

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

JEAN BRUNO MALACRIDA

TURISMO NA NATUREZA:

PROPOSTA DE PLANO DE NEGOCIOS PARA O RANCHO BLACK BULL

CURITIBA 2021

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

JEAN BRUNO MALACRIDA

TURISMO NA NATUREZA:

PROPOSTA DE PLANO DE NEGOCIOS PARA O RANCHO BLACK BULL

Trabalho apresentado à disciplina de Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo II, Curso de Turismo, Departamento de Turismo, Setor de Ciências Humanas, Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Luciane Neri

CURITIBA 2021

RESUMO

Esta proposta surgiu em meio à necessidade de se desenvolver um plano de negócios para desenvolver o turismo na natureza no Rancho Black Bull, verificando seu potencial, além de aspectos acerca da demanda e do cenário no qual o empreendimento será inserido. A propriedade, localizada na região metropolitana de Curitiba, conta com uma área de 24 hectares (240.000m²) em meio a Mata Atlântica preservada. Por meio de pesquisa bibliográfica e documental buscou-se compreender quais são as etapas necessárias para desenvolver um empreendimento sustentável, bem como analisou quais seriam as opções de lazer e hospedagem mais adequadas à propriedade. Para tanto fora aplicada uma pesquisa de opinião buscando respostas acerca da demanda potencial, voltada ao desenvolvimento de um novo produto de turismo na natureza nos moldes do Glamping. Desta forma foram propostos produtos que busquem atender as expectativas em torno dessa experiência.

Palavras-chave: Turismo na Natureza; Glamping; Camping; Plano de negócios.

ABSTRACT

This proposal arose in the midst of the need to develop a business plan to develop tourism in nature at Rancho Black Bull, verifying its potential, in addition to aspects about demand and the scenario in which the venture will be inserted. The property, located in the metropolitan region of Curitiba, has an area of 24 hectares (240,000m²) in the middle of preserved Atlantic Forest. Through bibliographic and documentary research, we sought to understand what are the necessary steps to develop a sustainable enterprise, as well as analyzing what would be the most suitable leisure and accommodation options for the property. To this end, an opinion poll was applied seeking answers about the potential demand, aimed at the development of a new tourism product in nature along the lines of Glamping. In this way, products that seek to meet the expectations around this experience were proposed.

Key words: tourism in nature; Glamping; Camping; Business plan.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – ESTACIONAMENTO DE MOTOR HOMES – CAMPING NO SOL	18
FIGURA 2 – OPÇÕES DE LAZER - CAMPING NO SOL	18
FIGURA 3 – INSTALAÇÕES – CHACKRAS POUSSADA E CAMPING	19
FIGURA 4 – ÁREA DE CAMPING – CAMPING DO GAÚCHO	19
FIGURA 5 – ESTÂNCIA CACHOEIRA	20
FIGURA 6 – HIDROMASSAGEM – MANGARITO	21
FIGURA 7 – INSTALAÇÕES – MANGARITO	21
FIGURA 8 – INSTALAÇÕES – ESPAÇO LIVRE	22
FIGURA 9 – GLAMPING KA BRU BRASIL	23
FIGURA 10 – MAPA DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA	24
FIGURA 11 – PLANTA BAIXA BANHEIROS	44
FIGURA 12 – PLANTA BAIXA QUIOSQUES	45
FIGURA 13 – PLANTA BAIXA DA BASE OPERACIONAL	46

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01 – PONTUAÇÃO – CAMPING	29
GRAFICO 02 – CONHECIMENTO DO TERMO GLAMPING.....	29
GRAFICO 03 – PONTUAÇÃO – GLAMPING	30
GRAFICO 04 – IMPACTO DAS ESTRADAS DE CHÃO NA EXPÊRIENCIA	31
GRAFICO 05 – O DIFERENCIAL DA INTERNET NA EXPÊRIENCIA	32
GRÁFICO 06 - GOOGLE TRENDS – CAMPING	41

LISTA DE QUADROS

QUADRO 01 – OBJETIVOS - PESQUISA DE DEMANDA	27
QUADRO 02 – ANÁLISE SWOT	34

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – VALORES PRATICADOS PELA CONCORRÊNCIA	40
TABELA 2 – CUSTO UNITÁRIO BÁSICO	46
TABELA 3 – ANEXO V – SIMPLES NACIONAL	47
TABELA 4 – FOLHA DE PAGAMENTOS	49
TABELA 5 – INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAL	51
TABELA 6 – INVESTIMENTO INICIAL	53
TABELA 7 – CÁLCULO DE INSUMOS	56
TABELA 8 – CUSTOS DE OPERAÇÃO – OTIMISTA	57
TABELA 9 – CUSTOS DE OPERAÇÃO – PESSIMISTA	58
TABELA 10 – PROJEÇÃO OTIMISTA PARA DAY USE	60
TABELA 11 – PROJEÇÃO OTIMISTA PARA CAMPING	60
TABELA 12 – PROJEÇÃO OTIMISTA PARA GLAMPING	61
TABELA 13 – PROJEÇÃO OTIMISTA PARA PLANO DE ASSINANTES	61
TABELA 14 – ENTRADAS ANUAIS – PROJEÇÃO OTIMISTA	62
TABELA 15 – SAÍDAS ANUAIS – PROJEÇÃO OTIMISTA	62
TABELA 16 – BALANÇO OTIMISTA	63
TABELA 17 – PROJEÇÃO PESSIMISTA PARA DAY USE	64
TABELA 18 – PROJEÇÃO PESSIMISTA PARA CAMPING	64
TABELA 19 – PROJEÇÃO PESSIMISTA PARA GLAMPING	65
TABELA 20 - PROJEÇÃO PESSIMISTA PARA PLANO DE ASSINANTES	65
TABELA 21 – ENTRADAS ANUAIS – PROJEÇÃO PESSIMISTA	66
TABELA 22 – SAÍDAS ANUAIS – PROJEÇÃO PESSIMISTA	66
TABELA 23 – BALANÇO PESSIMISTA	67

LISTA DE ABREVIATURAS OU SIGLAS

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MTUR – Ministério do Turismo

OMS - Organização Mundial da Saúde

OMT – Organização Mundial do Turismo

PETAR – Parque Estadual Turístico do Alto do Ribeira

RBB - Rancho Black Bull

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 QUESTÕES DA PESQUISA	9
1.2 OBJETIVO DA PESQUISA	9
1.2.1 Objetivo Geral	9
1.2.2 Objetivos Específicos	9
2 MARCO TEÓRICO	10
2.1 O CONTEXTO ATUAL	10
2.2 O COVID-19 NO BRASIL	10
2.3 O IMPACTO DO COVID-19 NO TURISMO	11
2.4 ATIVIDADES DE TURISMO NA NATUREZA	12
2.5 MEIOS DE HOSPEDAGEM ALTERNATIVOS NA NATUREZA	14
2.6 EXEMPLOS DE CAMPINGS E GLAMPINGS	15
2.7 DIFERENÇA ENTRE CAMPING E GLAMPING	21
2.8 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE BOCAIÚVA DO SUL	22
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	23
3.1 TIPO, MÉTODO E TÉCNICAS DE PESQUISA	23
3.2 DELIMITAÇÃO DA POPULAÇÃO, TAMANHO E PROCESSO DE AMOSTRAGEM	24
3.3 CONSTRUÇÃO DOS INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS, ESTRATÉGIAS DE ANÁLISE, TABULAÇÃO E INTERPRETAÇÃO	24
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	26
4.1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS COLETADOS	26
4.2 RESULTADOS DO INVENTÁRIO A PARTIR DO FORMULÁRIO DO MTUR	29
4.3 ANÁLISE DE FORÇAS, FRAQUESAS, OPORTUNIDADES E AMEAÇAS	31
4.4 INTERPRETAÇÃO DOS DADOS COLETADOS	31
5 PROJETO DE TURISMO	33
5.2 ANÁLISE DE MERCADO	34
5.2.1 Fornecedores e parceiros	34

5.2.2 Concorrentes	36
5.2.3 Clientes.....	37
5.3 PLANO DE MARKETING.....	38
5.3.1 Estratégias de promoção e comercialização do produto/empresa.....	38
5.4 PLANO OPERACIONAL	40
5.4.1 Layout.....	40
5.4.2 Enquadramento tributário.....	42
5.4.3 Recursos humanos	43
5.5 – PLANO FINANCEIRO.....	45
5.5.1 Investimento inicial.....	45
5.5.2 Custos fixos e variáveis	50
5.5.3 Investimento total.....	52
5.6 ANÁLISE DE CENÁRIOS/ESTRATÉGIAS.....	52
5.6.1 Cenário otimista	52
5.6.2 Cenário pessimista	56
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
7. REFERÊNCIAS	62

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho buscou verificar quais os processos e medidas são necessárias para desenvolver o turismo na natureza no Rancho Black Bull, propondo um plano de negócios a partir das evidências encontradas. O “Rancho Black Bull” ou “RBB”, fica situado na zona rural de Bocaiúva do Sul, abrangendo uma área de 24,2 hectares (242.000 m²) das quais 20% (4,84 hectares) são compostos por uma reserva florestal desde o ano de 2002, além da faixa com mais de 30 metros de largura e 1,5km de extensão (totalizando aproximadamente 2,25 hectares) de mata ciliar preservada às margens do Rio Capivari. Localizado na Região Metropolitana de Curitiba, a pouco mais de 30 km do centro da capital, o RBB conta com 3 acessos principais, sendo eles: Campina Grande do Sul, pela Estrada Vereador Júlio Ferreira (passando em frente a Fábrica de Plásticos PLN); Colombo/Roseira, pela Rua Pedro Taverna; Bocaiúva do Sul, utilizando a Estrada João Evangelista Passos.

O nome do empreendimento foi criado em 2014 para que fosse possível fazer uma marcação no Google Maps, de forma que fosse possível chegar até o local usando os aplicativos de GPS dos *smartphones*. Desde então, na propriedade, é disponibilizado espaço para locação de forma esporádica para *campings*, pescarias, churrascos, fotografias, treinamentos de *Airsoft*, trilhas de moto/bicicleta, batizados, entre outras atividades. Tendo em vista essa demanda, decidiu-se investir no desenvolvimento da propriedade buscando alternativas para tornar o empreendimento um negócio viável.

Vale destacar que ao longo dos anos a região na qual o Rancho Black Bull se situa vem recebendo melhorias significativas na infraestrutura, o que reforça o potencial turístico das áreas de preservação às margens do Rio Capivari, das diversas trilhas, dos animais selvagens, entre outros atrativos naturais existentes.

Assim sendo, o Rancho Black Bull constitui o objeto de estudo deste trabalho acadêmico, que tem como público alvo os moradores de Curitiba e Região Metropolitana. Sobre o cenário, para o desenvolvimento da pesquisa um fator com grande relevância nas tendências observadas no momento em que este trabalho se desenvolveu foi a deflagração da pandemia da Covid-19, que levou o mundo ao isolamento social em 2020 e 2021, sendo o turismo um dos setores mais afetado, dentre os principais setores da economia (OMT, 2020).

Buscando uma forma de restaurar a confiança dos viajantes e proteger os empregos a OMT criou um documento intitulado “*Global guidelines to restart tourism*” (Diretrizes Globais para reiniciar o turismo), em cooperação com a Organização Mundial da Saúde (OMS), países do Comitê Global de Crise (incluindo o Brasil) e outras organizações ligadas ao turismo. Este documento busca coordenar e sincronizar protocolos e procedimentos através de inovação e sustentabilidade, com o intuito de recuperar a confiança dos viajantes e manter empregos. Estes protocolos incluem medidas como medição de temperatura, uso de máscaras adequadas, respeitar o distanciamento mínimo, rigorosidade na limpeza periódica e fornecimento de kits de higiene pessoal. A OMT também destaca a oportunidade de criar novas experiências focadas no ecoturismo, cultura, esporte, turismo rural e rotas locais (OMT, 2020).

1.1 QUESTÕES DA PESQUISA

Quais os processos e medidas são necessárias para desenvolver o turismo na natureza no Rancho Black Bull?

1.2 OBJETIVO DA PESQUISA

1.2.1 Objetivo Geral

- Propor um plano de negócios voltado ao turismo na natureza no Rancho Black Bull.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar o potencial do Rancho Black Bull para desenvolver o turismo na natureza;
- Verificar qual a demanda potencial para turismo na natureza em Curitiba e região metropolitana;
- Averiguar quais hospedagens e atividades de turismo na natureza poderão ser implementadas.

2 MARCO TEÓRICO

O marco teórico deste trabalho abordará, através de pesquisa bibliográfica e documental, opções viáveis e as recomendações necessárias para a realização da atividade turística, com ênfase em atrativos naturais. Também observará o cenário pandêmico atual e quais foram os impactos no setor turístico, bem como as orientações da OMT e OMS quanto a como proceder. Por fim, fará uma contextualização sobre o município em que está localizado o objeto de estudo, expondo as principais características da cidade de Bocaiúva do Sul.

2.1 O CONTEXTO ATUAL

Os anos de 2020 e 2021 compõem de um cenário de incertezas devido à pandemia do COVID-19, uma virose com alto índice de contaminação e considerável índice de letalidade, acarretando em grave crise na saúde a nível mundial, com reflexos na área econômica, social e ambiental. Sendo assim, mais uma vez é necessária a rápida adaptação do ser humano para momentos adventícios, principalmente no setor turístico, que foi um dos mais afetado negativamente (BENI, 2020). Ao analisar esse fenômeno, o turismo, é possível compreender o porquê desse impacto ser tão marcante, uma vez que a atividade se trata principalmente do deslocamento de pessoas, podendo assim causar aglomerações, resultando na maior disseminação desse agente patológico (MECCA; GEDOZ, 2020).

2.2 O COVID-19 NO BRASIL

A Covid-19 é uma doença transmitida pelo vírus SARS-CoV-2 (*Severe Acute Respiratory Syndrome* ou em português Síndrome Respiratória Aguda Grave) conhecida popularmente como coronavírus, que inicialmente é semelhante a um resfriado, contendo sintomas de tosse, coriza, dor de cabeça, febre, dor de garganta, perda olfativa e no paladar, podendo se agravar a um quadro fatal de insuficiência respiratória. É transmitido por gotículas de saliva, tosse, espirro ou contato com superfícies contaminadas, podendo o vírus sobreviver por mais de horas, dependendo do material da superfície e condições climáticas. Em relação à letalidade, tende a ser maior em grupos de risco como idosos, pessoas com deficiências respiratórias, diabéticos, etc. Aproximadamente 80% dos infectados podem ser

assintomáticos, o que torna ainda mais difícil o monitoramento do contágio. Para a prevenção e diminuição do contágio é recomendada a utilização de máscaras, distanciamento social de no mínimo um metro, higienização tanto nas mãos quanto em objetos e superfícies e ventilação dos locais frequentados. É ressaltada também a importância de manter a qualidade na saúde, para diminuir os impactos dos sintomas, caso haja contaminação (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020).

O vírus foi constatado pela primeira vez na cidade de Wuhan, na China, em dezembro de 2019 e somente em janeiro de 2020 a doença foi identificada como endemia de alto risco pela Organização Mundial de Saúde (OMS). Como recomendado pela mesma, o Brasil sancionou a Lei de quarentena em fevereiro, todavia, 20 dias após, confirmou-se o primeiro caso em São Paulo, como dispõe numa linha do tempo na página oficial do Ministério da Saúde (2020). Em março, a OMS declarou a doença como pandemia e muitos países adotam um período de quarentena com isolamento social total. No mesmo mês o primeiro óbito pelo coronavírus foi confirmado no Brasil, que até então não estava sendo afetado tão gravemente pelo vírus (SANAR SAÚDE, 2020).

