	Preço de Venda Unitário	Faturamento
Aluguel de Bicicleta	288	20,00	5.760,00	80,00	23.040,00
Aluguel de Triciclo	288	20,00	5.760,00	200,00	57.600,00
Instrutor / Guia	12	50,00	600,00	200,00	2.400,00
TOTAL:					83.040,00

### 3. ATIVIDADES ECOTURÍSTICAS:

Descrição do Produto / Serviço	Faturamento Mensal - Custos			Faturamento Mensal - Vendas	
	Vendas Unitárias	Custo Unit.	Custo da Mercado ria	Preço de Venda Unitário	Faturamento
Passeio de Pedalinho	432	1,00	432,00	40,00	17.280,00
Trilha Ecológica Guiada	180	20,00	3.600,00	60,00	10.800,00
Observação de Aves e Estrelas	120	20,00	2.400,00	100,00	12.000,00
Atividade de observação e fotografia	100	20,00	2.000,00	160,00	16.000,00
Instrutor/Guia	24	50,00	1.200,00	200,00	4.800,00
TOTAL:					60.880,00

Considerações Finais:

- **Ajustes Sazonais:** o faturamento pode variar conforme a estação do ano, feriados e eventos regionais.
- **Descontos e Promoções:** oferecer pacotes promocionais e descontos pode atrair mais turistas, impactando o faturamento, conforme proposto no item 3.2 Políticas de Preços.

Essas estimativas proporcionam uma visão geral do potencial de faturamento. Ajustes podem ser necessários com base em dados reais e análise contínua do mercado.

### 5.7 PROJEÇÃO DE RESULTADOS:

A projeção de resultados envolve a estimativa de receitas, custos e lucros ao longo do mês, em um período específico. Esta projeção ajuda a avaliar a viabilidade financeira do negócio e a planejar para o futuro. A seguir é apresentado o Demonstrativo do Resultado do Exercício (DRE) para cada segmento de negócio.



## 1. ESPAÇO COM GASTRONOMIA TROPEIRA:

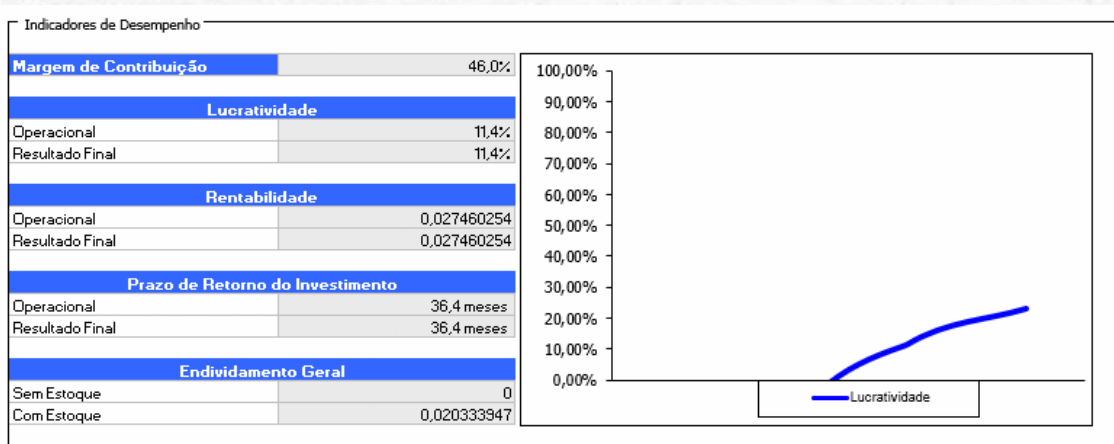
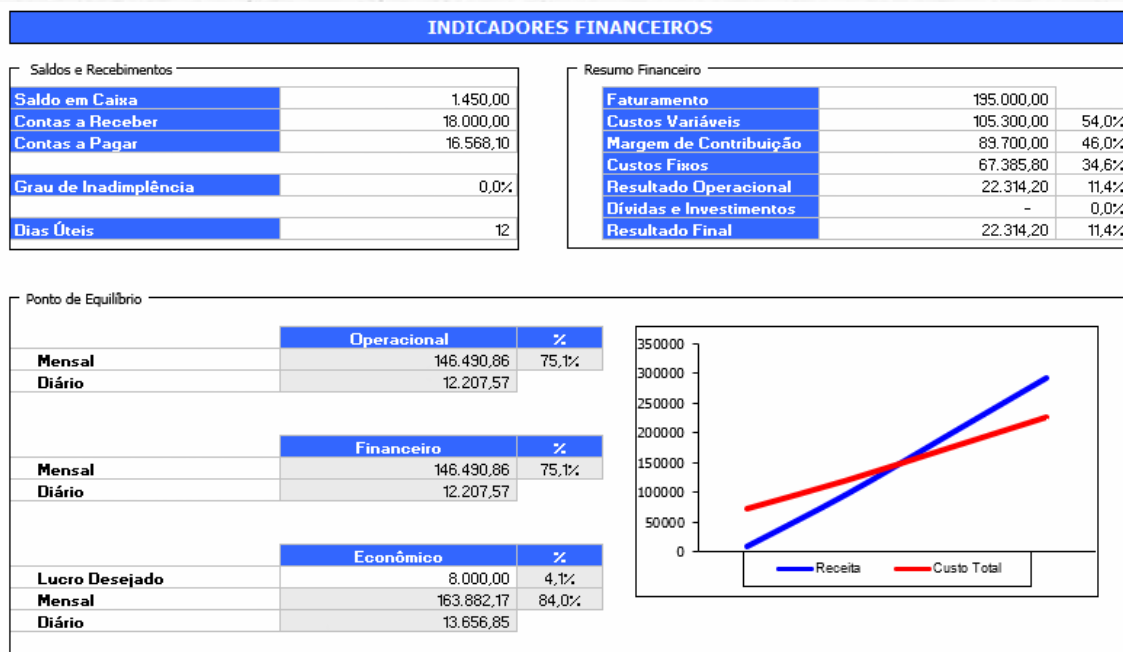
### DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

