

CENTRO PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO

Técnico em Administração

Beatriz Gonçalves Santana
Gabriel Alves Da Silva
Gabrielle Dos Reis Lima
Izabella Taiza Ávila De Souza
Liara Ramiro Pereira Da Silva
Lucas Fernandes Brito Dos Santos

**CLUB GREEN ECOTURISMO: Uma proposta de entretenimento e
valorização regional**

Tupã-SP
2019

**Beatriz Gonçalves Santana
Gabriel Alves Da Silva
Gabrielle Dos Reis Lima
Izabella Taiza Ávila De Souza
Liara Ramiro Pereira Da Silva
Lucas Fernandes Brito Dos Santos**

**CLUB GREEN ECOTURISMO: Uma proposta de entretenimento e
valorização regional**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico de Administração da ETEC Prof. Massuyuki Kawano, orientado pela Profª Esp. Renata Miranda Duarte, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

**Tupã-SP
2019**

ETEC PROF. MASSUYUKI KAWANO

Técnico em Administração

**Beatriz Gonçalves Santana
Gabriel Alves Da Silva
Gabrielle Dos Reis Lima
Izabella Taiza Ávila De Souza
Liara Ramiro Pereira Da Silva
Lucas Fernandes Brito Dos Santos**

CLUB GREEN ECOTURISMO: Uma proposta de entretenimento e valorização regional

Dissertação para obtenção do título de Técnico em Administração.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.Esp. Renata Miranda Duarte
Orientadora

Prof. (a). Ms. Nicoli Carolini de Lázari Hatano
Avaliador (a)

Michele Laube
Avaliador (a)

Tupã, 18 de Junho de 2019.

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelo aluno. O (A) Professor (a) Orientador (a), a Banca Examinadora e a Instituição não são responsáveis e nem endossam as ideias e o conteúdo do mesmo.

Dedico aos nossos professores,
que nos apoiaram durante toda a
trajetória que levou a tão
sonhada conquista.

Agradecemos a Deus pela vida e a oportunidade de concretizar esse objetivo.

A ETEC Prof. Massuyuki Kawano por propiciar o ambiente necessário para nossa aprendizagem e conseqüentemente desenvolvimento pessoal e profissional.

Aos Docentes do Curso Técnico de Administração pela generosidade depositada em todos os momentos de compartilhamento de seus conhecimentos profissionais e humanos.

"Antes que você possa alcançar o topo de uma árvore e entender os brotos e as flores, você terá de ir fundo nas raízes, porque o segredo está lá. E, quanto mais fundo vão as raízes, mais alto vai a árvore"

Nietzsche

RESUMO

Introdução: Atualmente a preservação do meio ambiente está cada vez mais em alta, com isso pensar em sustentabilidade é fundamental para que as organizações contribuam não somente com seu crescimento econômico, mas também tendo como objetivo ações que minimizem devastações ambientais. Com uma região rica em culturas e biodiversidades, a implementação de uma empresa voltada diretamente ao ecoturismo e apresentação da cultura local poderá trazer benefícios para Tupã e região, como o aumento do faturamento econômico regional, valorização da cultura, reconhecimento das cidades e a conscientização ecológica que é o ponto central.

Objetivo: Apresentar ao público em geral a diversidade de belezas naturais e culturais de Tupã e região por meio do ecoturismo. **Metodologia/Desenvolvimento:** Para um melhor conhecimento sobre o tema, o trabalho foi baseado em uma pesquisa bibliográfica sobre os três principais temas relacionados ao assunto, visando obter uma maior abrangência e entendimento ligado a atuação do ecoturismo, uma pesquisa de campo quantitativa elaborada e aplicada com base na ferramenta Formulários Google buscando levantar dados relacionados ao interesse pela preservação ambiental e cultura local, e por fim foi elaborado um plano de negócio, baseado na ferramenta Canvas, para apresentar e analisar o negócio proposto. **Resultados:** A pesquisa mostrou que a abertura da agência de ecoturismo é viável na região de Tupã-SP, além de ser uma inovação, as pessoas demonstraram um grande interesse nas viagens e atividades que a mesma irá proporcionar. **Considerações Finais:** Conclui-se que a abertura da empresa Club Green Ecoturismo será vantajosa para o mercado regional do município de Tupã, resultando em um maior desenvolvimento econômico e um reconhecimento do ecossistema aqui presente.