2.3 O IMPACTO DO COVID-19 NO TURISMO

Como apresentado na cartilha do Instituto Brasil C&VB de setembro de 2020, o Covid-19 causou a maior crise brasileira da história no setor turístico, gerando no mês de abril do referido ano o encerramento de 72% das micro e pequenas empresas do setor. Uma dura realidade para um setor que em 2019 empregou mais de 6 milhões de pessoas, necessitando assim de alternativas e planejamentos viáveis para esta situação atípica. Quaisquer que sejam as novas soluções propostas para a continuação de qualquer atividade turística nesse período, precisarão seguir normas rígidas para a sua prática segura (ABETA, 2020).

Visando um breve retorno para o setor de turismo de aventura, a ABETA (Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura) desenvolveu um Manual de Boas Práticas para a atual situação, trazendo pontos sobre a higienização correta, tanto do indivíduo quanto dos equipamentos utilizados, além da prevenção de contágio, o treinamento dos profissionais, às medidas de monitoramento de casos, entre outros (ABETA, 2020).

2.4 ATIVIDADES DE TURISMO NA NATUREZA

Priorizando atividades que minimizarão o contágio dessa doença viral, vários segmentos ganham destaque como o turismo em áreas naturais, ecoturismo, turismo de aventura e o turismo em áreas rurais, atividades que podem ser feitas em pequenos grupos e respeitando o isolamento social (DE LIMA; DA SILVA, 2020). Atualmente, novos termos são criados para esse “turismo de isolamento” como um todo, como o hipoturismo, que é destacado por Beni (2020), uma inversão ao turismo de massa (Over Turismo). Um dos principais malefícios do Turismo está no impacto que o excesso da atividade pode trazer, degradando tanto o espaço físico quanto a cultura local. Este excesso pode ser denominado “Over Turismo” ou turismo de massa, que é gerado principalmente pela divulgação excedente sem ter um planejamento adequado para que suporte a demanda e ao mesmo tempo não interfira negativamente no meio ambiente e na comunidade local (BELGAMO et al., 2020).

Alinhado a essas ideias, o ecoturismo visa integrar o contato do indivíduo com a natureza e cultura, ao mesmo tempo que alerta à conscientização do uso sustentável do meio. Ou seja, para a existência da atividade de ecoturismo, é necessário se atentar aos impactos negativos na comunidade local e no meio ambiente, como poluição e degradação, para que não sejam excessivos, permitindo que as práticas sejam viáveis (MATOS; DA SILVA; FERREIRA, 2018).

Referente às atividades possíveis de se realizar em meios a natureza, são diversas as possibilidades. Nos próximos parágrafos serão dispostas algumas opções que poderiam ser facilmente adaptadas ao Rancho Black Bull, com a compra de equipamentos e qualificação de funcionários.

O Turismo de Aventura visa a interação do visitante com o meio ambiente, trazendo conscientização ambiental para o mesmo e assim evitando impactos degradantes. Não só em áreas naturais, a atividade pode ser realizada em meio urbano ao ar livre, uma vez que para a atividade ser considerada Turismo de Aventura é necessária a presença do desafio na prática, ou seja, a presença de um risco controlado, exigindo de habilidades físicas e controle emocional do praticante, além de equipamentos de segurança adequados (LÓPEZ-RICHARD; CHINÁGLIA, 2004).

Outra prática que pode ser realizada em áreas naturais é o *Trekking*, que se define pela realização de caminhadas em trilhas, rios, morros e etc., geralmente em pequenos grupos, sendo esta uma oportunidade para melhorar o condicionamento físico e regenerar a saúde mental ao possuir contato com a natureza. Os trechos podem ser curtos ou longos, com trajetos variados, podendo ser realizados competitivamente ou a lazer, se tornando assim uma prática que, se bem planejada e orientada, se torna viável para diversas demandas. (BITTENCOURT; AMORIM, 2006).

Em territórios que possuem lagos ou riachos com certo nivelamento, é possível a realização de outras atividades como o caiaquismo e o Stand Up Paddle, uma vez que são atividades não motorizadas que só necessitam dos equipamentos de proteção e o caiaque ou prancha de *standup*, se encaixando no perfil de turismo de aventura, e claro, sem ser degradante à natureza (BOCH, 2018).

O turismo de pesca também tem potencial em áreas naturais, pois essa prática datada a mais de meio século no Brasil tem destaque devido à relação com o lazer, recreação e turismo, além da praticidade em relação à equipamentos para a existência dessa atividade (podendo existir a opção de locação no local ou o uso de equipamentos próprios por parte do usuário) (MACHADO; DA COSTA, 2017).

Com a existência de grandes árvores de considerável altura, torna-se possível a realização do arvorismo, prática de turismo de aventura em que é criado um circuito com cordas, pneus, troncos, suspensos entre árvores, podendo também ser incrementado com tirolesas que terminam ou em solo ou em rios, lagos ou riachos (POTRATZ, 2012).

Outra opção de atividade em áreas naturais com trilhas é o cicloturismo, que engloba a participação em eventos de ciclismo, seja assistindo ou praticando, e a utilização da bicicleta para se deslocar para o destino ou no destino, seja ele rural ou urbano. Esta atividade está voltada ao desfrute do paisagismo, contato com a natureza, contato com outras culturas, preservação do meio ambiente na realização da atividade turística, exercício físico e até mesmo competições (SCHUMACHER, 2019).

Por fim, pode-se observar a atividade do astro-turismo, que nada mais é que a observação de astros, do céu, das estrelas e etc., nicho que pode ser caracterizado como turismo de natureza, turismo educacional e até mesmo turismo de aventura. O deslocamento por parte do praticante deve-se principalmente à fuga do meio urbano, uma vez que o excesso de luzes e estrutura urbana torna a observação de astros impraticável, justificando assim a fuga para áreas naturais (AZEVEDO, 2014).

2.5 MEIOS DE HOSPEDAGEM ALTERNATIVOS EM MEIO À NATUREZA

O *camping* ou campismo é a prática de levar seu abrigo e pernoitar em meio à natureza ou espaços próprios ao ar livre, podendo ser em barracas, que são mais comuns, ou carros adaptados para isto, os trailers e *motor homes* (MaCamp Campismo, 2020). Esta atividade visa sempre o respeito ao ter contato com a natureza e a comunidade ao redor, para que a prática seja agregadora e disponível para todos (PIVARI, 2017).

Os *Motor Homes* são “casa sobre rodas”, como definido por Torezan (2020), em seu blog de viagens “Casal a Bordo”. Este veículo-moradia tem inúmeros benefícios, uma vez que evita burocracias em hotéis e locadoras de carros, possui mais conforto que barracas e é equipado de geladeira, fogão, banheiro e sistemas de aquecimento e resfriamento, além de permitir a flexibilização da viagem e facilidade para conhecer inúmeros destinos e cidades no mesmo percurso. Como noticiado no portal “Estadão” (2020), houve aumento significativo no Brasil pela procura deste meio de transporte devido à pandemia da Covid-19, pois fornece segurança para o viajante, além de toda comodidade e privacidade já citadas.

Ainda pouco conhecido, um dos tópicos que terá mais ênfase neste trabalho é o “Glamping”, que surgiu pela primeira vez em 2005, na Inglaterra, derivado do inglês *glamorous camping*, que nada mais é que a prática do campismo com luxo e conforto. Esta atividade visa aproximar o indivíduo à natureza em paralelo com o conforto que sua moradia pode trazer (REBOCHO; CORREIA, 2017). O *Glamping* pode ser uma opção de isolamento social, como estudado por Christopher Craig (2020), que afirma que nos Estados Unidos é notável a maior procura por atividades em acampamentos nesta época, sejam eles simples *campings*, ou luxuosos *glampings*. A busca por segmentos como este, pode ter relação com o desgaste emocional e até mesmo físico

trazido pelo isolamento social, uma vez que a atividade pode resultar numa experiência renovadora para a saúde do praticante, se realizada com as medidas adequadas (DE LIMA; DA SILVA, 2020).

2.6 EXEMPLOS DE CAMPINGS E GLAMPINGS

Existe grande variedade de produtos ao buscar por “Camping:Paraná” em sites de reservas de hospedagem como o “Tripadvisor”, desde a estrutura do empreendimento até a localização. Um dos listados é o “No Sol Camping”, localizado no município de Campo Largo que, além da infraestrutura básica com banheiro, vestiário, cozinha e lavanderia, conta com piscinas, campo de futebol, churrasqueiras, outras áreas de lazer e espaços para Motor Home e Trailers.

FIGURA 1 – ESTACIONAMENTO DE MOTOR HOMES – CAMPING NO SOL



Fonte: No Sol Camping, 2020

É possível notar que o estacionamento para campings é bem simples, conforme a Figura 1, enquanto que as atividades de lazer disponíveis são de alto padrão.

FIGURA 2 – OPÇÕES DE LAZER - CAMPING NO SOL



Fonte: No Sol Camping, 2020

Outra opção encontrada é o “Chackras Pousada e Camping”, localizado em Jaguariaíva, que possui cozinha compartilhada, restaurante, áreas de lazer, cachoeiras, passeios guiados, espaço para Motor Homes e Trailers e também tem a opção de pousada, com quartos privativos (TRIPADVISOR, 2020).

FIGURA 3 – INSTALAÇÕES – CHACKRAS POUSADA E CAMPING



Fonte: Tripadvisor, 2020

Mais um exemplo da diversidade dos campings se encontra no “Camping do Gaúcho”, localizado na Praia de Encantadas, na Ilha do Mel. A estrutura é mais

básica, literalmente no meio da mata, com cozinha, banheiro e lavanderia compartilhados (TRIPADVISOR, 2020).

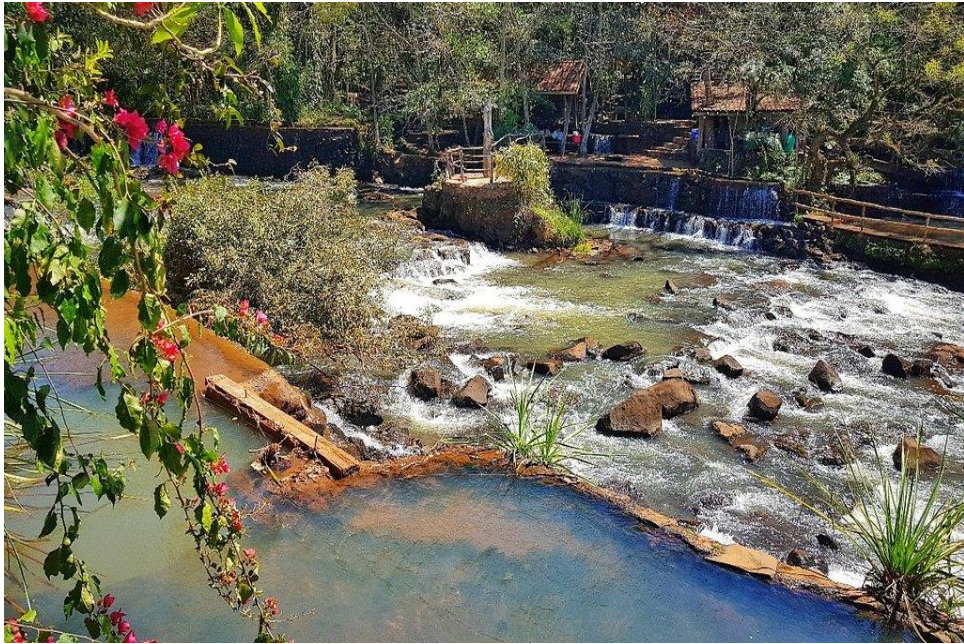
FIGURA 4 – ÁREA DE CAMPING – CAMPING DO GAÚCHO



Fonte: Tripadvisor, 2020

Similar ao “Camping do Gaúcho”, a “Estância Cachoeira” também é estruturada numa área natural, porém de água doce, no município de Tamarana, Região Metropolitana de Londrina. O empreendimento conta com banheiros e cozinha compartilhados, espaços para alimentação ao ar livre, alguns quartos compartilhados e atividades de recreação e lazer como a pesca (TRIPADVISOR, 2020).

FIGURA 5 – ESTANCIA CACHOEIRA



FONTE: Tripadvisor, 2020

No Brasil, o mercado de Glampings vem crescendo e alguns têm destaque, como o “Mangarito”, que se coloca como pioneiro no país. Está localizado na região do Parque Estadual Turístico do Alto Ribeira (PETAR), a maior porção de Mata Atlântica preservada do Brasil e mais de 300 cavernas, localizado entre Apiaí-SP e Iporanga-SP. O empreendimento possui bangalôs, bares, restaurantes, entre outros equipamentos de lazer (TRIPADVISOR, 2020).

FIGURA 6 – HIDROMASSAGEM - MANGARITO



FONTE: TripAdvisor, 2020

É possível observar entre a figura 6 e figura 7, que o Glamping do Mangarito mescla as construções simples e rústicas com o luxo de uma banheira de hidromassagem com vista para a natureza.

FIGURA 7 – QUARTOS MANGARITO



FONTE: TripAdvisor, 2020

O Glamping “SPAço Livre”, localizado na Ilha de Guaratiba, localizado na cidade de Rio de Janeiro, possui estruturas mais simples, mas não menos aconchegantes. Conta com atividades que tornam a experiência luxuosa, sendo elas as aulas de yoga, meditação, pilates, trilhas, hidroginástica e etc. Sendo a estrutura como a de um camping, com barracas para locação ou espaços para o turista instalar a sua barraca (IANNARELLI, 2017).

FIGURA 8 – INSTALAÇÕES – SPAÇO LIVRE



FONTE: TripAdvisor, 2020

Outro modelo de Glamping é encontrado em Itacaré-BA, no “Ka Bru Brasil”, uma vez que possui estrutura inserida no meio da mata, com todos os equipamentos privativos, como cozinha, banheiro e piscina, além de oferecer atividades de relaxamento, turismo de aventura, observação de fauna e flora, entre outros, uma verdadeira casa na árvore. (CONSTRUTORA LAGUNA, 2019).