DISCRIMINAÇÃO			VALOR R\$	%
<b>1. Receita Total</b>			<b>195.000,00</b>	<b>100,0%</b>
Vendas (à vista)			97.500,00	50,0%
Vendas (a prazo)			97.500,00	50,0%
<b>2. Custos Variáveis Totais</b>			<b>105.300,00</b>	<b>54,0%</b>
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria)			48.750,00	25,0%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IRPJ, CSLL ou SIMPLES)		6,0 %	11.700,00	6,0%
Comissão do Cartão de Crédito (3%)			5.850,00	3,0%
Comissão referente a parcerias (20%)			39.000,00	20,0%
<b>3. Margem de Contribuição</b>			<b>89.700,00</b>	<b>46,0%</b>
<b>4. Custos Fixos Totais</b>			<b>67.385,80</b>	<b>34,6%</b>
Mão de Obra + Encargos			37.135,80	19,0%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)			4.000,00	2,1%
Água			850,00	0,4%
Luz			2.500,00	1,3%
Telefone			100,00	0,1%
Contador			1.000,00	0,5%
Despesas com Veículos			800,00	0,4%
Material de Expediente e Consumo			500,00	0,3%
Aluguel			6.000,00	3,1%
Seguros			600,00	0,3%
Propaganda e Publicidade			2.000,00	1,0%
Depreciação Mensal			4.000,00	12,4%
Manutenção			800,00	0,4%
Condomínio			1.000,00	0,5%
Despesas de Viagem			0,00	0,0%
Serviços de Terceiros			0,00	0,0%
DAS - Taxa do MEI			0,00	0,0%
Alimentação			4.500,00	2,3%
Monitoramento			500,00	0,3%
Editor de mídia			0,00	0,0%
Limpeza			850,00	0,4%
Tarifas Bancárias			0,00	0,0%
Internet			250,00	0,1%

## 5. Resultado Operacional

22.314,20

11,4%



## 2. SERVIÇO DE ALUGUEL DE BICICLETAS E TRICICLOS:

### DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

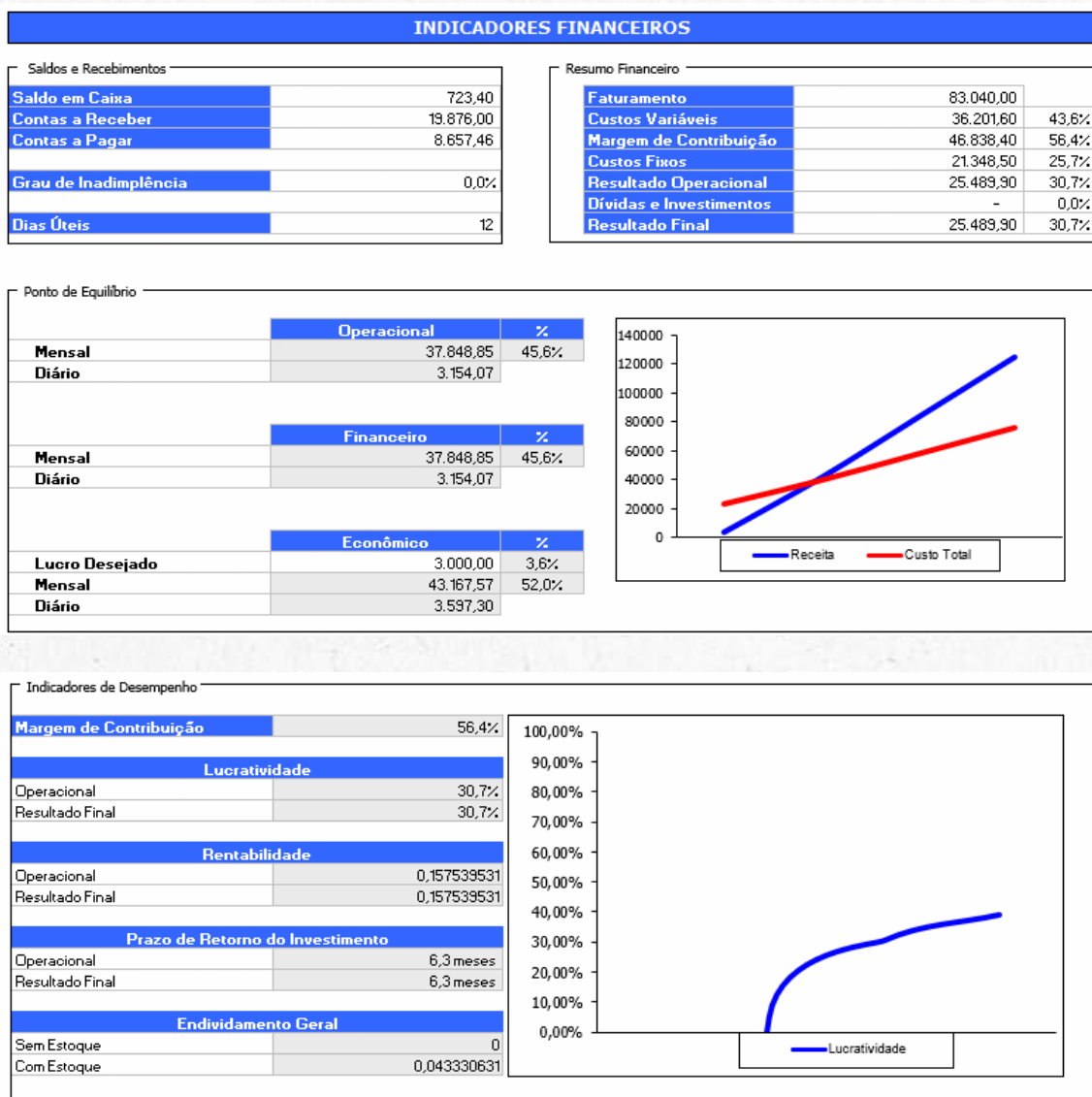
DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	%
<b>1. Receita Total</b>	<b>83.040,00</b>	<b>100,0%</b>
Vendas (à vista)	83.040,00	100,0%
Vendas (a prazo)	0,00	0,0%