Palavras-chave: Ecoturismo; biodiversidade; cultura; regional; sustentabilidade.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Layout da empresa Club Green	38
--	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Viagem com intuito ecológico.....	16
Gráfico 02: Interesse por viagem com intuito ecológico.....	17
Gráfico 03: Viagem de curta duração.....	18
Gráfico 04: Frequência da realização de viagens.....	18
Gráfico 05: A importância da preservação da biodiversidade.....	19
Gráfico 06: A importância do conhecimento sobre a cultura local.....	20
Gráfico 07: Frequência de ações para proteger o meio ambiente.....	20
Gráfico 08: Possui de filho (a).....	21
Gráfico 09: Permissão e incentivo a um (a) filho (a) em realizar viagem pedagógica ligada ao ecoturismo.....	22
Gráfico 10: Interesse em atividades esportivas.....	22
Gráfico 11: Faixa etária.....	23

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. PESQUISA DE CAMPO.....	16
3. PLANO DE NEGÓCIOS.....	24
3.1. SUMÁRIO EXECUTIVO	24
3.2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA.....	24
3.2.1. Dados dos Fundadores e Empresários	24
3.2.2. Experiência Profissional e Atribuições.....	25
3.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO	26
3.3.1. Missão e Visão da Empresa.....	27
3.3.2. Setor de Atividade	27
3.3.3. Forma Jurídica	27
3.3.4. Enquadramento Tributário.....	28
3.4. CAPITAL SOCIAL	29
3.5. FONTE DE RECURSOS	29
3.6. ANÁLISE DE MERCADO	29
3.6.1. Análise dos Clientes	29
3.6.2. Análise dos Concorrentes	31
3.6.3. Análise dos Fornecedores.....	33
3.7. PLANO DE MARKETING	35
3.7.1. Descrição dos Principais Produtos ou Serviços	35
3.7.2. Preço	35
3.7.3. Estratégias Promocionais.....	36
3.7.4. Estrutura de Comercialização	36
3.7.5. Localização da Empresa	37
3.8. PLANO DE OPERACIONAL	38
3.8.1. Layout ou Arranjo Físico.....	38
3.8.2. Capacidade Produtiva	38
3.8.3. Necessidade de Pessoal.....	39
3.9 INVESTIMENTOS	39
3.9.1 Investimentos	39

3.9.2 Capital de giro	40
3.9.3 – Investimentos pré-operacionais.....	43
3.9.4 Investimento total	43
3.10. PLANO DE CUSTOS/FINANCEIRO	44
3.10.1. Custo do Serviço	44
3.10.1.1 Mão de obra	44
3.10.1.2 Cálculo dos Materiais Diretos.....	44
3.10.1.3 Custo total do serviço	44
3.10.2. Custo Fixo	44
3.10.3. Custo Variável	45
3.10.4. Apuração do Custo Total Serviço.....	48
3.10.5 Preço de venda	48
3.10.6 Demonstrativo de resultados.....	49
3.10.7. Ponto de Equilíbrio	49
3.11 INDICADORES FINANCEIROS	50
3.11.1 Lucratividade	50
3.11.2 Rentabilidade	51
3.11.3 Prazo de retorno do investimento.....	51
3.12. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	52
CONSIDERAÇÕES FINAIS	54
REFERÊNCIAS.....	55
APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL.....	57
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO A DIFERENTES PÚBLICOS	60
APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS	63

1. INTRODUÇÃO

Segundo Matheus e Raimundo (2017, p. 454): “[...] As políticas e definições sobre ecoturismo abordam basicamente três aspectos: a conservação do meio ambiente, a conscientização ambiental dos visitantes e o envolvimento da comunidade local [...]”.

Atualmente a preservação do meio ambiente está cada vez mais em alta, com isso pensar em sustentabilidade é fundamental para que as organizações contribuam não somente com seu crescimento econômico, mas também tendo como objetivo ações que minimizem devastações ambientais.