FIGURA 9 – GLAMPING KA BRU BRASIL



FONTE: TripAdvisor, 2020

2.7 DIFERENÇA ENTRE CAMPING E GLAMPING

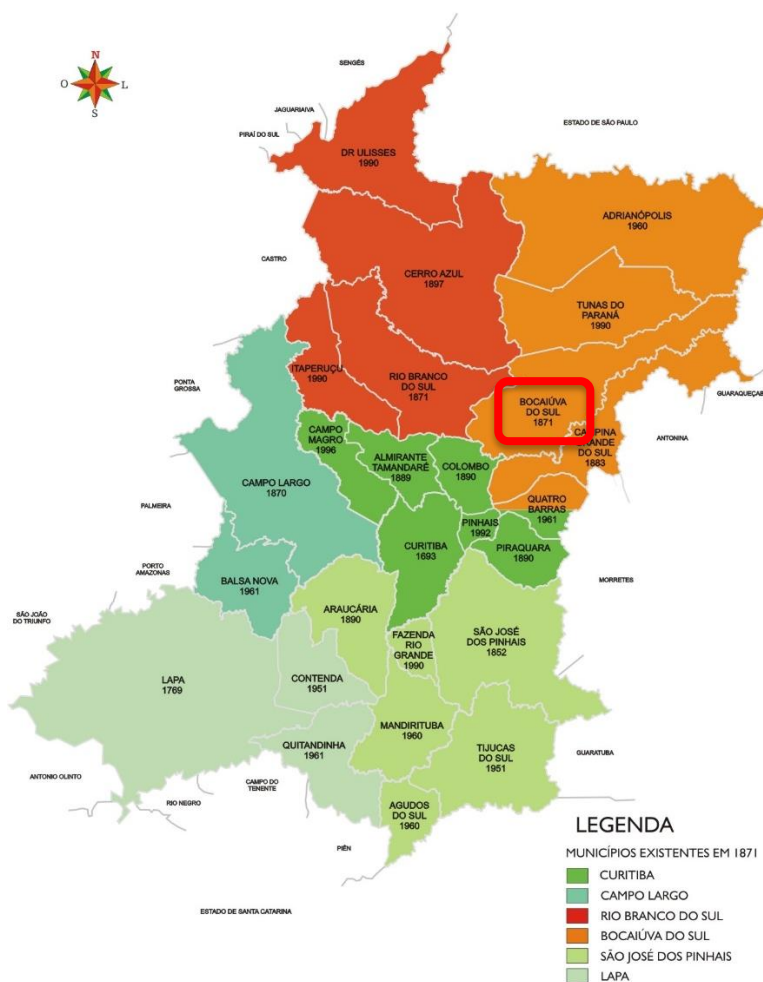
O luxo envolve uma experiência multidimensional, que se relaciona com a possibilidade que um produto ou serviço tem de proporcionar prazer a todos os sentidos de quem o utiliza. O luxo está diretamente ligado a sentimentos como exclusividade, raridade, desejo, tradição, arte, um estilo de vida muito particular (D'ANGELO, 2004). O luxo não é essencial, é algo que vai além do básico, é algo exclusivo e que não se acha em qualquer lugar, objeto ou experiência. Todavia, para a denominada “classe alta”, o luxo é essencial para a aquisição de *status* em meio à sociedade, o que passa a ser explorado pelo marketing (GALHANONE, 2007).

O Turismo de Luxo é uma exemplificação do marketing atrelado ao luxo, uma vez que o produto turístico precisa ter essa exclusividade, além da praticidade, conforto e qualidade. Existe certa tendência em destinos afastados dos centros urbanos e ao mesmo tempo com toda tecnologia e conforto possíveis, resultando em produtos de alto valor, alta qualidade e difícil acesso, seja físico, monetário ou até mesmo social (NETTO; MIRALDI, 2017). Desta forma, pode-se considerar que o glamping seria uma versão luxuosa de um camping tradicional, entregando experiências que vão além do básico.

2.8 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE BOCAIÚVA DO SUL

De acordo com dados coletados no site da prefeitura, Bocaiúva do Sul é um município brasileiro do estado do Paraná pertencente a região do Vale do Ribeira, localizado a 41km de distância da capital. Sua população, conforme estimativas do IBGE de 2018, era de 12.755 habitantes. Suas principais atividades econômicas são voltadas agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura. O PIB per capita do município gira em torno de R\$9.796,00, estando bem abaixo da média nacional de R\$35.172,00. O município tem área de 826.344 km² e faz divisa com os municípios de Colombo ao sudoeste, Rio Branco do Sul ao oeste, Tunas do Paraná ao norte, Adrianópolis também ao norte, Barra do Turvo - SP a nordeste e Campina Grande do Sul a leste/sul.

FIGURA 10 –REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA E DATA DE FORMAÇÃO DOS MUNICÍPIOS



FONTE: IPPUC, 2021

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

“Para que um conhecimento possa ser considerado científico, torna-se necessário identificar as operações mentais e técnicas que possibilitam sua verificação ou, em outras palavras, determinar o método que possibilitou chegar a esse conhecimento. “(GIL, 1989, p.27). Desta forma, será apresentado abaixo o detalhamento de toda a metodologia empregada nessa proposta.

3.1 TIPO, MÉTODO E TÉCNICAS DE PESQUISA

Este trabalho foi construído através de pesquisas bibliográficas e documentais, enriquecendo o trabalho através de artigos científicos, reportagens, documentos em geral, construindo assim o marco teórico. Essa pesquisa foi aplicada, ou seja, “ela esteve empenhada na elaboração de diagnósticos, identificação de problemas e busca de soluções. Responde a uma demanda formulada por clientes, atores sociais ou instituições” (FLEURY et al., 2008 apud. THIOLENT, 2017).

Utilizando o Rancho Black Bull como objeto de pesquisa, buscou-se verificar o potencial do local para desenvolver o turismo na natureza, formatando um novo produto turístico para Curitiba e Região Metropolitana. Através de uma pesquisa de opinião aplicada via internet buscou-se esclarecer algumas questões acerca do interesse das pessoas pelo turismo de natureza, entre outras questões inerentes ao projeto.

A forma de raciocínio lógico utilizado na interpretação dos dados seguiu o método indutivo, visto que o autor interpretou os dados buscando encontrar nas respostas dos questionários algo que possa ser visto como uma regra geral, um padrão. Em relação a abordagem do problema, se utilizou o método quali-quantitativo, pois a pesquisa foi baseada em números estatísticos extraídos de dados coletados através de pesquisa e da aplicação de questionários, além das análises e observações do autor.

3.2 DELIMITAÇÃO DA POPULAÇÃO, TAMANHO E PROCESSO DE AMOSTRAGEM

A pesquisa foi aplicada via internet, sendo voltada a moradores de Curitiba e região metropolitana. Utilizando as redes sociais (Facebook e Whatsapp) a pesquisa foi divulgada em grupos de pessoas com interesse em camping e atividades na natureza. Foram obtidas 101 respostas durante o mês de janeiro de 2021.

3.3 CONSTRUÇÃO DOS INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS, ESTRATÉGIAS DE ANÁLISE, TABULAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

Na construção dos instrumentos de coleta de dados, foram avaliados aspectos como acesso, infraestrutura, atrativos, legislação, utilizando o formulário de inventariação de unidades de conservação (C.1.5) do Ministério do Turismo como ponto de partida para fazer o levantamento da oferta turística disponível no RBB. A partir deste inventário foi possível realizar uma análise SWOT (Avalia as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças), construindo assim um diagnóstico aprofundado do potencial do local.

Em paralelo ao diagnóstico, foi aplicada uma pesquisa de opinião utilizando o *Google Forms*. Os resultados forneceram gráficos e dados sobre a pesquisa de forma otimizada, facilitando a interpretação dos dados, que foram tabulados via software de planilhas da Google, cruzando os dados encontrados em busca de padrões.

Previamente foi realizado um teste da pesquisa com 15 elementos integrantes da população pesquisada, procurando construir um questionário bem elaborado no que diz respeito a clareza e precisão dos termos, bem como forma, desmembramento e ordem das questões. Após esse teste foi identificado que seria mais fácil tabular os dados ao padronizar a forma de inserção de números e medidas. Desta forma foi solicitado aos entrevistados que respondessem as questões somente com números, sem inserir a unidade, que era predeterminada na própria pergunta (exemplos: Anos; Km; R\$). Além disso foi inserida uma explicação do que é o Glamping, dando exemplos com imagens das acomodações, atividades e valores. Após essas alterações chegamos nas seguintes perguntas, dispostas no quadro 1, ao lado da justificativa do interesse na coleta desse dado em específico.

QUADRO 1 – OBJETIVOS - PESQUISA DE DEMANDA

Perguntas	Objetivo principal
Qual é a sua idade? - Responder utilizando somente numerais - Ex: 29	Compreender melhor o público alvo para que as publicidades pagas possam ser mais assertivas no futuro
Qual o seu gênero?	
Cidade onde mora? Ex: Curitiba	
Você praticou turismo em 2020, durante a pandemia de COVID-19?	Verificar impacto da Pandemia no turismo
Qual foi a distância média de suas viagens em quilômetros? - caso não tenha viajado, colocar o valor "0". Responder utilizando somente numerais - Ex: 111	Verificar qual distância média de deslocamentos durante o período de pandemia
De zero a 10, quanto a pandemia de COVID-19 influenciou na quantidade de viagens que fez em 2020?	Verificar impacto da Pandemia no turismo segundo a perspectiva do consumidor
Você gosta de ter contato com a natureza?	Busca de padrões de comparação com outras questões
Você já acampou alguma vez?	
De 0 a 10, qual nota você daria para esse tipo de experiência de camping (mesmo que nunca tenha acampado, como imagina que seria)?	
Você já ouviu falar do termo "Glamping"?	Testar o termo Glamping
Explicação sobre o Glamping, dando exemplos de acomodações, atividades e valores	
Você teria interesse em praticar esse tipo de atividade?	Busca de padrões de comparação com outras questões
De 0 a 10, qual nota você daria para esse tipo de experiência de camping (mesmo que nunca tenha acampado, como imagina que seria)?	
Seria um diferencial se fosse possível manter total isolamento de outras pessoas (estranhos) durante sua estadia?	Compreender se faz sentido oferecer isolamento como um diferencial
Na sua opinião, qual seria o valor justo para uma diária para 1 pessoa por esse tipo de experiência (com tudo incluso)? - digitar o valor em numeral referente ao valor em reais - Ex: 100	Busca encontrar a faixa de valores ideal para inserir os produtos criados para o projeto
Qual seria a distância máxima que viajaria para esse tipo de atividade? - digitar o valor em numeral referente a distância em Km - Ex: 50 – Como (referência: A distância de Curitiba até as praias do Paraná é de aproximadamente 110 km)	Compreender qual distancia as pessoas estariam dispostas a percorrer para vivenciar este tipo de experiência (Glamping)
Partes do trajeto em estrada de chão afetariam negativamente sua experiência?	Compreender o impacto na experiência ao transitar em estradas de chão para chegar no destino (RBB)

FONTE: O autor, 2020

Com a aplicação do questionário buscou-se coletar informações valiosas acerca da demanda regional para atividades de turismo na natureza, ajudando na formatação de um produto turístico melhor estruturado, buscando atingir demanda suficiente para que o RBB possa se tornar um empreendimento sustentável.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Buscando compreender a oferta e a demanda para os produtos turísticos que este trabalho irá propor, nos próximos tópicos serão analisadas as respostas obtidas na pesquisa de demanda, bem como os resultados do inventário para a oferta turística.

4.1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS COLETADOS

Através do questionário aplicado foram obtidos diversos dados acerca da demanda potencial de Curitiba e Região Metropolitana para atividades na natureza, em especial o Camping e o Glamping. O questionário com 18 perguntas objetivas foi divulgado por meios digitais utilizando redes sociais (Instagram, Facebook e Whatsapp), tendo início no dia 3 de janeiro e atingindo a meta de 101 respostas no dia 28 de janeiro.

A Idade média do público da pesquisa foi de 34,1 anos, sendo que a menor idade registrada foi 19 anos e a maior 67. Destes, 59 eram mulheres e 41 homens (1 pessoa preferiu não identificar seu gênero). 73,3% dos entrevistados moram em Curitiba, 7,9% são moradores de Colombo, 4% de Campo Largo, 3% de São José dos Pinhais, 2% de Quatro Barras, 2% de Almirante Tamandaré, 2% de Fazenda Rio Grande, 2% Maringá, 1% de Piraquara e 1% de Contenda.

Quando indagados acerca da distância média de suas viagens no período de pandemia, 48,5% dos entrevistados afirmaram ter se deslocado 0km (ou seja, não tiveram deslocamento nenhum) sendo essa a moda predominante deste tópico em específico. A distância média das viagens feitas pelos entrevistados no ano de 2020 foi de 285,7 km, sendo que somente 16% dos entrevistados fizeram viagens acima de 400Km.

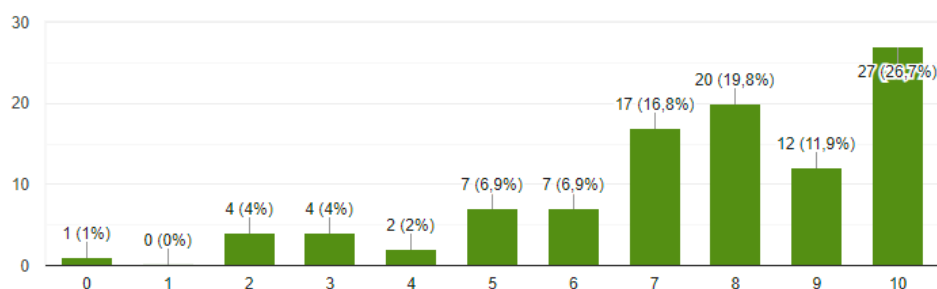
Quando indagados acerca de quanto a pandemia influenciou na quantidade de viagens feitas em 2020, somente 6,9% dos entrevistados respondeu que a pandemia não influenciou em suas viagens no ano de 2020 (nota 0) em contrapartida dos 53,7% que responderam indicando que o COVID19 influenciou muito em suas viagens (nota 10), sendo que a média entre todos os entrevistados atingiu 8,2 pontos.

A grande maioria, 97%, afirmou gostar de ter contato com a natureza. Além disso, 68,3% dos entrevistados já acamparam alguma vez na vida. Quanto a expectativa de qualidade da atividade, os campings receberam nota média de 7,5 pontos (de 0 a 10), sendo que praticamente $\frac{1}{4}$ dos entrevistados (24,8%) qualificou a atividade com notas abaixo de 7, como pode-se observar no Gráfico 1.

GRÁFICO 1 – PONTUAÇÃO - CAMPING

De 0 a 10, qual nota você daria para esse tipo de experiência de camping (mesmo que nunca tenha acampado, como imagina que seria)?

101 respostas



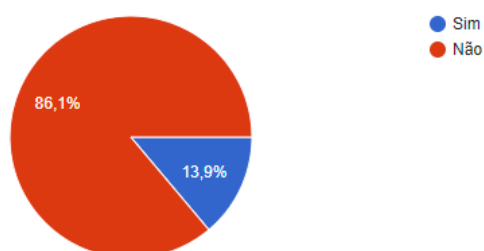
FONTE: O autor, 2021

Quando os entrevistados foram apresentados ao termo o glamping, 86,1% afirmou não saber o significado (gráfico 2). Prevendo isso, visto que o termo não remete a nada que possa ajudar na identificação, o pesquisador introduziu uma breve definição, dando exemplos de lugares existentes. Os exemplos foram: o Glamping Cachoeira Dos Borges, que fica na Praia Grande e tem valores a partir de R\$467 o quarto duplo por noite; o Hotel Rancho do Peixe, estabelecido em Jijoca de Jericoacoara, com valores a partir de R\$453 por quarto duplo por noite; e o Jalapão Ecolodge, localizado na cidade de São Félix no Tocantins, com valores partir de R\$94 quarto duplo por noite.

GRAFICO 2 – CONHECIMENTO DO TERMO GLAMPING

Você já ouviu falar do termo "Glamping"?