<b>2. Custos Variáveis Totais</b>			<b>36.201,60</b>	<b>43,6%</b>
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria)			12.120,00	14,6%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IRPJ, CSLL ou SIMPLES)	6,0%		4.982,40	6,0%
Impostos Estaduais (ICMS)			0,00	0,0%
Imposto Municipal (ISS)			0,00	0,0%
<b>Outros</b>			<b>19.099,20</b>	<b>23,0%</b>
Comissão do Cartão de Crédito (3%)			2.491,20	3,0%
Comissão referente a parcerias (20%)			16.608,00	20,0%
				0,0%
				0,0%
				0,0%

<b>3. Margem de Contribuição</b>	<b>46.838,40</b>	<b>56,4%</b>
----------------------------------	------------------	--------------

<b>4. Custos Fixos Totais</b>			<b>21.348,50</b>	<b>25,7%</b>
Mão-de-Obra + Encargos			3.438,50	4,1%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)			3.000,00	3,6%
Água			0,00	0,0%
Luz			250,00	0,3%
Telefone			60,00	0,1%
Contador			1.000,00	1,2%
Despesas com Veículos			2.000,00	2,4%
Material de Expediente e Consumo			250,00	0,3%
Aluguel			3.000,00	3,6%
Seguros			400,00	0,5%
Propaganda e Publicidade			2.000,00	2,4%
Depreciação Mensal			2.000,00	5,1%
Manutenção			500,00	0,6%
Condomínio			1.000,00	1,2%
Despesas de Viagem			0,00	0,0%
Serviços de Terceiros			500,00	0,6%
DAS - Taxa do MEI			0,00	0,0%
Alimentação			1.200,00	1,4%
Monitoramento			500,00	0,6%
Editor de mídia			0,00	0,0%
Limpeza			250,00	0,3%
Tarifas Bancárias			0,00	0,0%
Internet			0,00	0,0%
<b>5. Resultado Operacional</b>			<b>25.489,90</b>	<b>30,7%</b>



### 3. ATIVIDADES ECOTURÍSTICAS:

#### DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	%
<b>1. Receita Total</b>	<b>60.880,00</b>	<b>100,0%</b>
Vendas (à vista)	30.440,00	50,0%
Vendas (a prazo)	30.440,00	50,0%

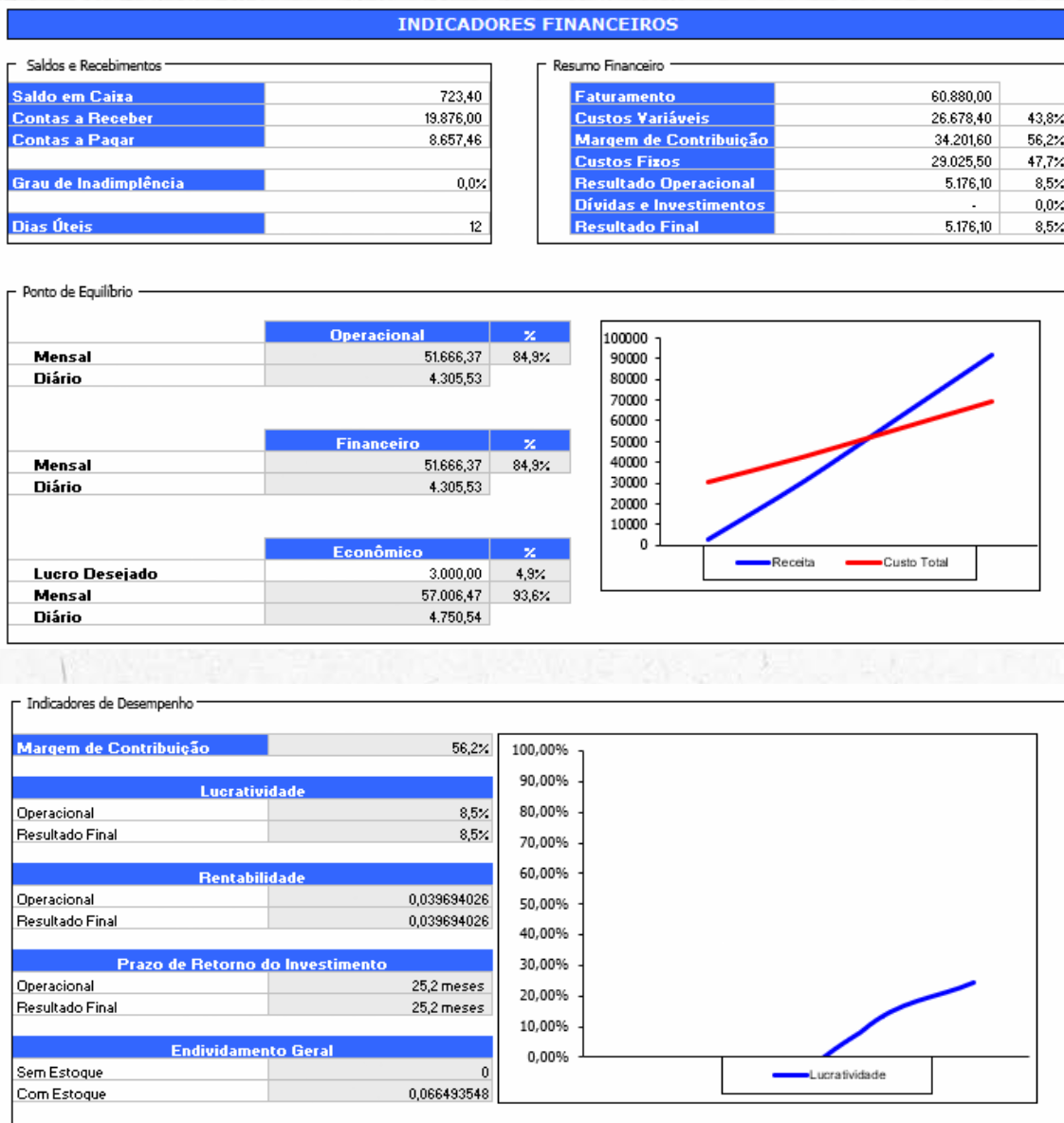


2. Custos Variáveis Totais			26.678,40	43,8%
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria)			9.632,00	15,8%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IRPJ, CSLL ou SIMPLES)	5,0%		3.044,00	5,0%
Impostos Estaduais (ICMS)			0,00	0,0%
Imposto Municipal (ISS)			0,00	0,0%
<b>Outros</b>			<b>14.002,40</b>	<b>23,0%</b>
Comissão do Cartão de Crédito (3%)			1.826,40	3,0%
Comissão referente a parcerias (20%)			12.176,00	20,0%