Dessa maneira, a população não tem acesso a informações decorrentes do ecoturismo, deixando cada indivíduo com escasso conhecimento entre a vasta biodiversidade e a cultura presente na região de Tupã, resultando em dúvidas sobre o que existe neste território, e levando o indivíduo a procurar novos destinos em lugares distantes prejudicando assim o mercado econômico regional.

Nesse contexto, com uma região rica em culturas e biodiversidades, este trabalho consiste em investigar se a implementação de uma empresa voltada diretamente ao ecoturismo e apresentação da cultura local poderá trazer benefícios para Tupã e região, como por exemplo, o aumento do faturamento econômico regional, valorização da cultura, reconhecimento das cidades e a conscientização ecológica que é o ponto central.

Diante do exposto é possível o levantamento de algumas hipóteses: Devido ao fato de não haver nenhuma empresa nesse ramo na região, a abertura de uma agência de ecoturismo poderá ser uma inovação que possibilitará novas experiências; Atualmente devido à preocupação das pessoas com a preservação do meio ambiente e a necessidade de ter um maior contato com o mesmo, poderá induzir a procura por viagens com esse intuito; Com o conhecimento relativo as belezas naturais e a cultura local, poderá haver um crescimento no mercado econômico e uma maior valorização da região.

Assim, este trabalho tem como objetivo geral apresentar ao público em geral a diversidade de belezas naturais e culturais de Tupã e região por meio do ecoturismo. E como objetivos específicos: Desenvolver pesquisas bibliográficas, nas

quais será possível buscar um conhecimento mais abrangente sobre ecoturismo, sustentabilidade, cultura local, eco empreendedorismo, biodiversidade e turismo de aventura; Aplicar pesquisa de campo a fim de levantar dados sobre a aceitação do modelo de negócio; Criar uma empresa, através da ferramenta de modelagem de negócios CANVAS, voltada ao ecoturismo com o objetivo de proporcionar a valorização e conhecimento sobre a cultura e natureza regional.

Atualmente pode-se observar o aumento econômico sobre o setor do ecoturismo, resultando em novas oportunidades e investimentos no mercado. Esse ramo cresce mais de 20% anualmente, fato este que acarreta retornos de US\$ 70 milhões ao ano no país, diferente do turismo convencional que cresce somente 7,5% ao ano.

Segundo dados do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMbio), considerando apenas a visitação aos parques de conservação nacionais, o número de visitantes subiu 238%, passando de 2,99 milhões em 2007 para 7,14 milhões em 2015. Outro fator importante a ser mencionado é as riquezas presentes na região de Tupã, onde a biodiversidade é o ponto forte, juntamente com a variedade cultural presente na mesma.

Com base nos dados acima expostos é possível justificar a importância da realização deste trabalho, visando contribuir para o aumento do faturamento econômico regional, valorização da cultura, reconhecimento das cidades e a conscientização ecológica que é o ponto central.

Leite (2012) considera que está crescendo a necessidade do eco empreendedor fazer o capital econômico girar com soluções sustentáveis, que melhore a qualidade de vida humana, o tornando indispensável.

Segundo Campaner, Araújo e Pinheiro (2009, p. 17):

A sustentabilidade do desenvolvimento tem como preocupação compatibilizar o crescimento econômico com a preservação ambiental, pois, o objetivo maior da gestão ambiental deve ser a busca permanente de melhoria da qualidade ambiental dos serviços, produtos e ambiente de trabalho de qualquer organização que tem um papel extremamente relevante.

De acordo com Endres (1998) a sustentabilidade anda junto com o ecoturismo, sendo um novo interesse dos indivíduos que buscam viagens com

ideais ecológicos, querendo assim ter um melhor contato com a natureza sem prejudicá-la.

De acordo com Gouveia, Gosling, Coelho e Pereira (2014) o ecoturismo envolve atividades que aproximam mais as pessoas da natureza, fazendo com que elas tenham um maior conhecimento e sobre a vida das espécies na natureza, essas atividades envolvem observação da fauna, flora e paisagem geológicas. Além das atividades o ecoturismo envolve esportes como caminhadas, mergulhos no mar, safáris fotográficos e trilhas interpretativas e em vários tipos de paisagem.