101 respostas



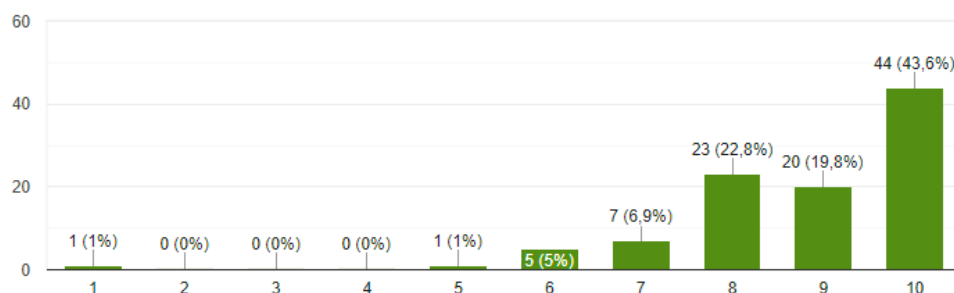
FONTE: O autor, 2021

Quando indagados acerca do interesse na atividade exposta, 91% demonstrou interesse, sendo que ao serem indagados quanto a expectativa de qualidade, o Glamping recebeu uma nota média de 8,8. Somente 7% atribuiu uma nota abaixo de 7 para a atividade, como pode ser observado no gráfico 3:

GRAFICO 3 – PONTUAÇÃO - GLAMPING

De 0 a 10, qual nota você daria para esse tipo de experiência de Glamping (mesmo que nunca tenha acampado nesta modalidade, como imagina que seria)?

101 respostas



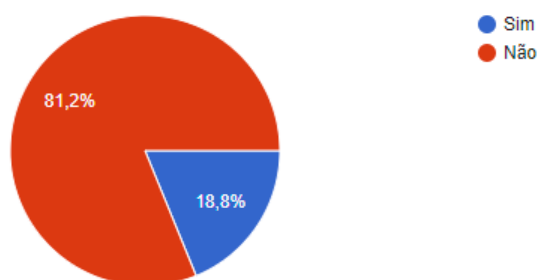
FONTE: O autor, 2021

Quanto ao valor da diária de Glamping com tudo incluso, o valor médio sugerido pelos entrevistados para a atividade foi de R\$ 244,90, sendo que valor sugerido mais baixo foi de R\$60,00 e o mais alto foi de R\$1200,00. A distância máxima que estariam dispostos a viajar para uma atividade de Glamping seria em média de 416,2 km. Quanto às estradas de chão em cerca de 8 km do percurso até o Rancho Black Bull, somente 8% dos entrevistados afirmaram que partes do trajeto em estradas de chão afetariam negativamente a experiência, como pode-se observar no gráfico 4.

GRÁFICO 4 – IMPACTO DAS ESTRADAS DE CHÃO NA EXPÊRIENCIA

Partes do trajeto em estrada de chão afetariam negativamente sua experiência?

101 respostas



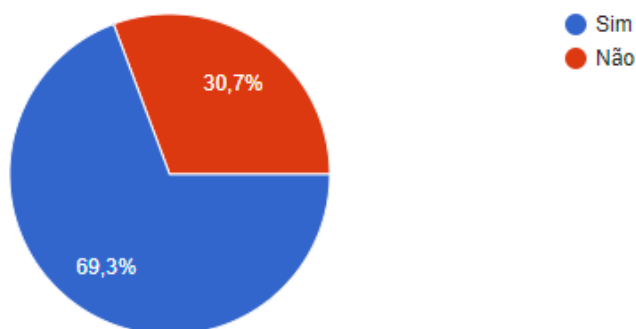
FONTE: O autor, 2021

Entre os entrevistados, 95% afirmaram que seria um diferencial ter banheiro e cozinha privativos. No entanto, quando indagados quanto ao isolamento, 45,5% respondeu que gostaria de poder se isolar totalmente de outros hóspedes e funcionários do local, enquanto que 39,6% respondeu ser indiferente a isso. Somente 14,9% respondeu não ver o isolamento como um diferencial. Quanto ao acesso à internet rápida, 69,3% afirmaram que seria um diferencial, como pode-se observar no gráfico 5.

GRÁFICO 5 – O DIFERENCIAL DA INTERNET NA EXPÊRIÊNCIA

Ter acesso a internet rápida seria um diferencial?

101 respostas



FONTE: O autor, 2021

Tendo exposto os principais dados obtidos na pesquisa de opinião, será possível observar as informações extraídas do inventário da oferta turística local, auxiliando na definição das etapas a serem desenvolvidas no plano de negócios.

4.2 RESULTADOS DO INVENTÁRIO A PARTIR DO FORMULÁRIO DO MTUR

Ao preencher a adaptação do formulário do Ministério do Turismo, destinado a inventariar a oferta turística de unidades de conservação, buscou-se encontrar dados acerca do potencial do Rancho Black Bull. No que diz respeito a subtipos, o RBB se encaixa em 3 diferentes categorias, sendo elas: Área de Proteção Ambiental (APA); floresta; e refúgio da vida silvestre.

A organização se trata de uma empresa privada, localizada na área rural conhecida como “Rio Abaixo” no município de Bocaiúva do Sul, mais exatamente nas coordenadas: Latitude -25.27232; Longitude -49.08957. O empreendimento não

possui sinalização de acesso ou turística. Nas proximidades podemos encontrar algumas poucas opções de hospedagem, alimentação e entretenimento.

As principais distancias a partir do local são: 49,2km até o Aeroporto Internacional Afonso Pena; 32,4km até a Rodoferroviária de Curitiba; 116km até o Porto de Paranaguá; 9,9km até a sede do município de Bocaiúva do Sul. Atualmente o local é aberto para visitação com agendamento obrigatório, com objetivos de passeio, religiosidade e pesquisa. Os passeios têm a opção de serem autoguiados, com o opcional de guia caso haja interesse. A entrada é paga por pessoa, custando 10 reais por dia de uso sem pernoite.

O local ainda não conta com estruturas físicas, além da Portaria Principal, que está em fase de construção. Segundo o inventario precisariam ser construídos um centro de recepção, postos de informação, guaritas e bilheteria. Quanto ao atendimento ao público, o Rancho Black Bull oferece atendimento em Português e Inglês, não oferecendo informativos impressos.

Quanto às regras de funcionamento, o empreendimento está aberto a agendamentos em qualquer época do ano, inclusive em finais de semana e feriados. Quanto a caracterização do fluxo turístico, tem um público anual de cerca de 200 pessoas, de procedência local e regional. O estacionamento é gratuito e não coberto, tendo capacidade para 30 carros ou 5 ônibus, podendo ser facilmente ampliado.

Referente a oferta turística, atualmente as únicas atividades ofertadas envolvem as trilhas e o rio, com cerca de 1,5km de extensão, contendo cascatas e corredeiras, além o lago de 6.000m². O relevo é montanhoso, com bioma de Mata Atlântica, abrigando fauna e flora silvestres.

Quanto a atividade econômica, o terreno tem uso agropecuário a cada 11 anos, quando é feito o manejo de bracatinga, árvore de crescimento rápido que é comumente utilizada como lenha. Também está em estudo a possibilidade de retomar as atividades de extrativismo mineral (saibro, caulim, terra preta, entre outros). O acesso ao atrativo se dá por estradas não pavimentadas, sendo que cerca de 8km do percurso é feito em estradas de chão.

4.3 ANALISE DE FORÇAS, FRAQUEZAS, OPORTUNIDADES E AMEAÇAS

“A análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats), que na sua tradução significa ‘força, fraqueza, oportunidade e ameaça’, é uma técnica utilizada para a gestão e o planejamento das empresas, seja ela de pequeno ou grande porte.” (FERNANDES, 2015). A partir dos dados coletados na pesquisa de opinião e do inventário de oferta turística do Ministério do Turismo, pode-se observar no quadro 2, a análise SWOT do projeto.

QUADRO 2 – ANALISE SWOT

	FATORES POSITIVOS	FATORES NEGATIVOS
FATORES INTERNOS	<ul style="list-style-type: none"> - Várias trilhas diferentes - Comporta um grande número de pessoas sem aglomeração - Estacionamento dentro da propriedade - Lago de 6.000m² - Oferta de internet de alta velocidade no local - Fauna e flora silvestres - 1,5 km de rio limpo com mata ciliar preservada 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de acesso a saneamento de esgoto - Não possui nenhuma construção - Não possui sinalização de acesso - Não possui sinalização turística
FATORES EXTERNOS	<ul style="list-style-type: none"> - Existe demanda - Pouca oferta de atividades semelhantes ao que este projeto será voltado - É possível atender a expectativa de valores segundo o que é praticado pela concorrência e as respostas da pesquisa de opinião. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sujeito a sazonalidade - Falta de oferta turística no local - Normas ambientais podem mudar - Influência da pandemia no fluxo de demanda

FONTE: o autor, 2021

4.4 INTERPRETAÇÃO DOS DADOS COLETADOS

Ao cruzar os dados da pesquisa de opinião com os dados do formulário de inventariação de oferta turística do Ministério do Turismo foi possível identificar os principais pontos onde o Rancho Black Bull teria que se adequar, sendo que as principais fraquezas do projeto atualmente são a falta de sinalização turística e de acesso, além da falta de infraestrutura compostos por um centro de recepção, postos de informação, guaritas e bilheteria.

Por se tratar de uma área rural, a propriedade não conta com acesso a

tratamento de esgoto, sendo mais uma fraqueza. Em contrapartida as instalações de energia e internet já estão sendo providenciadas, sendo que a internet será de altíssima velocidade, a partir de um link dedicado. Ter uma internet rápida pode ser um diferencial para prover qualidade de vida aos usuários, que poderão aproveitar de momentos na natureza com a família enquanto mantém o isolamento, não deixando de cumprir com suas obrigações profissionais, seja em dias úteis ou finais de semana. Também foi identificado que, por ser em terreno montanhoso, seria ideal disponibilizar alguma opção de locomoção no interior da propriedade.

O trecho de rio com cerca de 1,5km de extensão com cascatas e corredeiras, além de um lago de 6.000m² são vistos como diferencial, bem, como o de Mata Atlântica, refúgio de fauna e flora silvestres.

O interesse das pessoas pelo Glamping e a falta de oferta na região são vistos como oportunidades, visto que normalmente para frequentar campings os usuários devem ter seus próprios equipamentos e buscar uma experiência voltada à simplicidade, não ao conforto. Outra oportunidade está contida na crescente busca por atividades em que as pessoas possam manter o isolamento devido aos protocolos de segurança contra o Covid-19.

Desta forma, os resultados apontam que existe demanda para produtos voltados tanto ao camping quanto ao glamping. Ao mesmo tempo, o local pode comportar tais atividades com um investimento relativamente baixo, se comparado com os retornos que ele pode prover. Pode-se observar que, em média o glamping recebeu uma nota de 8,8, enquanto o camping recebeu uma média de 7,5 pontos, o que demonstra uma expectativa significativamente superior quanto a qualidade do acampamento de luxo. Outro fato a ser observado é que, estatisticamente, para os usuários é mais importante ter internet (69,3%) do que ter todo o percurso até o destino em estradas asfaltadas (18,8%).

A partir das informações reunidas, o plano de negócios será exposto no próximo capítulo.

5 PROJETO DE TURISMO

A partir dos dados expostos nas análises de resultados foi possível identificar quais seriam as opções mais assertivas para se investir, procurando atender aos mais diversos públicos, além de compreender em quais áreas o Rancho Black Bull está carente de investimentos. Neste capítulo é apresentada a proposta de um plano de negócios aplicado ao empreendimento. São descritos o projeto, suas etapas de execução, recursos humanos envolvidos, orçamento e avaliação do retorno de investimento.

5.1 SUMÁRIO EXECUTIVO

O projeto “Rancho Black Bull”, pode proporcionar experiências de contato profundo com a natureza por meio de atividades turísticas únicas, numa extensa área natural.

O produto mais básico poderá ser o Day use, para aqueles que só querem um lugar calmo em meio a natureza para desfrutar de uma manhã e/ou tarde em meio a natureza, seja com família ou amigos. Para aqueles que desejam pernoitar, o RBB pode oferecer uma ampla e segura área de Camping, com banheiros, cozinha e Wi-Fi. Se a intenção do usuário for algo mais luxuoso, poderá existir a opção de upgrade para a experiência de glamping, que consiste na montagem do equipamento de camping em áreas de uso exclusivo do grupo, além de contar com opções adicionais de ofurô, telescópio, kit de música e kit de jogos. Por fim, pensando na locomoção interna dos usuários, pode ser disponibilizado o aluguel de bicicletas e triciclos elétricos (pensando em PNEs, idosos e até mesmo em pessoas que não sabem andar de bicicleta), para que todo o passeio possa ser desfrutado de maneira divertida e inclusiva. Pensando nos clientes mais assíduos, pode ser implementado um programa de assinatura anual no qual o usuário pode adotar uma árvore pelo valor mensal de R\$49,90 ao mês. Ao fazê-lo ganhará descontos de 50% em todos os produtos do RBB, além de uma camiseta exclusiva e uma placa com seu nome na árvore escolhida.

Os produtos propostos para o Rancho Black Bull podem ser direcionados principalmente a moradores de Curitiba e região metropolitana que buscam maior

contato com a natureza sem perder o conforto e comodidades da cidade. Para tanto é um produto predominantemente destinado à classe média/alta, tanto homens quanto mulheres, com idade média de 34 anos.

O projeto será executado no município de Bocaiúva do Sul, e por se tratar de estruturas para camping e glamping, o melhor enquadramento tributário será o de Micro Empreendedor, sob CNAE (Código Nacional de Atividade Econômica) 5590-6/02 – Campings, visto que empresas do mesmo setor, dentre elas No Sol Camping, e Capivari EcoResort se enquadram como tal.

O Projeto do Rancho Black Bull é inovador pelo fato de que campings normalmente agregam experiências mais simples, seja pela falta de infraestrutura e conforto, pela proximidade com animais perigosos ou outras razões pessoais. O luxo proposto no glamping envolve uma experiência multissensorial que é capaz de proporcionar prazer a todos os sentidos de quem utiliza, criando conexões emocionais únicas e duradouras. Está diretamente ligado a sentimentos como exclusividade, raridade, desejo, tradição, arte ou ainda um estilo de vida particular.

5.2 ANÁLISE DE MERCADO

Na análise de mercado foram observados inicialmente os fornecedores e parceiros, importantes aliados quando se busca uma experiência prazerosa. Posteriormente a concorrência será analisada, afim de compreender quais os padrões e valores disponíveis no mercado. Por fim, foi traçado um perfil médio do cliente, sendo também definida a parcela da demanda que será o alvo das atividades do empreendimento.

5.2.1 Fornecedores e parceiros

O principal produto do Rancho serão as experiências, no entanto alguns insumos são necessários, bem como equipamentos.

No caso das refeições, será firmada uma parceria com a empresa curitibana Kuk. O diferencial deles é que os alimentos, preparados por um Cheff formado na Le Courdon Bleu Tokyo e sua equipe, passam por um processo de ultracongelamento em uma máquina italiana, sendo posteriormente embaladas a vácuo. Essas tecnologias combinadas preservam as características dos alimentos como os nutrientes, aroma, textura e o sabor. Os alimentos vêm em embalagens 100%

recicláveis e podem ser preparados no microondas ou em banho maria, levando cerca de 6 minutos para ficarem prontos.

Quanto aos equipamentos de camping, os mesmos serão adquiridos na Decathlon, loja que entrega um ótimo custo benefício além de grande variedade de produtos de camping. Adquirindo em uma loja assim é possível ter mais agilidade nas compras e também nas trocas de produtos com defeito, o que pode ser uma grande vantagem em épocas de alta rotatividade em que alguns dos equipamentos pode exigir reposição.

Ainda referente às barracas, serão compradas algumas “TentSiles”, que são uma marca de barracas fixadas acima do chão, presas em árvores por algumas catracas. Não existem revendedores no Brasil e também não existem fabricantes de produtos similares no território nacional, o que não deixa outra opção senão importar os produtos dos Estados Unidos. Será proposta uma parceria também com essa empresa visto que os mesmos não tem representantes em nosso país, o que pode ser de grande ajuda visto que essas barracas serão grande parte do diferencial do Rancho Black Bull.