3. Margem de Contribuição	34.201,60	56,2%
---------------------------	-----------	-------

4. Custos Fixos Totais	29.025,50	47,7%
Mão de Obra + Encargos	10.315,50	16,9%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	3.000,00	4,9%
Água	0,00	0,0%
Luz	250,00	0,4%
Telefone	60,00	0,1%
Contador	1.000,00	1,6%
Despesas com Veículos	2.000,00	3,3%
Material de Expediente e Consumo	250,00	0,4%
Aluguel	3.000,00	4,9%
Seguros	400,00	0,7%
Propaganda e Publicidade	2.000,00	3,3%
Depreciação Mensal	2.000,00	4,8%
Manutenção	500,00	0,8%
Condomínio	1.000,00	1,6%
Despesas de Viagem	0,00	0,0%
Serviços de Terceiros	500,00	0,8%
DAS - Taxa do MEI	0,00	0,0%
Alimentação	2.000,00	3,3%
Monitoramento	500,00	0,8%
Editor de mídia	0,00	0,0%
Limpeza	250,00	0,4%
Tarifas Bancárias	0,00	0,0%
Internet	0,00	0,0%

5. Resultado Operacional	5.176,10	8,5%
--------------------------	----------	------



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, laser culturais, bem como identificar concorrentes diretos e indiretos.
- **Análise de Custo:** custos envolvidos na operação do negócio, incluindo ingredientes, equipamentos, manutenção do Espaço Gastronômico, 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:** considerar a sazonalidade, eventos locais e outras variáveis que possam afetar as vendas ao longo do ano.
- **Análise de Sensibilidade:** 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

A avaliação estratégica permite identificar as áreas de oportunidade e os desafios que precisam ser enfrentados. Com um plano bem delineado, focado em aumentar a visibilidade, diversificar a oferta de serviços e produtos e garantir a satisfação do turista, aumenta o potencial de se tornar um destino turístico de destaque na região e no Brasil. A implementação cuidadosa das estratégias, combinada com uma gestão eficiente e uma visão de longo prazo, será crucial para o sucesso contínuo dos empreendimentos.

## 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.

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.

Matriz SWOT do Espaço Com Gastronomia Tropeira:

### 1. PONTOS FORTES (STRENGTHS):

- **Localização Privilegiada:** localização em um ambiente natural deslumbrante ao redor de um lago, proporcionando uma atmosfera única e atrativa para os clientes.
- **Variedade de Opções Gastronômicas:** oferecimento de uma variedade de pratos locais, sazonais e frescos, destacando a culinária regional e os ingredientes locais.
- **Experiência de Jantar Exclusiva:** atmosfera acolhedora e ambiente pitoresco, proporcionando uma experiência de jantar exclusiva e memorável para os clientes.



- **Serviço de Qualidade:** equipe treinada e capacitada para oferecer um serviço de alta qualidade, garantindo a satisfação dos clientes.

## 2. PONTOS FRACOS (WEAKNESSES):

- **Dependência de Estações e Clima:** vulnerabilidade a variações sazonais e climáticas que podem afetar a demanda e o fluxo de clientes.
- **Concorrência de Outros Estabelecimentos:** competição com outros restaurantes e estabelecimentos gastronômicos na região, exigindo diferenciação e estratégias de marketing eficazes.
- **Limitações de Capacidade:** restrições de espaço e capacidade que podem limitar o número de clientes atendidos em determinados horários ou ocasiões.

## 3. OPORTUNIDADES (OPPORTUNITIES):

- **Desenvolvimento de Parcerias Locais:** colaboração com outras empresas e atrações turísticas locais para oferecer pacotes combinados e promoções cruzadas.
- **Eventos Especiais e Programas Temáticos:** realização de eventos especiais, como noites de música ao vivo, jantares temáticos e festivais gastronômicos para atrair novos clientes.
- **Expansão do Horário de Funcionamento:** exploração de oportunidades para expandir o horário de funcionamento, como café da manhã ou happy hour, para atender a diferentes segmentos de clientes.

## 4. AMEAÇAS (THREATS):

- **Flutuações Econômicas:** impacto de recessões econômicas ou instabilidade financeira que podem reduzir a disposição dos clientes para gastar em refeições fora de casa.
- **Tendências de Saúde e Bem-Estar:** aumento da conscientização sobre saúde e bem-estar, levando os clientes a preferir opções de refeições mais saudáveis e orgânicas.

- **Regulamentações e Normas:** cumprimento de regulamentações e normas governamentais relacionadas à segurança alimentar, higiene e licenciamento, que podem exigir investimentos adicionais e conformidade contínua.

A análise SWOT para a atividade de Ecoturística e Serviço de Aluguel de Bicicletas e Triciclos são:

#### 5. PONTOS FORTES (STRENGTHS):

- **Riqueza Natural:** o ambiente natural oferece uma variedade de ecossistemas, fauna e flora, proporcionando uma experiência única aos visitantes.
- **Diversidade de Atividades:** possibilidade de oferecer uma ampla gama de atividades, como trilhas, observação de aves, passeios de barco e camping, atendendo a diferentes interesses dos turistas.
- **Consciência Ambiental:** o ecoturismo promove a educação ambiental e a sensibilização sobre a importância da conservação da natureza, proporcionando uma experiência enriquecedora para os visitantes.

#### 6. PONTOS FRACOS (WEAKNESSES):

- **Infraestrutura Limitada:** falta de infraestrutura adequada, como trilhas bem marcadas, sinalização e instalações sanitárias, pode limitar a acessibilidade e o conforto dos visitantes.
- **Impacto Ambiental:** risco de impacto negativo sobre os ecossistemas naturais devido ao turismo descontrolado, como poluição, degradação do solo e perturbação da vida selvagem.
- **Restrições Regulatórias:** regulamentações ambientais restritivas podem limitar o desenvolvimento e a operação de atividades ecoturísticas, exigindo conformidade rigorosa e custos adicionais.