De acordo com Gagliardo (2003) o turismo de aventura é uma atividade no qual o objetivo é deixar o viajante em um contato maior com a natureza sendo que isso não a danifique, tendo em conta os princípios que levam a sustentabilidade para que ocorra uma conservação e proteção ambiental no local visitado.

De acordo com Vasconcelos, Silva e Costa (2012) o turismo de aventura é uma atividade que está integrado dentro do Ecoturismo devido ao fato de possuir princípios relacionados a natureza e atividades e esportes voltados a mesma. O turismo de aventura está relacionado ao meio social, ambiental e cultural, realizando atividades recreativas e esportes tanto normais quanto radicais oferecendo aos turistas a chance de se aventurar na natureza envolvendo riscos e emoções que vão lhe dar uma experiência única.

Segundo Medeiros (2006), o ecoturismo está diretamente ligado com a cultura, sendo ela artística, arqueológica, paisagística, turística e histórica, se relacionando diretamente com o desejo do público, somando a essas ideias o uso sustentável e ecológico de tais ações. Segundo Brito (2012) a cultura surge a partir da inter-relação das pessoas entre si e também com interesse do seu trabalho na natureza.

De acordo com Iserhardt et al. (2009) a educação ambiental é um recurso de educação que deve ser para sempre, independente da faixa etária, desde jovens até os mais velhos, necessitando ser introduzido em todas as esferas

humanas; a implantação deve-se ocorrer sem discordância e obtendo sucesso, na sociedade que se encontra em uma etapa avançada de desenvolvimento industrial.

Jacobi (2003, p.192:193) ressalta a influência da modernidade para educação ambiental. Ele diz que:

Nestes tempos em que a informação assume um papel cada vez mais relevante, ciberespaço, multimídia, internet, a educação para a cidadania representa a possibilidade de motivar e sensibilizar as pessoas para transformar as diversas formas de participação na defesa da qualidade de vida. Nesse sentido cabe destacar que a educação ambiental assume cada vez mais uma função transformadora, na qual a co-responsabilização dos indivíduos torna-se um objetivo essencial para promover um novo tipo de desenvolvimento – o desenvolvimento sustentável. [...]

Segundo Teodoro et. al. (2010, p. 7) “nota-se a importância do conhecimento em relação aos fatores relacionados ao meio ambiente para ter consciência dos limites dos recursos naturais para poder preservá-los de forma eficaz.”

Para um melhor conhecimento sobre ecologia, sustentabilidade e cultura local, o trabalho foi baseado em uma pesquisa bibliográfica com base em livros, artigos e sites relacionados, sobre os três principais temas relacionados ao assunto, visando obter uma maior abrangência e entendimento ligado a atuação do ecoturismo.

Também foi realizada uma pesquisa de campo quantitativa, elaborada e aplicada com base na ferramenta Formulários Google, respondida por 109 pessoas na cidade de Tupã-SP e região, buscando levantar dados relacionados ao interesse pela preservação ambiental e cultura local, o hábito de fazer viagens de curta duração, o número filhos e faixa etária, visando subsidiar a viabilidade da abertura de uma agência de ecoturismo na região.

E, para alcançar os objetivos propostos nesse projeto também foi elaborado um plano de negócio, baseado na ferramenta Canvas, para apresentar e analisar o negócio proposto contribuindo para a identificação da viabilidade da ideia e gestão da empresa.

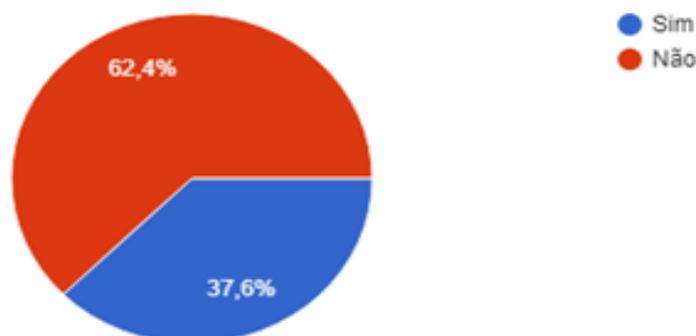
2. PESQUISA DE CAMPO

Com uma região rica em culturas e biodiversidades, a implementação de uma empresa voltada diretamente ao ecoturismo e apresentação da cultura local, poderá trazer inúmeros benefícios para Tupã e região, podendo citar o aumento do faturamento econômico regional, valorização da cultura, reconhecimento das cidades e com tudo agregando a conscientização ecológica que é o ponto central. Assim, a empresa tem o desejo de proporcionar viagens ecológicas, apresentando a cultura local da região de Tupã dentro de um raio de 200 km, onde serão realizadas atividades pedagógicas direcionadas a crianças, jovens e adolescentes que frequentam escola/colégio visando à educação ecológica.