Além disso, um designer será contratado a fim de criar a marca “Rancho Black Bull”, de forma a capturar o espírito da empresa e transparecer da melhor forma aos futuros clientes. O contratado deverá também criar a logomarca com possíveis variações, identidade visual e materiais para marketing. Outro serviço que será terceirizado será a produção de fotos e vídeos em alta definição por parte da Lanza Digital. Estes vídeos e fotos somados a nova identidade da marca farão parte do programa de diversos materiais, como:

- Apresentação comercial para eventos de empresas, encontro de amigos, acampamento de luxo/glamping, comemorações românticas, eventos religiosos, trilhas. Versão em maior qualidade para disponibilização de download;
- Apresentação comercial resumida otimizada para web, e compartilhamento rápido via redes sociais;
- Aplicação da logomarca em produtos promocionais como boné, camisetas, toalhas, óculos de sol, garrafas de água e sacolas reutilizáveis;
- Seis imagens com moldura modelo para postagem nas redes sociais;
- Banner digital para redes sociais;
- Banners e faixas para localização externa e interna;

- Criação de imagens para construção do site em conjunto com o produtor de fotos e vídeos a ser contratado.

Será também necessária a contratação de um profissional de web design para criar o site do RBB contendo:

- Página institucional;
- Página inicial com apresentação das principais atividades, ofertas e agendamento expresso para sócios.
- Página descritiva contendo atividades e facilidades ofertadas de maneira com todas opções e valores, inclusive aos assinantes;
- Página de acesso a área de clientes e assinantes onde o usuário poderá realizar a compra do passe para o Rancho, agendar diárias, alugar equipamentos de camping, bicicletas e/ou triciclos elétricos de maneira antecipada.

O site deve conter um sistema de agendamento que possua opções de pagamento/parcelamento, bem como estar integrado com o programa de assinantes, fazendo o controle e distribuindo os descontos.

Outro fornecedor de extrema importância será a Lex Corretora de Seguros, que oferece um plano no qual o Rancho pagará R\$1,20 por cada usuário, garantindo uma indenização de até R\$30.000,00 em caso de acidentes nas dependências do empreendimento.

5.2.2 Concorrentes

Os concorrentes escolhidos para comparação com o Rancho Black Bull foram empresas que satisfazem a mesma necessidade, sendo eles: Glamping Cachoeira dos Borges, Hotel Rancho do Peixe, Jalapão Ecolodge, Camping No Sol, Hotel de Campo Estância Betânia e Capivari Ecoresort. As instalações dos concorrentes são similares as que podem ser construídas, porém a proposta do RBB é oferecer mais exclusividade ao usuário, com chuveiros e cozinhas privativas, além de atividades únicas a um valor acessível. Pode-se observar na Tabela 1, os valores praticados por cada um para a hospedagem individual.

TABELA 1 – VALORES PRATICADOS PELA CONCORRÊNCIA

Concorrência		
Glamping Cachoeira dos Borges	R\$	233,50
Hotel Rancho do Peixe	R\$	226,50
Jalapão Ecolodge	R\$	47,00
No Sol Camping	R\$	35,00
H. E. Betânia	R\$	319,00
Capivari Ecoresort	R\$	930,00

FONTE: o autor, 2021

Todos os empreendimentos acima listados compreendem atividades de turismo na natureza, cada um com seu grau de sofisticação. Todos funcionam através de sistemas de reserva, sendo uma ótima opção para donos de motor homes.

5.2.3 Clientes

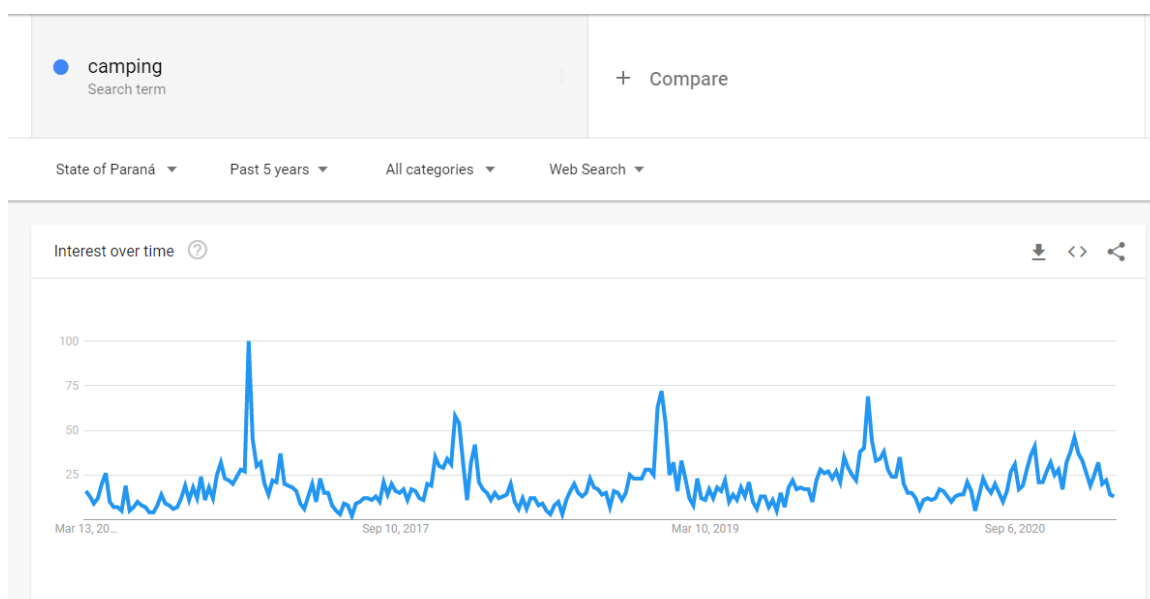
Formada por 29 municípios, incluindo a capital, a Região Metropolitana de Curitiba conta com uma população de 3.572.326 habitantes (segundo estimativa do IBGE, 2017), formando o público alvo principal do projeto. Além disso, atualmente a representatividade do ecoturismo no Brasil possui média de 16,5% dentre as principais motivações para viagens e lazer. (MARANHÃO, AZEVEDO, 2019) Desta forma, por assimilação, a região da capital paranaense tem um potencial para ecoturismo de cerca de 49.119 turistas regionais ao ano. Admitindo que uma fatia de 0,01% deste mercado teria interesse mensal nos produtos oferecidos pelo RBB, seriam atingidos aproximadamente 491 visitantes ao mês. Este valor será usado como base nos cálculos de projeções de cenários para o futuro, compra de insumos, entre outros.

Através da pesquisa aplicada foi possível notar que existiria demanda para produtos voltados ao camping e glamping, ainda mais impulsionados pelas tendências ditadas pela pandemia. No caso do glamping, a expectativa por uma atividade mais exclusiva e confortável aumentou o interesse pela atividade, demonstrando ser algo além de simplesmente dormir na natureza. A idade média dos clientes seria por volta dos 34 anos, de ambos os sexos. O valor que estariam dispostos a pagar pela diária de glamping seria em torno de R\$244,90 reais segundo a pesquisa, sendo que na concorrência o valor médio fica por volta de R\$298,50.

O efeito de sazonalidade próximo do verão pode ser observado ao pesquisar por camping na plataforma Google Trends, no entanto é possível notar que as buscas

ao longo do ano não se findam, ou seja, há busca durante todo o ano pelo tema, mesmo que em quantidade reduzida, como pode-se observar no Gráfico 6.

GRÁFICO 6 - GOOGLE TRENDS – PESQUISAS POR CAMPING NO PARANÁ



FONTE: Google Trends, 2021

A partir das informações reunidas neste capítulo foi possível realizar uma análise de mercado abrangendo os principais personagens deste mercado, sendo fundamental para o bom desenvolvimento do projeto.

5.3 PLANO DE MARKETING

No plano de marketing serão descritos os principais produtos ofertados pelo Rancho Black Bull, bem como serão listadas as estratégias para torná-los atrativos aos olhos dos clientes, convertendo assim vendas e lucro.

5.3.1 Estratégias de promoção e comercialização do produto/empresa

A divulgação do Rancho Black Bull será feita via redes sociais, com vídeos e imagens explicando cada uma das atividades, seus valores, funcionamento e demais informações. Também serão escolhidos influenciadores locais para testar os produtos, divulgando entre seus seguidores as experiências obtidas no Rancho Black Bull, agregando mais seguidores às redes sociais do empreendimento. Ainda sobre as redes sociais, nelas serão feitas pelo menos 2 postagens ao dia, tanto no Facebook quanto no Instagram, dando detalhes acerca das atividades e curiosidades do mundo do campismo. No Youtube a abordagem será um tanto diferente, com postagens de vídeos 1 vez por semana, mostrando as possibilidades existentes no Rancho.

Pensando em gerar um fluxo mínimo constante, será criado um programa de assinatura, no qual o usuário adotaria uma árvore de araucária pelo período de 1 ano, pagando 49,90 ao mês. Ao aderir ao programa o assinante receberá uma camiseta exclusiva, adesivos e uma placa personalizada com os dados escolhidos pelo assinante na árvore adotada. Além disso o programa dará direito a descontos de 50% para o assinante e um convidado em todos os serviços oferecidos pelo Rancho Black Bull. Como forma de incentivar a divulgação do programa, o Day Use seria liberado gratuitamente quando o programa atingir e se manter no limite de 150 assinantes. Pensando em incentivar ao máximo o uso, todo ano os 10 assinantes que mais consumirem receberão prêmios. Este programa de assinatura através de pagamentos recorrentes é uma importante ferramenta mercadológica que garante além da contribuição mensal, fidelização através de descontos garantidos, brindes e principalmente a conscientização da importância da preservação da mata atlântica através da adoção de árvores protegidas de corte. O custo médio anual com cada sócio fica em R\$105,00, de forma que o lucro anual com cada sócio será de R\$493,90. Com todas as 150 vagas preenchidas o lucro, já descontando os custos com cada assinante, seria R\$74.070,00 ao ano ou R\$6.172,50 ao mês, quantia capaz de compor o capital de giro ou ser reinvestida.

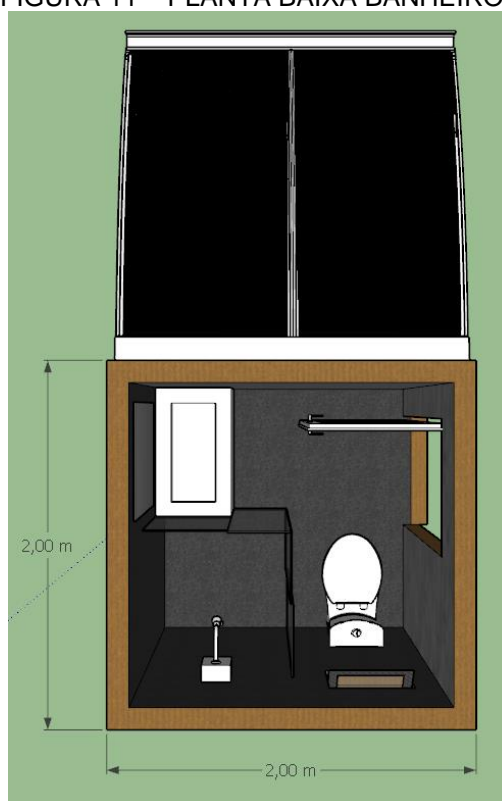
Referente ao Glamping, o mínimo para praticar a atividade será de 2 pessoas, dando acesso ao banheiro e geladeira privados, além obviamente da barraca escolhida (montada e pronta para ser usada). A cada 5 pessoas no grupo de glamping, será liberada uma opção de adicional de entretenimento, sendo eles o ofurô, bicicletas/triciclos elétricos, telescópio, kit de música (violão + cajon) e Kit de jogos (Jenga, Banco Imobiliário, War, Poker e Xadrez). Esses adicionais também poderão ser contratados separadamente para grupos menores que querem ter a experiência mais completa. As opções de barraca no glamping sempre são comercializadas pelas fabricantes para 3 pessoas, acomodando 2 confortavelmente junto com suas bagagens. Por este motivo as barracas do Glamping sempre serão locadas pensando no uso de 2 pessoas. Para os mais aventureiros existirá a opção de barracas flutuantes da *TentSile*, que fica presa em árvores. Para aqueles que gostam de manter os pés no chão, existirá a opção de barracas tradicionais com colchão de ar.

5.4 PLANO OPERACIONAL

5.4.1 Layout

Serão construídas 3 configurações diferentes de construções no Rancho Black Bull. A menor delas será composta de um banheiro pensado em casais e grupos pequenos que irão praticar o glamping. Além do banheiro, será disponibilizado uma mini cozinha coberta por um toldo, contendo frigobar, fogareiro e utensílios de cozinha. Inicialmente serão construídas 4 estruturas iguais a essa respeitando distancias que permitam a privacidade dos usuários. Pode-se observar abaixo a planta baixa desses banheiros na figura 11.

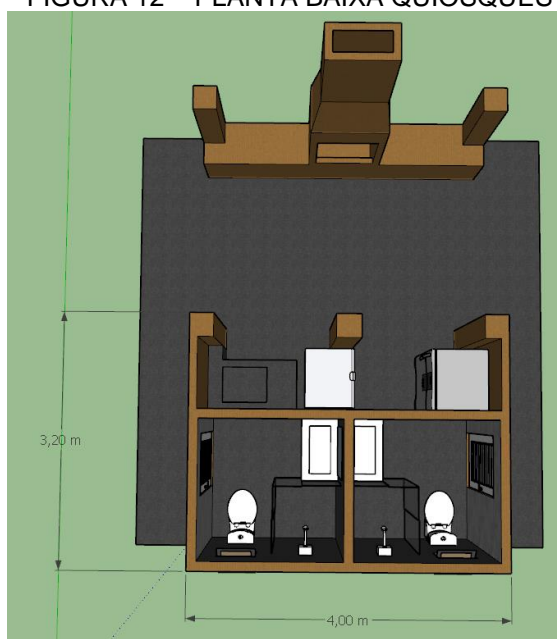
FIGURA 11 – PLANTA BAIXA BANHEIROS



FONTE: o autor, 2021

Para grupos maiores de glamping e também para que exista uma área que atenda exclusivamente o camping tradicional serão construídos 2 quiosques, sendo que cada um conta com 2 banheiros e cozinha equipada com geladeira, freezer, cooktop, churrasqueira e utensílios de cozinha. Podemos ver abaixo na figura 12 uma planta baixa desta construção, que terá uma área construída de 12,8m² cada.