## 7. OPORTUNIDADES (OPPORTUNITIES):

- **Desenvolvimento Sustentável:** implementação de práticas de gestão sustentável, como trilhas ecologicamente sensíveis, programas de reciclagem e conservação, para minimizar o impacto ambiental e promover a preservação dos recursos naturais.
- **Marketing Verde:** aproveitamento da crescente demanda por turismo sustentável e experiências autênticas na natureza, desenvolvendo campanhas de marketing que destacam os valores ecológicos e de conservação do destino.
- **Parcerias Estratégicas:** colaboração com organizações locais, autoridades governamentais e comunidades indígenas para desenvolver programas de turismo responsável, promovendo o envolvimento comunitário e o desenvolvimento socioeconômico local.

## 8. AMEAÇAS (THREATS):

- **Mudanças Climáticas:** alterações climáticas podem afetar a biodiversidade e a estabilidade dos ecossistemas, tornando-os mais vulneráveis a eventos extremos, como secas, enchentes e incêndios florestais.
- **Concorrência de Destinos:** competição com outros destinos turísticos que oferecem atividades similares de ecoturismo, exigindo diferenciação e marketing eficaz para atrair visitantes.
- **Impactos de Desastres Naturais:** riscos de desastres naturais, como furacões, terremotos ou tsunamis, que podem causar danos severos à infraestrutura e ao meio ambiente, afetando a atratividade do destino.

Estas análises SWOT podem orientar o desenvolvimento de estratégias e planos de ação para promover o sucesso e sustentabilidade da atividade de

ecoturismo, de uma gastronomia de referência, garantindo a preservação dos recursos naturais e a satisfação dos turistas.

## 7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

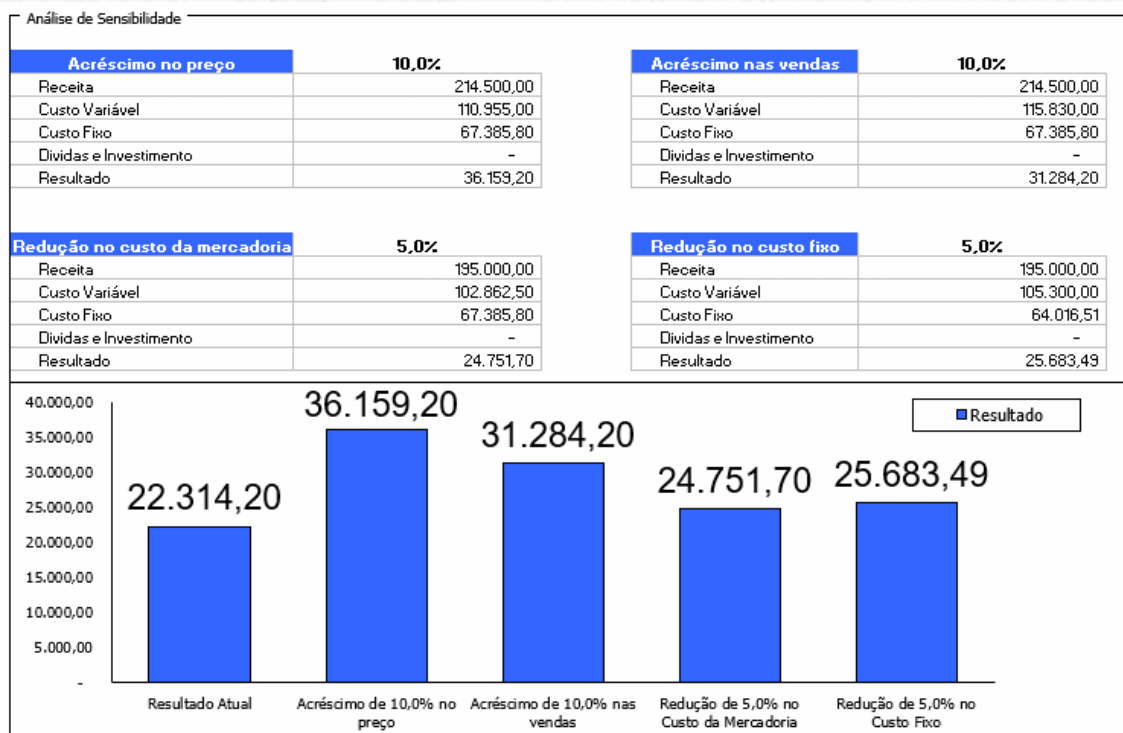
A construção de cenários é uma ferramenta valiosa para entender e se preparar para diferentes possibilidades futuras que podem impactar nas atividades aqui apresentadas.

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%.

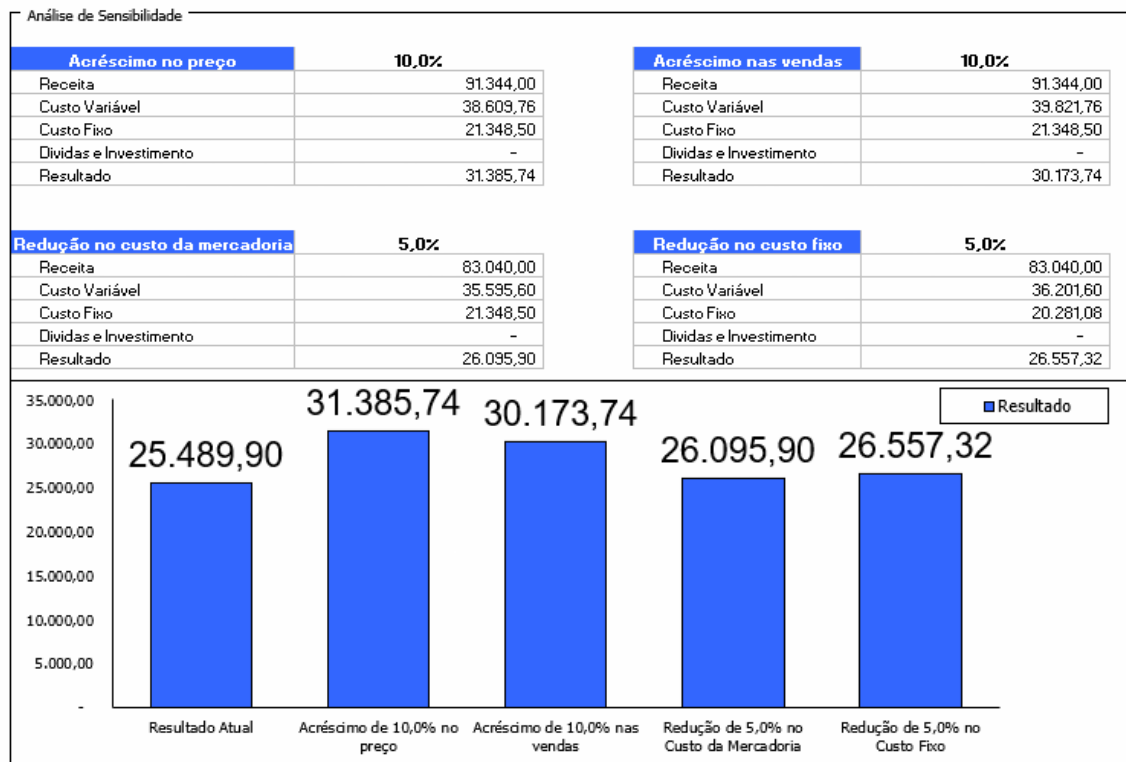
Diante dessas variações pode-se realizar a construção de cenários para cada oportunidade de negócio, conforme Análise de Sensibilidade.