Nesse sentido foi realizada uma pesquisa de campo durante o período de 10 a 17 de outubro de 2018, através dos meios de comunicação (*WhatsApp* e *Instagram*), com a finalidade de levantar dados sobre a aceitação referente a abertura de uma agência de ecoturismo na região. A pesquisa foi respondida por 109 pessoas de diferentes sexos e idades, por meio de questionários com caráter quantitativo, envolvendo perguntas e alternativas de múltiplas escolhas.

Em primeiro momento os entrevistados foram questionados sobre se já realizaram uma viagem que preserve as relações entre os seres vivos e o meio ambiente, cujas respostas podem ser observadas no gráfico abaixo.

Gráfico 01 – Viagem com intuito ecológico.

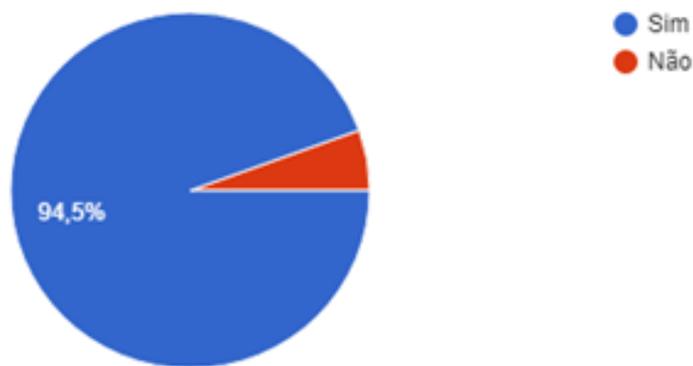


Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

Como pode ser observado no gráfico acima, há uma baixa taxa de pessoas que realizou viagens com intuito ecológico, sendo que a maioria delas, 62,4%, ainda não teve esta oportunidade, demonstrando assim uma oportunidade de mercado para a empresa.

A segunda questão aplicada foi com intuito de averiguar o interesse dos entrevistados em realizar viagens voltadas ao ramo eco turísticas, sendo possível visualizar as repostas no gráfico abaixo.

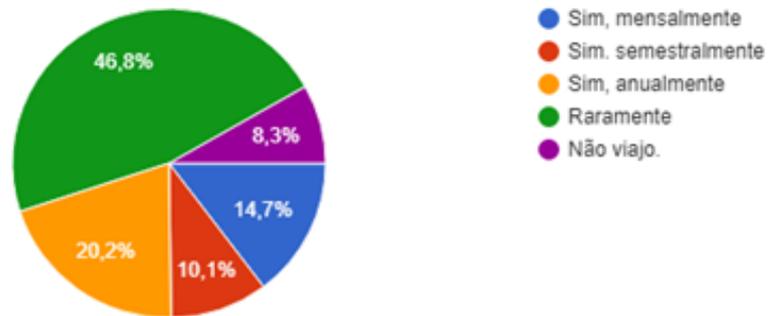
Gráfico 02 – Interesse por viagem com intuito ecológico.



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

Pode-se observar que a maioria das pessoas, 94,5%, tem interesse neste tipo de viagem, o que levaria ao aumento da procura deste tipo de serviço além da oportunidade para a empresa que se inicia nesse ramo.