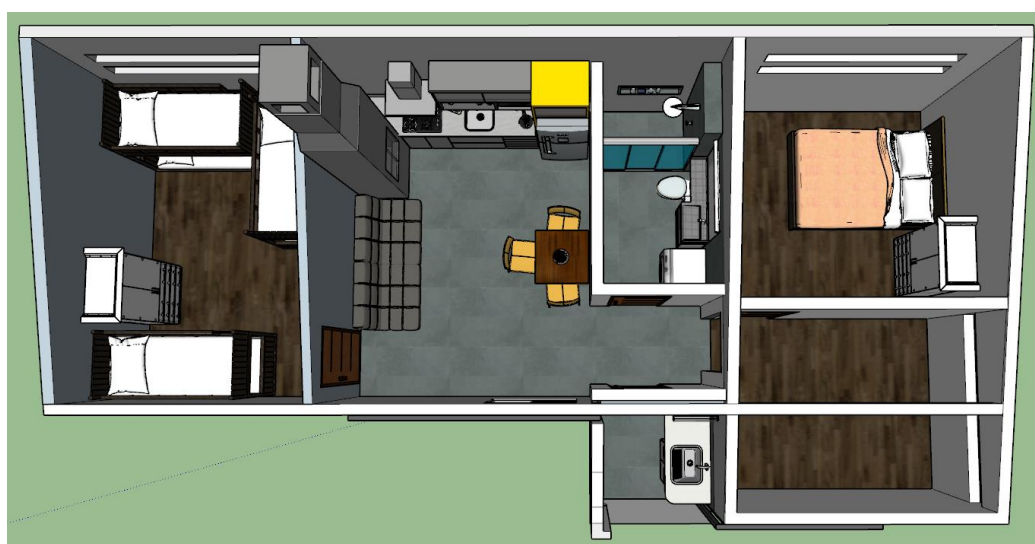
FIGURA 12 – PLANTA BAIXA QUIOSQUES



FONTE: o autor, 2021

Por fim, a maior estrutura será o local onde ficará a base operacional do Rancho Black Bull. Neste local os equipamentos ficarão guardados e os funcionários alojados. A construção tem área de 66m² e comporta até 8 pessoas. Abaixo é possível observar a distribuição dos ambientes na figura 13.

FIGURA 13 – PLANTA BAIXA DA BASE OPERACIONAL



FONTE: o autor, 2021

O Custo Unitário Básico (CUB) é um indicador da construção civil, utilizado para verificações iniciais de estudos de viabilidade, onde a estimativa do custo da obra pode ser obtida aplicando-se o respectivo indicador pela área que será construída. Os valores contidos na tabela 2 abaixo referem-se aos Custos Unitários Básicos de

Construção (CUB/m²), calculados de acordo com a Lei Fed. nº. 4.591, de 16/12/64 e com a Norma Técnica NBR 12.721:2006 da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e são correspondentes ao mês de fevereiro de 2021.

TABELA 2 – CUSTO UNITÁRIO BÁSICO

PROJETOS - PADRÃO RESIDENCIAL		
Padrão Baixo		
R-1	R\$ 1.722,89	0,35%
PP-4	R\$ 1.604,95	0,65%
R-8	R\$ 1.529,39	0,61%
PIS	R\$ 1.224,99	0,63%
Padrão Alto		
R-1	R\$ 2.522,01	0,68%
R-8	R\$ 2.087,36	0,72%
R16	R\$ 2.179,34	0,61%

FONTE: Sinduscon Paraná, 2021

Dessa forma, multiplicando a área dos banheiros, 4m², pelo CUB de Alto Padrão R-1(Residencial de até 1 pavimento) atingimos o valor de R\$10.088,04 por unidade construída, obedecendo os mais altos padrões de qualidade e acabamento. Já o quiosque, com 12,8m² de área cada, seguindo os mesmos padrões de qualidade custará R\$32.281,73 por estrutura. Da mesma forma, a construção da base operacional do Rancho, com área de 66m², seguindo uma construção de padrão baixo (R-1), totalizaria um custo de R\$113.652,00.

5.4.2 Enquadramento tributário

O Rancho Black Bull utilizará o enquadramento tributário do Simples Nacional, observando que dependendo do faturamento bruto e folha de salários o empreendimento se encaixaria nos anexos III ou V (prestação de serviços), através do fator R (Folha de salários / Faturamento bruto). Para calcular a alíquota que o projeto se encaixaria será observado um cenário de funcionamento pleno, de forma que o anexo V seria o mais adequado. Na tabela 3 abaixo podemos observar as diferentes faixas de receita, seguidos de suas alíquotas e valores a serem deduzidos.

TABELA 3 – ANEXO V – SIMPLES NACIONAL

Faixa	Receita Bruta em 12 Meses (em R\$)	Alíquota Nominal	Valor a Deduzir (em R\$)
1ª	Até R\$180.000,00	15,5%	-
2ª	De R\$180.000,01 até R\$360.000,00	18%	R\$ 4.500,00
3ª	De R\$360.000,01 até R\$720.000,00	19,5%	R\$ 9.900,00
4ª	De R\$720.000,01 até R\$1.800.000,00	20,5%	R\$ 17.100,00
5ª	De R\$1.800.000,01 até R\$3.600.000,00	23%	R\$ 62.100,00
6ª	De R\$3.600.000,01 até R\$4.800.000,00	30,5%	R\$ 540.000,00

FONTE: Receita Federal, 2021

Visto que o faturamento previsto seria de R\$864.765,60, o empreendimento se situaria na quarta faixa do anexo V, sendo requerido um imposto de 20,5%, após descontar R\$17.100,00 do faturamento anual. Dessa forma o imposto pago anualmente pelo Rancho Black Bull seria de R\$160.176,95, ou R\$13.343,08 ao mês.

5.4.3 Recursos humanos

A composição do quadro de funcionários também será projetada a partir do número de colaboradores necessários para operar o empreendimento em sua plenitude, sendo que para isso será necessária a contratação de: um funcionário que ocupará o cargo de caseiro, responsável por fazer as manutenções necessárias, limpar trilhas, entre outras funções; um segundo caseiro será responsável por toda a limpeza das estruturas físicas; quatro funcionários serão responsáveis pela parte administrativa, sendo eles um gerente geral, dois funcionários e um estagiário. Os funcionários do administrativo serão responsáveis por agendar e organizar as reservas feitas pelas redes e site; planejar e realizar a confecção de conteúdo para as redes sociais; realizar a compra/confecção das placas e brindes dos sócios; controlar o aluguel e montagem de equipamentos; fazer a gestão de estoque de insumos utilizados pela equipe e visitantes; realizar vendas e gestão do estoque de alimentos vendidos; planejar e realizar pesquisas de satisfação com os visitantes; organizar eventos; dentre outras atividades necessárias. Os salários propostos podem ser observados na tabela 4, abaixo.

TABELA 4 – FOLHA DE PAGAMENTOS

Item	Quantidade	Valor Total
Estagiário - Auxílio + benefícios	1	R\$ 800,00
Caseiro - Salário + encargos	2	R\$ 6.000,00
Funcionário - Salário + encargos	2	R\$ 6.000,00
Gerente Geral - Salário + encargos	1	R\$ 4.000,00
Custos com salários e benefícios	Somatório	R\$ 16.800,00

FONTE: o autor, 2021

5.4.4 Produtos/serviços

O produto mais básico do Rancho Black Bull será o Day Use, ou seja, o dia livre para desfrutar da natureza, utilizando os banheiros e estrutura da área de camping de forma comunitária. O horário seria das 6h às 18h, com multa de 30% por cada hora adicional. Essa atividade será limitada em 30 associados e mais 30 visitantes avulsos por dia, de forma a respeitar o limite de tratamento de esgoto ao mesmo tempo que não deixa o local se tornar muito tumultuado. Esta atividade custará R\$25,00 reais para visitantes avulsos e R\$10,00 reais para assinantes, sendo que ao atingir o número máximo de assinantes esta atividade se tornará gratuita.

No caso do camping, será disponibilizado um quiosque completo para esta atividade, respeitando um limite máximo de 60 pessoas por dia, também devido ao limite de tratamento da fossa séptica. O horário de entrada será ao meio dia e dará direito a 24h de uso. Nessa modalidade o visitante poderá usar seu próprio equipamento ou alugar no local, caso haja disponibilidade. O valor da atividade para visitantes avulsos ficaria em R\$35,00 e assinantes pagariam somente R\$17,50.

Para aqueles que buscam uma atividade exclusiva e confortável, o glamping surge como uma ótima opção. O mínimo de usuários para essa atividade será de 2 pessoas, visto que a mesma dará direito a banheiro e cozinha privativos. O limite se dará pela capacidade das barracas, ou seja, 42 pessoas. Outro fator limitante são o tanto de mini quiosques, que inicialmente serão 4, além do quiosque que será destinado a grupos acima de 20 pessoas. Dessa forma o limite de grupos de glamping seria de 5 ao total. O custo por visitante avulso ficaria em 250 reais por pessoa enquanto que assinantes pagariam somente R\$125,00.

Os produtos adicionais serão um atrativo a parte, sendo que 1 adicional será liberado gratuitamente a cada 5 pessoas reunidas em um único grupo de glamping, conforme disponibilidade do material. Estes opcionais também poderão ser locados a parte, sendo que os valores ficariam em R\$200,00 para visitantes avulsos e R\$100,00 para assinantes. As opções de escolha seriam as seguintes: Bicicleta ou triciclo elétrico; Ofurô inflável; Telescópio; Kit de música (violão e cajon); e Kit de jogos clássicos (Jenga, War, Banco Imobiliário, Maleta de Poker e Xadrez).

5.5 – PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro foi organizado em 3 tópicos. No primeiro deles será exposto o investimento inicial. No segundo observam-se os custos fixos e variáveis, definindo também o capital de giro. Por fim, será exposto um resumo do investimento total, somando os dois primeiros.

5.5.1 Investimento inicial

O investimento fixo inicial foi dividido em duas etapas. A primeira delas contém o investimento pré-operacional, que compreende diversos itens como pode-se observar na tabela 5 abaixo.

TABELA 5 – INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAL

Item	Qtde.	Valor Total
ETAPA 1 - INVESTIMENTO PRÉ OPERACIONAL		
Abertura de Empresa	1	R\$ 1.100,00
Taxas de emissão de alvará	1	R\$ 1.000,00
Designer	1	R\$ 2.000,00
Site / Sistema	1	R\$ 2.250,00
Brindes para sócios	Anual	R\$ 10.500,00
Imagens e vídeos profissionais	1	R\$ 2.000,00
Instalação de Luz e Internet	1	R\$ 2.000,00
Serviços de terraplanagem	1	R\$ 5.000,00
Motosserra Profissional	1	R\$ 800,00
Roçadeira Profissional	1	R\$ 1.300,00
Base RBB com 66m ²	1	R\$ 113.652,00
Bomba d'água e clorador	1	R\$ 2.000,00
Fossa Séptica Biodigestora	2	R\$ 5.340,44
Móveis para a base	1	R\$ 20.000,00
Campo de Futebol	1	R\$ 1.300,00
Placas	10	R\$ 1.500,00
Playground	1	R\$ 3.754,88
Carro para Equipe	1	R\$ 40.000,00
TOTAL		R\$ 215.497,32

FONTE: o autor, 2021

O primeiro item é referente a abertura da empresa juntamente a um contador, seguido das taxas de emissão de alvarás por parte da prefeitura e dos bombeiros.

Um designer será contratado para repaginar a logomarca e logotipo da empresa. Em paralelo a produtora Lanza Digital fará vídeos e fotos que serão usados em todos os meios de divulgação da empresa. Tendo concluído essas etapas será possível produzir o site com o sistema de cobrança, assinaturas e agendamentos. O custo máximo do plano de assinaturas também foi previsto nessa etapa, visto que cada associado levará 3 meses para começar a gerar lucro, mas os brindes seriam fornecidos logo no primeiro mês.

Na parte de estrutura física, inicialmente será instalada energia e internet, em paralelo ao serviço de terraplenagem. A água será bombeada a partir de uma fonte natural existente no interior da propriedade. A partir disso será construída a base de operações do Rancho Black Bull, local onde os equipamentos serão estocados e a equipe se alojará. Pensando no fornecimento de água, será instalada uma bomba em uma das fontes de água da propriedade, que aliada a um clorador fornecerão água limpa em abundância. Também será necessário instalar fossas sépticas biodigestores, visto que o local não conta com acesso a rede de esgoto.

Quanto a equipamentos, nessa etapa foi previsto um valor para mobiliar a base com o básico, além de prever a compra de um motosserra e uma roçadeira, ambas a gasolina, equipamentos fundamentais na manutenção das trilhas e locais de lazer. Também foi prevista a compra de um veículo que comporte até 5 pessoas, com caçamba.

Por fim será feita a instalação das traves do campo de futebol, além de um Playground nos locais previamente preparados pela terraplenagem. Também serão instaladas placas indicando o caminho até o empreendimento, bem como a entrada do mesmo.

Somando todos os gastos com os itens citados acima, o custo total do investimento pré-operacional foi de R\$213.497,32.

Tento todas essas etapas concluídas, será possível iniciar o investimento inicial, que contém os itens expostos na tabela 6, abaixo.

TABELA 6 – INVESTIMENTO INICIAL
 Continua

Item	Qtde.	Valor Total
ETAPA 2 - INVESTIMENTO INICIAL		
Quiosque com 12,8m ²	2	R\$ 64.563,46
Banheiros - Área Glamping 4m ²	4	R\$ 40.352,16
Dispensers	12	R\$ 396,00
Geladeira	3	R\$ 3.567,00
Freezer horizontal	3	R\$ 3.987,00
Frigobar	4	R\$ 2.300,40
Cooktop	3	R\$ 1.107,00
Fogareiro	6	R\$ 626,46
Botijão de gás	10	R\$ 1.500,00
Mesa de acampamento	20	R\$ 3.860,00
Kit de panelas	8	R\$ 219,90
Aparelho de jantar	8	R\$ 719,92
Faqueiro	8	R\$ 49,90
Jogo de facas	8	R\$ 54,90
Grelha para churrasco	8	R\$ 49,97
Sistema de alarme	3	R\$ 1.497,00
Sistema de monitoramento	1	R\$ 1.894,00
Extintores de incêndio	8	R\$ 1.032,00
Fossa Séptica Biodigestora	6	R\$ 16.021,32
Rede Mesh (internet)	8	R\$ 6.400,00
Repelente Ultrassônico de Animais	8	R\$ 4.656,00
Ventilador de Coluna	2	R\$ 300,00
Ventilador simples	8	R\$ 719,20
Kit Iluminação	8	R\$ 1.200,00
Barraca 3 Pessoas	15	R\$ 10.485,00
Lona para forração	20	R\$ 3.980,00
Tenda 3 Pessoas	6	R\$ 48.000,00
Rede para 6 Pessoas	3	R\$ 12.000,00
Redes de Dormir	20	R\$ 2.398,00

Bicicletas Elétricas	3	R\$	16.710,00
Triciclos Elétricos	3	R\$	15.525,00
Capacetes	8	R\$	799,20
Telescópio	3	R\$	4.497,00
Maleta de poker	3	R\$	1.499,97
Tabuleiro de xadrez	3	R\$	395,73
Banco imobiliário	3	R\$	294,00
War	3	R\$	269,73
Jenga	3	R\$	337,26
Violão	2	R\$	650,88
Cajon	2	R\$	538,46
Ofurô - 4 pessoas	3	R\$	11.100,00
Caixinha de som a prova d'água	2	R\$	1.398,00
Lanternas	50	R\$	6.000,00
Fire Pit / churrasqueira portátil	5	R\$	2.000,00
Cadeiras de praia	60	R\$	2.700,00
Colchões de ar	20	R\$	7.059,80
Jogo de lençol	40	R\$	7.960,00
Kit de Travesseiros	10	R\$	2.649,90
Cobertores	40	R\$	7.160,00
TOTAL		R\$	323.481,52

FONTE: o autor, 2021

Inicialmente nesta segunda etapa será necessário construir mais algumas estruturas, sendo elas 2 quiosques e 4 banheiros separados para glamping. Também será necessário ampliar a capacidade de tratamento de esgoto, instalando mais 6 fossas sépticas. Desta forma a capacidade de tratamento de esgoto seria de 120 a 240 pessoas, dependendo da intensidade do uso.

Tendo as estruturas prontas, será necessário instalar alguns equipamentos básicos, como geladeiras, freezers, cooktops/fogareiros, sistemas de alarme e monitoramento, bem como comprar básicos como talheres, pratos, facas de cozinha, panelas e grelha para churrasco, bem como alguns ventiladores e extintores de incêndio.