### 1. ESPAÇO COM GASTRONOMIA TROPEIRA:

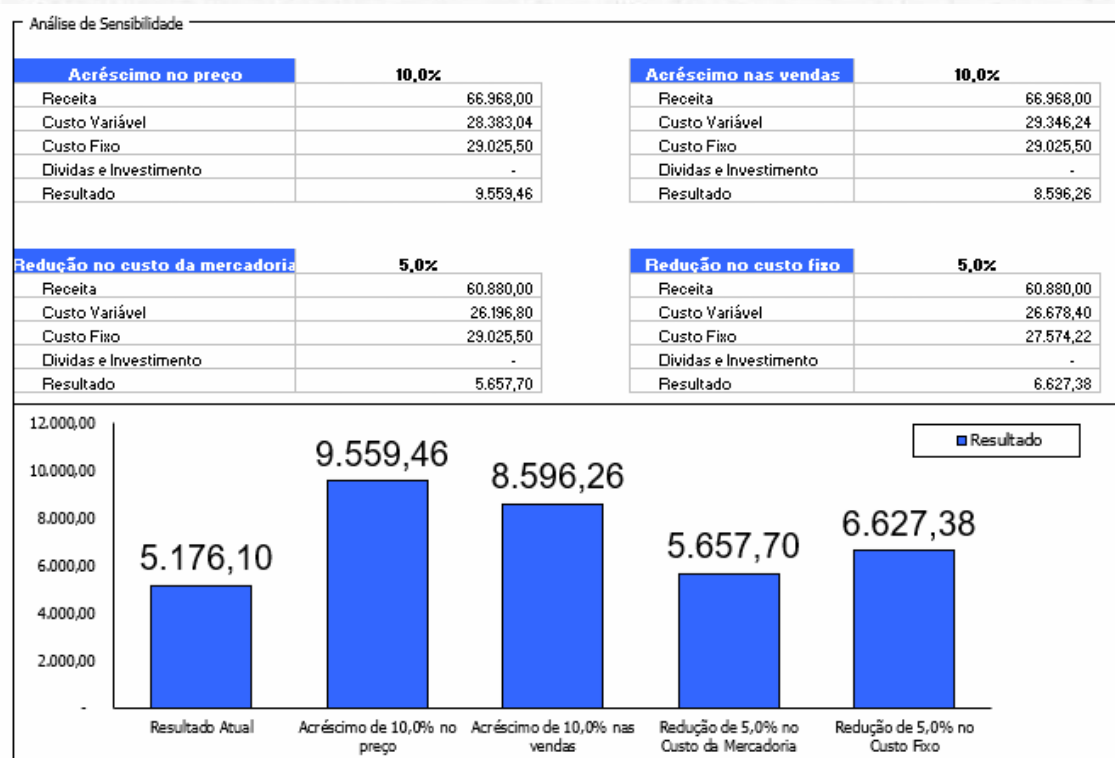




## 2. SERVIÇO DE ALUGUEL DE BICICLETAS E TRICICLOS:



## 3. ATIVIDADES ECOTURÍSTICAS:



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

## 7.1 DEFINIÇÃO DE ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS:

Com base na análise SWOT realizada, é possível definir algumas alternativas estratégicas para aproveitar os pontos fortes, superar os pontos fracos, explorar as oportunidades e mitigar as ameaças. Aqui estão as principais alternativas estratégicas:

### 1. DESENVOLVIMENTO DE INFRAESTRUTURA SUSTENTÁVEL:

- **Alternativa:** Investir na melhoria da infraestrutura, como trilhas bem marcadas, sinalização interpretativa, instalações sanitárias e áreas de descanso, utilizando materiais ecológicos e práticas de construção sustentável.
- **Objetivo:** aumentar a acessibilidade, segurança e conforto dos visitantes, proporcionando uma experiência de ecoturismo mais agradável e minimizando o impacto ambiental.

### 2. DIVERSIFICAÇÃO DE OFERTAS DE ATIVIDADES:

- **Alternativa:** expandir a gama de atividades oferecidas para incluir programas educacionais, como palestras sobre conservação da natureza, workshops de fotografia da vida selvagem e voluntariado ambiental.
- **Objetivo:** atender a uma variedade de interesses e preferências dos visitantes, proporcionando experiências enriquecedoras e educativas, ao mesmo tempo em que promove a conscientização sobre a importância da conservação ambiental.

### 3. PARCERIAS ESTRATÉGICAS E ENVOLVIMENTO COMUNITÁRIO:

- **Alternativa:** estabelecer parcerias com organizações locais, autoridades governamentais e comunidades indígenas para desenvolver programas de turismo responsável, promovendo o envolvimento comunitário e o desenvolvimento socioeconômico local.