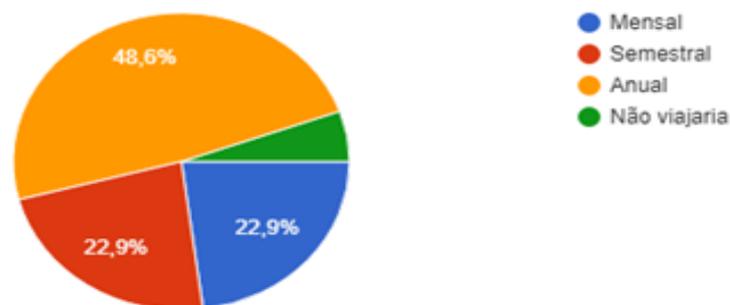
Os entrevistados foram questionados também sobre seus hábitos quanto a realização de viagens de curta duração, cujas respostas podem ser observadas no gráfico abaixo.

Gráfico 03 – Viagem de curta duração.

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

O gráfico 03 mostra que uma grande parte do público raramente realiza viagens de curta duração, no entanto cerca de 45% do total as realizam mensalmente, semestralmente ou anualmente, demonstrando potencial de mercado a ser explorado pelo ecoturismo.

Posteriormente os entrevistados foram questionados sobre a frequência em que realizariam viagens para ambientes que preserve as relações entre os seres vivos e o meio ambiente, podendo serem observadas as respostas no gráfico abaixo.

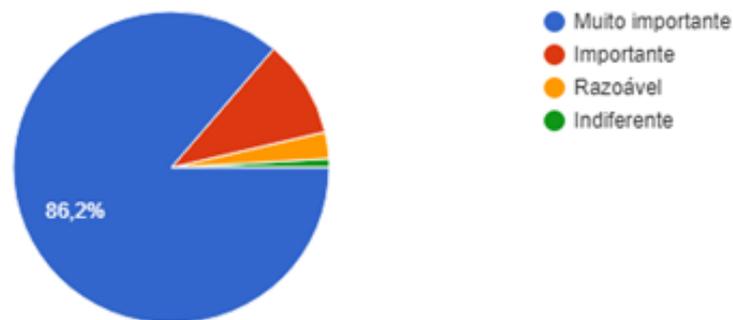
Gráfico 04 – Frequência da realização de viagens.

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

No gráfico acima é possível perceber que majoritariamente, 48,6% das pessoas viajariam para ambientes que preservem as relações entre os seres vivos e o meio ambiente anualmente, sendo que 22,9% viajaria mensalmente e os outros 22,9% viajaria semestralmente, demonstrando assim que as pessoas poderiam usufruir do serviço oferecido pela agência.

O próximo questionamento colocava em pauta o grau de importância da preservação do conjunto de todas as espécies de seres vivos existentes em determinada região ou época, das quais as respostas podem ser observadas no gráfico abaixo.

Gráfico 05 - A importância da preservação da biodiversidade.

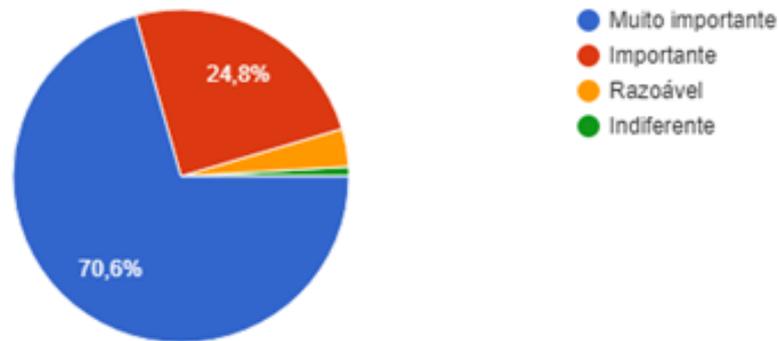


Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

De acordo com o gráfico, 86,2% têm consciência de que a preservação da biodiversidade é um fator muito importante, elevando a relevância do objetivo da agência.

Posteriormente os entrevistados classificaram a importância do conhecimento sobre o complexo que inclui o conhecimento, a arte, as crenças, a lei, a moral, os costumes e todos os hábitos e aptidões adquiridos pelo ser humano em uma região específica, sendo possível a visualização das respostas no gráfico abaixo.

Gráfico 06 - A importância do conhecimento sobre a cultura local.