Por fim, foram previstos os itens de acampamento e entretenimento, sendo eles as barracas, colchoes de ar, lençóis, travesseiros, cobertores, cadeiras de praia, mesas de camping, churrasqueiras portáteis, caixinhas de som, kit de música, kit de jogos, ofurôs, telescópios e bicicletas/triciclos elétricos.

Sendo assim ao somar os valores dos itens listados acima o valor do investimento inicial atingiu R\$323.481,52. Somando este valor à etapa de investimento pré-operacional total seria de R\$538.978,84.

Em paralelo a esses valores, teremos os custos fixos e variáveis, expostos no próximo tópico.

5.5.2 Custos fixos e variáveis

Visto que duas simulações serão apresentadas, as despesas também sofrerão influência, de forma que com uma menor demanda serão consumidos menos insumos e uma equipe menor seria requerida.

Primeiramente, para ser possível quantificar os custos variáveis foi necessário compreender a velocidade que cada insumo seria consumido. Desta forma foi criada a tabela 7, abaixo:

TABELA 7 – CALCULO DE INSUMOS

Descrição	Quantidade	Unidade de medida
Limpador Multiuso 500ml	2	Embalagens por dia
Água Sanitaria 5 L	1	Embalagens por dia
Álcool Gel 70% Antisséptico 4,3kg	20	gramas por pessoa
Protetor Solar Profissional com Repelente FPS 30 - 4 Litros	36	mililitros por pessoa
Sab. Líquido 5L	20	mililitros por pessoa
Óleo Citronela Para Tochas 5L	1000	mililitros por dia
Papel Higiênico Folha Dupla Neutro 64 Rolos	1	Rolos por pessoa

FONTE: o autor, 2021

Desta forma fora previsto para a limpeza dos banheiros 2 embalagens de 500ml de limpador multiuso por dia, bem como 1 galão de 5 litros de água sanitária. Nos banheiros, os dispensers de álcool em gel consumiriam 20 gramas por pessoa, por dia, considerando 4 gramas por uso e 5 usos em um dia. Da mesma forma, o sabonete

líquido seria consumido 4ml por uso, 5 vezes ao dia. Já o protetor solar com repelente seria consumido em porções de 12ml, 3 vezes ao dia por casa pessoa, totalizando 36ml. O papel higiênico foi quantificado a 1 rolo por pessoa por dia. Já o óleo repelente de citronela utilizado nas tochas seria consumido num ritmo de 1 litro ao dia, ou 1000ml.

Para a previsão de custos fixos e variáveis foi utilizado o limite de demanda mensal máximo de 491 pessoas, calculado previamente no item 5.2.3, cruzado com a tabela de cálculo de insumos, resultando na tabela 8, abaixo.

TABELA 8 – CUSTOS DE OPERAÇÃO

CUSTOS VARIÁVEIS		
Item	Quantidade a ser comprada	Valor Total
Limpador Multiuso 500ml	60	R\$ 305,40
Água Sanitária 5 L	30	R\$ 249,00
Álcool Gel 70% Antisséptico 4,3kg	3	R\$ 226,80
Protetor Solar Profissional com Repelente FPS 30 - 4 Litros	5	R\$ 999,50
Sabonete Líquido 5L	2	R\$ 91,80
Óleo Citronela Para Tochas 5L	6	R\$ 179,90
Papel Higiênico Folha Dupla Neutro 64 Rolos	13	R\$ 1.155,70
Seguro - 1,20 por pessoa / R\$ 30 mil de indenização	491	R\$ 589,20
Combustível - 400 L	400	R\$ 2.000,00
Mecânica	1	R\$ 400,00
	Variável	R\$ 6.197,30
CUSTOS FIXOS		
Item	Quantidade	Valor Total
Impostos	1	R\$ 13.348,08
Custos com salários e benefícios	Somatório	R\$ 16.800,00
Energia	Estimado	R\$ 2.000,00
Internet	1	R\$ 299,00
	Fixo	R\$ 32.447,08
Custo de operação mensal (Fixo + Variável)		R\$ 38.644,38
Capital de giro para 3 meses		R\$ 115.933,14

FONTE: o autor, 2021

Como pode-se observar, os custos variáveis na simulação otimista ficaram em R\$6.197,30. Os custos fixos, compostos por impostos, folha de salários, energia e internet somam R\$32.447,08. Desta forma os custos de operação mensal ficariam em R\$38.644,38, sendo que este valor foi utilizado para calcular o capital de giro necessário para 3 meses de operação, atingindo o valor de R\$115.933,14.

5.5.3 Investimento total

Somando o custo da etapa pré-operacional, que será de R\$213.497,32, com o valor da etapa de investimento inicial, R\$323.481,52, obtém-se o valor de R\$538.978,84. Somando este valor com o capital de giro para 3 meses, R\$115.933,14, atingimos um total de R\$ 654.911,98.

5.6 ANÁLISE DE CENÁRIOS/ESTRATÉGIAS

Em 1897 Vilfredo Pareto publicou um livro intitulado “Cours d'économie politique”, onde observava que na Inglaterra daquele século a maior parte da riqueza e da renda se concentrava em uma pequena fatia da sociedade. Sua descoberta revelou um desequilíbrio padronizado entre as pessoas daquela sociedade e a renda que eles desfrutavam. Tal pesquisa originou o que se conhece como “princípio 80/20”. Esse princípio observa que 20% das suas atitudes geram 80% dos resultados que você deseja atingir (RESSUREIÇÃO, 2017). Seguindo essas proporções, foram criados 2 cenários, um otimista adotando 80% de uso de todas as estruturas e outro pessimista, admitindo apenas 20%, a fim de tornar a decisão do investimento mais segura, uma vez que os cenários antagônicos conseguem dar um amplo parâmetro de possibilidades.

5.6.1 Cenário otimista

Nas tabelas dispostas neste tópico veremos como seria o cenário otimista, considerando sempre os melhores cenários. Nesta simulação trabalharemos com 80% de lotação máxima, ou seja 80% de 491 pessoas, que seria um volume de aproximadamente 392 pessoas ao mês consumindo os produtos do RBB. O fluxo seria composto majoritariamente de não associados, visto que os mesmos pagam o dobro do valor quando comparados aos assinantes. Nessa simulação 20% dos usuários utilizariam o Day Use enquanto que os 80% restantes ficariam de fato hospedados

nas instalações do Rancho, sendo que 80% dos pernoites seriam no glamping e 20% no camping.

A atividade mais básica, o Day Use, será a primeira a ser observada, na tabela 9 abaixo.

TABELA 9 – PROJEÇÃO OTIMISTA PARA DAY USE

DAY USE	
Capacidade máxima semanal	24
80% da capacidade máxima por semana	19
20% dessa demanda proveniente de assinante	4
80% dessa demanda proveniente de avulsos	15
Valor semanal - avulso	R\$ 384,00
Valor semanal - assinantes	0,00
Valor anual - avulso	R\$ 19.968,00
Valor anual - assinante	0,00

FONTE: o autor, 2021

Como é possível observar, 80% da capacidade máxima de Day Uses resultariam em 19 usos por semana. Destes, 20% seriam provenientes de assinantes e os outros 80% seriam de visitantes avulsos. O Valor em Day Uses para assinantes neste caso seria nulo, visto que os Day Uses se tornarão gratuitos ao atingir o limite de 150 árvores adotadas. Sendo assim, a única entrada seria de R\$384,00 reais semanais de visitantes avulsos, totalizando R\$19.968,00 ao ano ao ser multiplicado por 52 semanas.

Quanto aos pernoites, o camping será a opção mais em conta, como podemos ver na tabela 10, abaixo.

TABELA 10 – PROJEÇÃO OTIMISTA PARA CAMPING

CAMPING	
Capacidade máxima semanal	19
80% da capacidade semanal	15
20% dos alugueis semanais para assinantes representariam	3
80% dos alugueis semanais avulsos representariam	12
Valor semanal – avulso	R\$ 425,60
Valor semanal – assinantes	R\$ 53,20
Valor anual – avulso	R\$ 22.131,20
Valor anual – assinante	R\$ 2.766,40

FONTE: o autor, 2021

O camping receberia 20% da demanda de pernoites por semana, referente a 19 usuários. Mantendo 80% dessa demanda ativa, teríamos 15 usuários, dos quais 3 (20%) seriam advindos de assinantes e 12 (80%) e seriam representados por

visitantes avulsos. O valor semanal advindo de visitantes avulsos no camping será de R\$425,60 por semana ou R\$22.131,20 ao ano. Já o valor semanal a ser recebido de assinantes seria de R\$53,20 por semana ou R\$2.766,40 ao ano.

Quanto a atividade principal, o glamping será o principal produto do empreendimento, como podemos ver na tabela 11, abaixo.

TABELA 11 – PROJEÇÃO OTIMISTA PARA GLAMPING

GLAMPING	
Capacidade máxima semanal	78
80% da capacidade semanal	62
20% dessa demanda proveniente de assinantes	12
80% dessa demanda proveniente de avulsos	50
Valor semanal – avulso	R\$ 12.480,00
Valor semanal – assinantes	R\$ 1.560,00
Valor anual – avulso	R\$ 648.960,00
Valor anual – assinante	R\$ 81.120,00

FONTE: o autor, 2021

O glamping receberia 80% da demanda de pernoites por semana, referente a 78 usuários. Mantendo 80% dessa demanda ativa, teríamos 62 usuários, dos quais 12 (20%) seriam representados por assinantes e 50 (80%) seriam advindos de avulsos. O valor semanal advindo de visitantes avulsos no camping será de R\$425,60 por semana ou R\$22.131,20. Já o valor semanal a ser recebido de assinantes seria de R\$53,20 por semana ou R\$2.766,40 ao ano.

Por fim, para compor a previsão de receita do empreendimento, o programa de assinaturas, prevendo atingir o limite máximo como podemos prever na tabela 12 abaixo.

TABELA 12 – PROJEÇÃO OTIMISTA PARA PLANO DE ASSINANTES

PROGRAMA DE ASSINANTES	
quantidade de assinantes (80% do máximo)	150
Lucro bruto anual por assinante	R\$ 598,80
Custo anual por assinante	R\$ 105,00
Lucro bruto anual no programa	R\$ 89.820,00
Custo anual do programa	R\$ 15.750,00
Lucro anual líquido com o programa	R\$ 74.070,00

FONTE: o autor, 2021

Ao atingir os 150 assinantes o empreendimento deixaria de receber em Day Uses dos assinantes, mas por outro lado teria uma significativa entrada financeira fixa.

Como podemos observar, em 1 ano o lucro bruto do programa de assinantes atingiria R\$89.820,00. O custo anual desses associados seria de R\$105,00 por associado, sendo assim, R\$15.750,00 seriam gastos na produção de brindes e placas, resultando em um lucro anual líquido de R\$74.070,00.

Sendo assim, as entradas anuais podem ser observadas todas reunidas na TABELA 13, abaixo.

TABELA 13 – ENTRADAS ANUAIS – PROJEÇÃO OTIMISTA

ENTRADAS ANUAIS	
Programa de assinantes	R\$ 89.820,00
Valor anual - Day use assinante + avulso	R\$ 19.968,00
Valor anual - Camping assinante + avulso	R\$ 24.897,60
Valor anual - Glamping assinante + avulso	R\$ 730.080,00
TOTAL	R\$ 864.765,60

FONTE: o autor, 2021

Como é possível observar, o programa de assinantes representaria pouco mais de 10% das entradas anuais, rendendo R\$89.820,00 no total. O Day use renderia 2,3% das entradas, totalizando R\$19.968,00. O camping acumularia 2,8% dos rendimentos anuais, ou seja, R\$24.897,60. O produto principal, o glamping, representaria cerca de 84,4% das entradas anuais, totalizando R\$730.080,60. Dessa forma o total de entradas seria de 864.765,60.

A seguir, observa-se na tabela 14 as saídas anuais desta simulação, contendo os custos fixos, custos variáveis e custos anuais com o programa de assinantes.

TABELA 14 – SAÍDAS ANUAIS – PROJEÇÃO OTIMISTA

SAÍDAS ANUAIS	
Custos fixos	R\$ 389.364,95
Custos variáveis	R\$ 74.367,60
Custo anual do programa de assinantes	R\$ 15.750,00
TOTAL	R\$ 479.482,55

FONTE: o autor, 2021

Ao somar os R\$389.364,95 referentes aos custos fixos, R\$74.367,60 dos custos variáveis e R\$15.750 dos custos com o programa de assinantes totalizou-se um valor de R\$479.482,55 de custos ao ano.

Por fim, a última tabela da simulação otimista expõe o balanço e outras informações inerentes ao projeto.

TABELA 15 – BALANÇO OTIMISTA

BALANÇO	
Lucro líquido	R\$385.283,05
Total investido (Capital de giro + reserva de emergência)	R\$654.911,98
Tempo até pagar o investimento (anos)	1,70
Margem de contribuição	0,45
Ponto de equilíbrio	R\$873.927,39
Lucratividade	44,55
Rentabilidade	0,59

FONTE: o autor, 2021

O primeiro item da tabela representa o lucro líquido anual da empresa, R\$385.283,05. Visto que o investimento total ficou em R\$654.911,98, levaria 1,70 anos, pouco mais de 1 ano e 8 meses para que o mesmo fosse quitado. O ponto de equilíbrio contábil do empreendimento seria atingido ao comercializar R\$873.927,39 em produtos. A lucratividade seria de 44,55% ao ano e a rentabilidade seria de 0,59, ou seja, a cada ano que passa o empresário recuperaria 59% do dinheiro investido no negócio.

5.6.2 Cenário pessimista

Diferente do cenário otimista, neste tópico veremos como seria o cenário oposto, considerando sempre os piores cenários. Nesta simulação trabalharemos com 20% de lotação máxima, ou seja 20% de 491 pessoas, que seria um volume de aproximadamente 98 pessoas ao mês consumindo os produtos do RBB. O fluxo seria composto majoritariamente de associados, visto que eles pagam metade do valor quando comparados aos visitantes avulsos. Nessa simulação 80% dos usuários utilizariam o Day Use enquanto os 20% restantes ficariam de fato hospedados nas instalações do Rancho, sendo que 80% dessa demanda de pernoites seriam no camping e somente 20% no glamping.

Iniciando pelas entradas provenientes de Day Use, pode-se observar os dados discriminados na tabela 16 abaixo.

TABELA 16 – PROJEÇÃO PESSIMISTA PARA DAY USE

DAY USE	
Capacidade máxima semanal por semana	98
20% da capacidade máxima por semana	20
80% dessa demanda proveniente de assinante	16
20% dessa demanda proveniente de avulsos	4
Valor semanal - avulso	R\$ 98,00
Valor semanal - assinantes	R\$ 156,80
Valor anual - avulso	R\$ 5.096,00
Valor anual - assinante	R\$ 8.153,60

FONTE: o autor, 2021

Como é possível observar, 20% da capacidade máxima de Day Uses resultariam em 20 usos por semana. Destes, 16 (80%) seriam provenientes de assinantes e os outros 4 (20%) seriam de visitantes avulsos. O valor semanal advindo de visitantes avulsos no Day Use será de R\$98,00 por semana ou R\$5.098,00 ao ano. Já o valor semanal a ser recebido de assinantes seria de R\$156,80 por semana ou R\$ 8.153,60 ao ano.

Quanto aos pernoites, as entradas provenientes do camping estão dispostas tabela 17, abaixo.