- **Objetivo:** promover práticas de turismo sustentável, gerar benefícios econômicos e sociais para as comunidades locais e fortalecer o apoio à conservação ambiental.

#### 4. MARKETING VERDE E EDUCAÇÃO AMBIENTAL:

- **Alternativa:** implementar uma estratégia de marketing que destaque os valores ecológicos e de conservação do destino, promovendo o turismo sustentável e responsável.
- **Objetivo:** atrair visitantes conscientes do meio ambiente, aumentar a conscientização sobre questões ambientais e inspirar ações positivas para a preservação da natureza.

#### 5. GESTÃO DE RISCOS E RESILIÊNCIA:

- **Alternativa:** desenvolver planos de gestão de riscos e resiliência para lidar com ameaças potenciais, como mudanças climáticas, desastres naturais e impactos negativos do turismo descontrolado.
- **Objetivo:** minimizar os riscos e impactos negativos sobre os ecossistemas naturais e a comunidade local, garantindo a sustentabilidade a longo prazo da atividade de ecoturismo.

### 7.2 DEFINIÇÃO DE METAS E OBJETIVOS:

Definir metas e objetivos claros é de suma importância para o sucesso de um empreendimento ligado à cultura, lazer e gastronomia. As metas são declarações gerais do que se pretende alcançar, enquanto os objetivos são específicos, mensuráveis, alcançáveis, relevantes e com prazo definido (SMART). Aqui estão algumas metas e objetivos para os empreendimentos no entorno do lago:

#### METAS:

1. Proporcionar Experiências Gastronômicas e de Ecoturismo de Alta Qualidade:

- Oferecer atividades e serviços que garantam a satisfação e a segurança dos visitantes, promovendo uma gastronomia diferenciada, educação ambiental e a conscientização sobre a conservação da natureza.
2. Promover a Sustentabilidade Ambiental:
    - Implementar práticas de turismo sustentável que minimizem o impacto ambiental e promovam a preservação dos recursos naturais.
  3. Gerar Benefícios Econômicos e Sociais para a Comunidade Local:
    - Contribuir para o desenvolvimento econômico local, criando empregos e oportunidades de negócios para os residentes da região.

#### **OBJETIVOS:**

##### **1. AUMENTAR O NÚMERO DE VISITANTES EM 20% NO PRIMEIRO ANO:**

- **Específico:** aumentar o número de visitantes.
- **Mensurável:** 20% de aumento.
- **Alcançável:** com estratégias de marketing eficazes e parcerias locais.
- **Relevante:** crescimento do negócio.
- **Prazo:** 12 meses.

##### **2. REDUZIR O IMPACTO AMBIENTAL DAS ATIVIDADES EM 15% NO PRIMEIRO ANO:**

- **Específico:** reduzir o impacto ambiental.
- **Mensurável:** 15% de redução.
- **Alcançável:** implementando práticas de gestão ambiental.
- **Relevante:** sustentabilidade a longo prazo.

##### **3. DESENVOLVER 5 NOVAS ATIVIDADES ECOTURÍSTICAS EM 18 MESES:**

- **Específico:** introduzir novas atividades.
- **Mensurável:** 5 novas atividades.



- **Alcançável:** com pesquisa e desenvolvimento.
- **Relevante:** diversificação de ofertas.
- **Prazo:** 18 meses.

#### 4. ATINGIR 90% DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES NO PRIMEIRO ANO:

- **Específico:** aumentar a satisfação dos clientes.
- **Mensurável:** 90% de satisfação.
- **Alcançável:** através de treinamento da equipe e melhorias no serviço.
- **Relevante:** fidelização de clientes.
- **Prazo:** 12 meses.

#### 5. IMPLEMENTAR UM PROGRAMA DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL COM 10 WORKSHOPS ANUAIS:

- **Específico:** criar um programa de educação ambiental.
- **Mensurável:** 10 workshops anuais.
- **Alcançável:** com parcerias educacionais e especialistas.
- **Relevante:** promoção da consciência ambiental.
- **Prazo:** 12 meses.

#### 6. AUMENTAR A RECEITA DO ESPAÇO GASTRONÔMICO EM 25% NO PRIMEIRO ANO:

- **Específico:** aumentar a receita do restaurante.
- **Mensurável:** 25% de aumento.
- **Alcançável:** através de melhorias no cardápio e marketing.
- **Relevante:** sustentabilidade financeira.
- **Prazo:** 12 meses.

As metas e objetivos fornecerão uma direção clara para os empreendimentos, ajudando a garantir que todas as atividades estejam alinhadas com a visão geral e os princípios de sustentabilidade do negócio.

### 7.3 PARCERIAS ESTRATÉGICAS:

Parcerias estratégicas são essenciais, pois podem proporcionar recursos adicionais, aumentar a visibilidade, oferecer conhecimentos especializados e fortalecer o impacto sustentável.

Segue as principais parcerias:

#### 1. PARCERIAS COM ORGANIZAÇÕES AMBIENTAIS E ONGS:

- **Exemplos:** WWF, Greenpeace, Fundação SOS Mata Atlântica.
- **Benefícios:** acesso a conhecimento especializado em conservação, apoio em campanhas de sensibilização ambiental, e credibilidade ao associar o empreendimento com organizações respeitadas.
- **Ações Conjuntas:** desenvolvimento de programas de educação ambiental, monitoramento de espécies ameaçadas e projetos de restauração ecológica.

#### 2. PARCERIAS COM INSTITUIÇÕES DE ENSINO E PESQUISA:

- **Exemplos:** universidades, institutos de pesquisa, escolas técnicas.
- **Benefícios:** realização de pesquisas sobre a biodiversidade local, desenvolvimento de projetos de conservação, e oportunidades de estágio para estudantes.
- **Ações Conjuntas:** programas de pesquisa colaborativa, visitas educativas e workshops.

#### 3. PARCERIAS COM GOVERNOS LOCAIS E AGÊNCIAS DE TURISMO:

- **Exemplos:** secretarias de turismo, meio ambiente, e desenvolvimento econômico.
- **Benefícios:** apoio em infraestrutura, marketing e regulamentação, além de acesso a fundos e subsídios governamentais.
- **Ações Conjuntas:** criação de rotas turísticas, eventos promocionais e campanhas de marketing conjunto.



#### 4. PARCERIAS COM EMPRESAS DE TURISMO E AGÊNCIAS DE VIAGEM:

- **Exemplos:** operadoras de turismo, agências de viagem, plataformas de reservas on-line.
- **Benefícios:** aumento da visibilidade, acesso a um público mais amplo e pacotes turísticos combinados.
- **Ações Conjuntas:** pacotes turísticos integrados, promoções especiais e pacotes combinados de atividades.

#### 5. PARCERIAS COM COMUNIDADES LOCAIS E COOPERATIVAS:

- **Exemplos:** associações comunitárias, cooperativas de artesanato, agricultores locais.
- **Benefícios:** envolvimento da comunidade, desenvolvimento socioeconômico local e autenticação das experiências oferecidas.
- **Ações Conjuntas:** venda de produtos locais, workshops de cultura e tradição, e criação de empregos locais.

#### 6. PARCERIAS COM EMPRESAS DE EQUIPAMENTOS E INFRAESTRUTURA:

- **Exemplos:** fornecedores de equipamentos de aventura, construtoras de infraestrutura sustentável.
- **Benefícios:** acesso a equipamentos de alta qualidade, descontos e patrocínios.
- **Ações Conjuntas:** fornecimento de equipamentos para atividades, manutenção de trilhas e instalações sustentáveis.

#### 7. PARCERIAS COM ORGANIZAÇÕES DE CERTIFICAÇÃO E SUSTENTABILIDADE:

- **Exemplos:** Rainforest Alliance, Green Key, Certificação ISO.
- **Benefícios:** credibilidade, reconhecimento internacional e melhores práticas de sustentabilidade.
- **Ações Conjuntas:** implementação de práticas certificadas de turismo sustentável, auditorias ambientais e certificações.

É importante manter uma comunicação regular e transparente com os parceiros, monitorar o progresso e avaliar os resultados para garantir que os objetivos da parceria estejam sendo alcançados.

Estas parcerias estratégicas podem fortalecer a operação dos empreendimentos, melhorar a sustentabilidade e oferecer experiências enriquecedoras para os turistas.

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

As oportunidades no entorno do lago tendem a combinar elementos de lazer, gastronomia e cultura, proporcionando uma experiência autêntica e rica que atrai turistas, estudantes, famílias e entusiastas da cultura.

O espaço dedicado à gastronomia tem o propósito de oferecer uma experiência multifacetada e enriquecedora aos turistas, combinando sabores, aromas, apresentações que agradam aos sentidos e promovam a cultura e a culinária local. É viável para a construção do Espaço Gastronômico, objetivando lucratividade e rentabilidade em conjunto com uma experiência única e memorável, se tornando um ponto de encontro cultural e social, enriquecendo a experiência dos turistas e promovendo um estilo de vida mais consciente e sustentável.

O serviço de aluguel de bicicletas e triciclos é uma iniciativa que promove a sustentabilidade, melhora a qualidade de vida dos cidadãos e enriquece a experiência urbana e turística. Ao integrar aspectos de saúde, economia e meio ambiente, esse serviço se estabelece como uma opção valiosa e indispensável para o local aqui estudado.

Atividades ecoturísticas representam uma forma de turismo sustentável que combina aventura, educação e conservação ambiental. Em resumo, as atividades ecoturísticas aqui apresentadas oferecem uma abordagem holística, que beneficia tanto os turistas quanto as comunidades locais e o



meio ambiente. Elas promovem a conservação, a educação, e o desenvolvimento econômico sustentável, proporcionando experiências enriquecedoras e memoráveis que conectam as pessoas à natureza e a cultura de maneira respeitosa e responsável.

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

OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO TURÍSTICO:	ESPAÇO COM GASTRONOMIA TROPEIRA - BAR FLUTUANTE:		SERVIÇO DE ALUGUEL DE BICICLETAS E TRICICLOS:		ATIVIDADES ECOTURÍSTICAS:		TOTAL:
INVESTIMENTO INICIAL TOTAL:	R\$ 794.800,00		R\$ 161.400,00		R\$ 130.000,00		R\$ 1.086.200,00
ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL:	R\$ 195.000,00	100,0%	R\$ 83.040,00	100,0%	R\$ 60.880,00	100,0%	R\$ 338.920,00 100,0%
ESTIMATIVA DE CUSTOS VARIÁVEL MENSAL:	R\$ 105.300,00	54,0%	R\$ 36.201,60	43,6%	R\$ 26.678,40	43,8%	R\$ 168.180,00 49,6%
ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS MENSAL:	R\$ 67.385,80	34,6%	R\$ 21.348,50	25,7%	R\$ 29.025,50	47,7%	R\$ 117.759,80 34,7%
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO:	R\$ 89.700,00	46,0%	R\$ 46.838,40	56,4%	R\$ 34.201,60	56,2%	R\$ 170.740,00 50,4%
LUCRO:	R\$ 22.314,20	11,4%	R\$ 25.489,90	30,7%	R\$ 5.176,10	8,5%	R\$ 52.980,20 15,6%
LUCRATIVIDADE:	11,44%		30,70%		8,50%		15,63%
PONTO DE EQUILÍBRIO:	R\$ 146.490,87		R\$ 37.848,85		R\$ 51.666,37		R\$ 233.753,96
RENTABILIDADE:	2,81%		15,79%		3,98%		4,88%
PRAZO DO RETORNO DO INVESTIMENTO: (MÊS)	35,6		6,3		25,1		20,50

As receitas mensais projetadas superam os custos totais, proporcionando uma margem de lucro saudável e a estabilidade do fluxo de caixa com as receitas projetadas, permitindo investimentos em marketing e melhorias nos serviços.

Portanto, a proposta para a criação e operação de atrativos com atividade de natureza, lazer, gastronomia e cultura no entorno do lago do Espaço Expositivo é viável e recomendada para execução, garantindo um retorno positivo sobre o investimento e contribuindo para o sucesso e sustentabilidade do negócio a longo prazo.





**SEBRAE**

**MUITO  
OBRIGADO.**



**PINDOBAS**

DISTRITO TURÍSTICO

**CONTATO**

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