TABELA 17 – PROJEÇÃO PESSIMISTA PARA CAMPING

CAMPING	
Capacidade máxima semanal	19
20% da capacidade semanal	4
20% dos alugueis semanais avulsos representariam	1
80% dos alugueis semanais para assinantes representariam	3
Valor semanal - avulso	R\$ 26,60
Valor semanal - assinantes	R\$ 53,20
Valor anual - avulso	R\$ 1.383,20
Valor anual - assinante	R\$ 2.766,40

FONTE: o autor, 2021

Mantendo 20% da demanda ativa, teríamos 4 usuários semanais de camping, dos quais 1 (20%) seria advindo de assinantes e 3 (80%) e seriam representados por visitantes avulsos. O valor semanal advindo de visitantes avulsos no camping será de R\$26,60 por semana ou R\$1383,20 ao ano. Já o valor semanal a ser recebido de assinantes seria de R\$53,20 por semana ou R\$2.766,40 ao ano.

Quanto ao glamping podemos observar os lucros previstos na tabela 18, abaixo.

TABELA 18 – PROJEÇÃO PESSIMISTA PARA GLAMPING

GLAMPING		
Capacidade máxima semanal		4
20% da capacidade semanal		0,8
80% dessa demanda proveniente de assinantes		0,6
20% dessa demanda proveniente de avulsos		0,16
Valor semanal - avulso	R\$	40,00
Valor semanal - assinantes	R\$	80,00
Valor anual - avulso	R\$	2.080,00
Valor anual - assinante	R\$	4.160,00

FONTE: o autor, 2021

Mantendo 20% dessa demanda ativa, teríamos 0,8 usuários de glamping por semana, dos quais 0,16 (20%) seriam representados por visitantes avulsos e 0,60 (80%) seriam advindos de avulsos. O valor advindo de visitantes avulsos no camping será de R\$40,00 por semana ou R\$2.080,00 ao ano. Já o valor a ser recebido de assinantes seria de R\$80,00 por semana ou R\$4.160,00 ao ano.

Por fim, para compor a previsão de receita do empreendimento, o programa de assinaturas, prevendo atingir o limite máximo como podemos prever na tabela 19 abaixo.

TABELA 19 - PROJEÇÃO PESSIMISTA PARA PLANO DE ASSINANTES

PROGRAMA DE ASSINANTES		
Quantidade de assinantes (80% do máximo)		120
Lucro bruto anual por assinante	R\$	598,80
Custo anual por assinante	R\$	105,00
Lucro bruto anual no programa	R\$	71.856,00
Custo anual do programa	R\$	12.600,00
Lucro anual líquido com o programa	R\$	59.256,00

FONTE: o autor, 2021

Nessa simulação o programa de assinantes teria 120 adeptos. Como podemos observar, em 1 ano o lucro bruto atingiria R\$71.856,00. O custo anual desses associados seria de R\$105,00 por associado, sendo assim, R\$12.600,00 seriam gastos na produção de brindes e placas, resultando em um lucro anual líquido de R\$59.256,00.

Sendo assim, as entradas anuais podem ser observadas todas reunidas na tabela 20, abaixo.

TABELA 20 – ENTRADAS ANUAIS – PROJEÇÃO PESSIMISTA

ENTRADAS ANUAIS		
Programa de assinantes	R\$	71.856,00
Valor anual - Day use assinante + avulso	R\$	13.249,60
Valor anual - Camping assinante + avulso	R\$	4.149,60
Valor anual - Glamping assinante + avulso	R\$	6.240,00
TOTAL	R\$	95.495,20

FONTES: o autor, 2021

Como é possível observar, o programa de assinantes representaria pouco mais de 75,25% das entradas anuais, rendendo R\$71.856,00 no total. O Day use renderia 13,87% das entradas, totalizando R\$13.249,60. O camping acumularia 4,35% dos rendimentos anuais, ou seja, R\$4.149,60. O glamping representaria cerca de 6,53% das entradas anuais, totalizando R\$6.240,00. Dessa forma o total de entradas seria de R\$95.495,20.

Observa-se na tabela 21 as saídas anuais desta simulação, contendo os custos fixos, custos variáveis e custos anuais com o programa de assinantes.

TABELA 21 – SAÍDAS ANUAIS – PROJEÇÃO PESSIMISTA

SAÍDAS ANUAIS		
Custos fixos	R\$	50.117,71
Custos variáveis	R\$	21.223,68
Programa de assinantes	R\$	12.600,00
TOTAL	R\$	83.941,39

FONTES: o autor, 2021

Ao somar os R\$50.117,71 referentes aos custos fixos, R\$21.223,68 dos custos variáveis e R\$12.600 dos custos com o programa de assinantes totalizou-se um valor de R\$83.941,39 de custos ao ano. Nesta simulação foi reduzida a equipe de colaboradores do RBB, bem como insumos que seriam gastos de forma mais lenta.

Por fim, a última tabela da simulação pessimista expõe o balanço e outras informações inerentes ao projeto.

TABELA 22 – BALANÇO PESSIMISTA

BALANÇO	
Lucro líquido	R\$ 11.553,81
Total investido (Capital inicial + reserva de emergência)	R\$ 654.911,98
Tempo até pagar o investimento (anos)	56,68
Margem de contribuição	0,12
Ponto de equilíbrio	R\$ 414.235,80
Lucratividade	12,10
Rentabilidade	0,02

FONTE: o autor, 2021

O primeiro item da tabela é referente ao lucro líquido anual da empresa, R\$11.553,81. Visto que o investimento total ficou em R\$654.911,98, levaria 56,68 anos para que o mesmo fosse quitado. O ponto de equilíbrio contábil do empreendimento seria atingido ao comercializar R\$414.235,80 em produtos. A lucratividade seria de 12,10% ao ano e a rentabilidade seria de 0,02, ou seja, a cada ano que passa o empresário recuperaria 2% do dinheiro investido no negócio.

Observando a simulação pessimista é possível perceber que o plano de assinaturas é uma ferramenta fundamental para que o empreendimento não fique no prejuízo, caso o empreendimento passe por períodos de baixíssimo fluxo, próximo da média de 20% de lotação mensal. Ainda que seja uma situação bastante adversa, o empreendimento seria capaz de gerar lucro, demonstrando seu potencial para enfrentar crises, contanto que consiga fidelizar um pequeno grupo de clientes.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através dos resultados expostos neste trabalho é possível observar que Curitiba e região metropolitana aceitariam bem empreendimentos que entregassem maior comodidade e conforto em meio a natureza, contanto que o custo benefício faça sentido. Por este motivo os valores das atividades do empreendimento foram definidos de forma bastante competitiva, entregando uma vantagem ainda maior ao aderir o plano de sócios.

A partir da pesquisa de demanda foi possível notar que a ideia de Glamping pode não ser bem-vista por todos os amantes da natureza, devido ao alto valor cobrado, o que induziu a criação de áreas distintas para Camping e Glamping no projeto. Outro entrave está diretamente ligado ao nome, visto que 86,1% dos entrevistados nunca tinham tido contato com o termo, que é pouco sugestivo e não fornece muitas dicas acerca do que se trata de fato. Por este motivo, no marco teórico, procurou-se definir que tipos de atividade podem ser consideradas de “luxo”, observando que, apesar de bastante subjetivo, significa basicamente algo que vai além do necessário, com toques de requinte, mesmo quando simples. Desta forma o autor não julga interessante divulgar uma atividade com um nome que necessita de explicações para ser compreendida. Identifica-se assim a necessidade de cunhar um termo nacionalizado, de forma a facilitar o entendimento, aumentando também o interesse pela atividade que é tão pouco explorada em nosso país.

Após analisar os dados fornecidos nas projeções foi possível verificar o potencial do Rancho Black Bull para desenvolver o turismo na natureza, observando ser um investimento com um bom potencial de retorno de investimento, apesar de requerer um alto valor de investimento inicial e uma fidelização mínima para que seja possível evitar o prejuízo.

Quanto às atividades propostas, foram buscadas opções que dessem liberdade e privacidade para o usuário viver suas próprias experiências, como as trilhas de bicicleta ou triciclo elétricos, o ofurô, o telescópio ou até mesmo as inovadoras barracas da “TentSile”.

Todos estes fatores supracitados demonstraram ser fundamentais para desenvolver o turismo na natureza no Rancho Black Bull, conseguindo manter uma alta taxa de ocupação das instalações que serão construídas, de forma que o retorno do investimento aconteça o mais rápido possível.

7. REFERÊNCIAS

ABETA. Recomendações de procedimentos sanitários para a operação de atividades de turismo na natureza. Versão 2.1. Agosto, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3owVU1V> Acesso em: 06 dez. 2020.

BELGAMO, Jessica Alves; SILVA, Gabriel Luiz da; SILVA, Larissa Francielly; SANTOS, Lauanda Monteiro dos; RAMALHO, Danilo Duarte. MITIGAÇÃO DE IMPACTOS AMBIENTAIS CAUSADOS PELO OVER TURISMO EM ILHA DAS COUVES, UBATUBA - SP: planejamento turístico e sustentável. **Revista Geociências - Ung-Ser**, Guarulhos, v. 19, n. 1, p. 22-37, out. 2020. Acesso em: 03 dez. 2020.

BENI, Mário. Turismo e COVID19: Algumas Reflexões. **Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, Caxias do Sul, v. 12, n. 3, p. 1-23, jul./set. 2020. Acesso em: 03 dez. 2020.

BITTENCOURT, Valéria; AMORIM, Simone. Trekking – Enduro/Rally a pé. **Atlas do Esporte no Brasil**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 11-51, 2006. Acesso em: 01 dez. 2020.

BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE. **COVID-19**: sobre a doença. Sobre a Doença. 2020. Disponível em: <https://bityli.com/NRxFx>. Acesso em: 04 dez. 2020.

BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Linha do tempo Coronavírus**. 2020. Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/linha-do-tempo/>. Acesso em: 04 dez. 2020.

BRASIL. REDE NACIONAL DO ESPORTE. **Ciclismo Mountain Bike**. 2016. Disponível em: <http://rededoesporte.gov.br/pt-br/megaeventos/olimpiadas/modalidades/ciclismo-mountain-bike>. Acesso em: 04 dez. 2020

CRAIG, Christopher A. Camping, glamping, and coronavirus in the United States. **Annals Of Tourism Research**, Murray, v. 1, n. 1, p. 1-4, out. 2020. Disponível em: <https://bityli.com/JMqct>. Acesso em: 04 dez. 2020.

CURITIBA. PREFEITURA DE CURITIBA. **Boletim 243**: Curitiba registra 19 óbitos e 1.753 casos de covid-19. Curitiba registra 19 óbitos e 1.753 casos de covid-19. 2020. Disponível em: <https://bityli.com/a1zeW>. Acesso em: 04 dez. 2020.

CURITIBA. PREFEITURA DE CURITIBA. **Prefeitura amplia ações para controlar expansão da covid-19**. 2020. Disponível em: <https://bityli.com/vMyoB>. Acesso em: 04 dez. 2020.

DUXBURY, Nancy; BAKAS, Fiona; CASTRO, Tiago Vinagre; SILVA, Sílvia (2020), **Turismo Regenerativo**: Palavras para lá da pandemia: cem lados de uma crise. Disponível em <https://ces.uc.pt/publicacoes/palavras-pandemia/?lang=1&id=30403>. Acesso em: 04 dez. 2020.

FERNANDES, Isac Gabriel Martins et al. Planejamento estratégico: análise SWOT. **Revista Conexão Eletrônica das Faculdades Integradas de Três Lagoas, Mato Grosso do Sul**, v. 8, n. 01, 2015.

FLEURY, Maria Tereza Leme; DA COSTA WERLANG, Sergio Ribeiro. Pesquisa aplicada: conceitos e abordagens. **Anuário de Pesquisa GVPesquisa**, 2017. Acesso em: 04 dez. 2020.

KAFFKA, Bileam. Determinação e análise do custo unitário básico da construção civil do município de Ijuí/RS. 2016.

LIMA, Maria Regina Pardelinas de; SILVA, Fernanda Costa da. Viabilidade Turística em Territórios Rurais: Revisão da Literatura em Face do Cenário de Pandemia de 2020. **Fólio Revista Científica Digital: Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Turismo**, Porto Alegre, v. 1, n. 1, p. 174-188, jun. 2020. Acesso em: 04 dez. 2020.

LÓPEZ-RICHARD, Victor; CHINÁGLIA, Clever Ricardo. Turismo de Aventura: conceitos e paradigmas fundamentais. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 15, n. 2, p. 199-215, nov. 2004. Acesso em: 05 dez. 2020.

MACAMP CAMPISMO. **Campismo no Brasil - Acampar**. Disponível em: <https://macamp.com.br/campismo/>. Acesso em: 04 dez. 2020.

MATOS, Janielle da Silva; SILVA, José Everaldo da; FERREIRA, Renato Apolônio. **CARACTERIZAÇÃO DA VISITAÇÃO DOS VISITANTES E AVALIAÇÃO DE IMPACTOS ECOLÓGICOS E RECREATIVOS NO CAMPING DO MÁGICO BONITO – PE**. 2018. 84 f. TCC (Graduação) - Curso de Engenharia Ambiental, Centro Universitário Tabosa de Almeida Ascens-Unita, Caruaru, 2018. Acesso em: 01 dez. 2020.

MECCA, Marlei Salete; GEDOZ, Maria Gorete do Amaral. COVID-19: reflexos no turismo. **Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, Caxias do Sul, v. 12, n, p. 1-5, 12 jul. 2020. Acesso em: 04 dez. 2020.

PARANÁ. SECRETARIA DA SAÚDE. **Informe Epidemiológico**. 2020. Disponível em: <https://bitly.com/wTL66>. Acesso em: 04 dez. 2020.

PIVARI, Marcos. **Tipos de Campismo**. 2017. Disponível em: https://macamp.com.br/tipos_de_campismo/. Acesso em: 04 dez. 2020.

REBOCHO, Bárbara; CORREIA, Antónia. Glamping um Novo Paradigma no Turismo. **Revista Portuguesa de Estudos Regionais**, Angra do Heroísmo, v. 46, n. 1, p. 44-55, out. 2017. Disponível em: <https://bitly.com/mm6cB> Acesso em: 04 dez. 2020.

RESSUREIÇÃO, Edson Trindade. Tecnologia da Informação e a análise do seu valor ao Serviço de Saúde do Exército Brasileiro. 2017.

SANAR SAÚDE (Brasil). **Linha do tempo do Coronavírus no Brasil**. 2020. Disponível em: <https://bitly.com/id1fo>. Acesso em: 04 dez. 2020.

SCHNEIDER, Eduarda Maria; FUJII, Rosangela Araujo Xavier; CORAZZA, Maria Júlia. Pesquisas quali-quantitativas: contribuições para a pesquisa em ensino de ciências. **Revista Pesquisa Qualitativa**, v. 5, n. 9, p. 569-584, 2017. Acesso em: 02 dez. 2020.

SINDUSCON PARANÁ, Custo Unitário Básico de Construção. Fevereiro de 2021. Disponível em: <https://bit.ly/3IEBa8j>. Acesso em 15 dez. 2020.

TOREZAN, Euclides. **Como é viajar de MotorHome RV: Quais as vantagens?** Disponível em: <https://casalabordo.com.br/como-e-viajar-de-motorhome-quais-as-vantagens/>. Acesso em: 04 dez. 2020.

UOL. **Paraná proíbe eventos com mais de 10 pessoas para conter avanço da covid-19.** 2020. Disponível em: <https://bitly.com/OZtHI>. Acesso em: 04 dez. 2020.