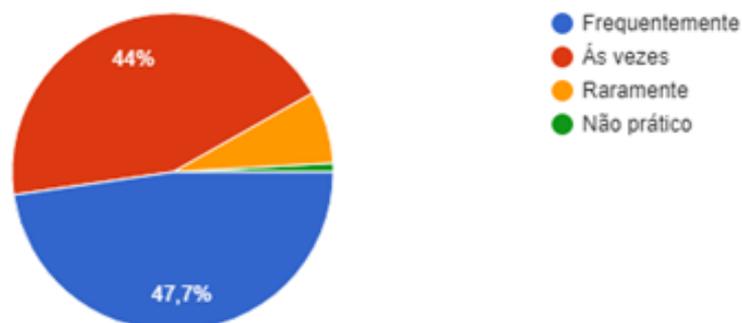


Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

Através do gráfico acima é possível observar que 70,6% e 24,8% dos entrevistados consideram a cultura local muito importante/importante o que corresponde cerca de 95,4% do total, demonstrando assim o mesmo interesse que a empresa tem sobre cultura regional.

Os entrevistados também foram questionados sobre a frequência em que praticam ações para proteger o meio ambiente, como: reciclar, economizar água, não jogar lixo nas ruas etc. sendo possível visualizar as repostas no gráfico abaixo.

Gráfico 07 - Frequência de ações para proteger o meio ambiente.

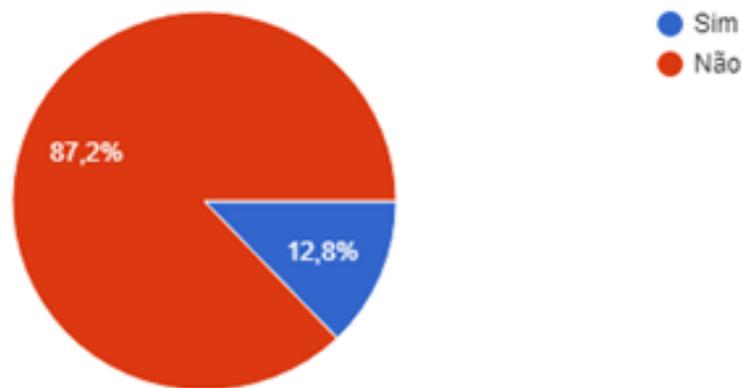


Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

Como pode ser observado do gráfico, aproximadamente 47,7% dos entrevistados realizam frequentemente ações em prol do meio ambiente, outros 44% às vezes praticam e a minoria que equivale 8,3% raramente/não praticam as mesmas, mostrando que o público compactua com os valores estabelecidos pela Club Green.

Na sequência os entrevistados foram questionados sobre se possuíam filhos, cujas respostas podem ser observadas no gráfico abaixo.

Gráfico 08 – Possui de filho (a).

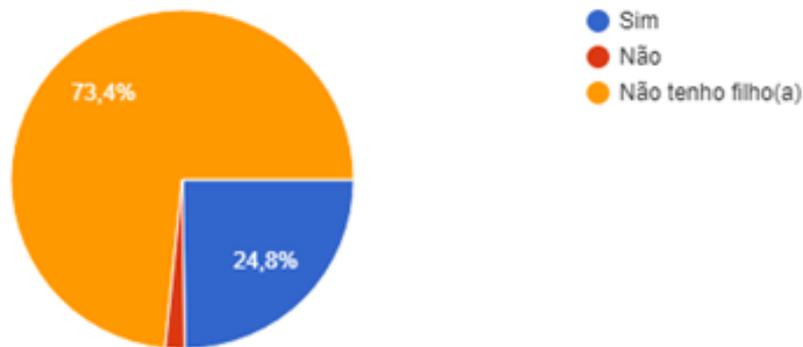


Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

Observando o gráfico 08 pode-se concluir que apenas uma pequena parte dos entrevistados, 12,8%, possui filho (a), pois as crianças também fariam parte das atividades oferecidas pela agência.

Na nona pergunta, os entrevistados foram questionados se incetivariam ou não seu filho(a) a realizar viagens pedagógicas associadas ao objetivo da empresa, cujos resultados podem ser observados no gráfico abaixo.

Gráfico 9 – Permissão e incentivo a um (a) filho (a) em realizar viagem pedagógica ligada ao ecoturismo.

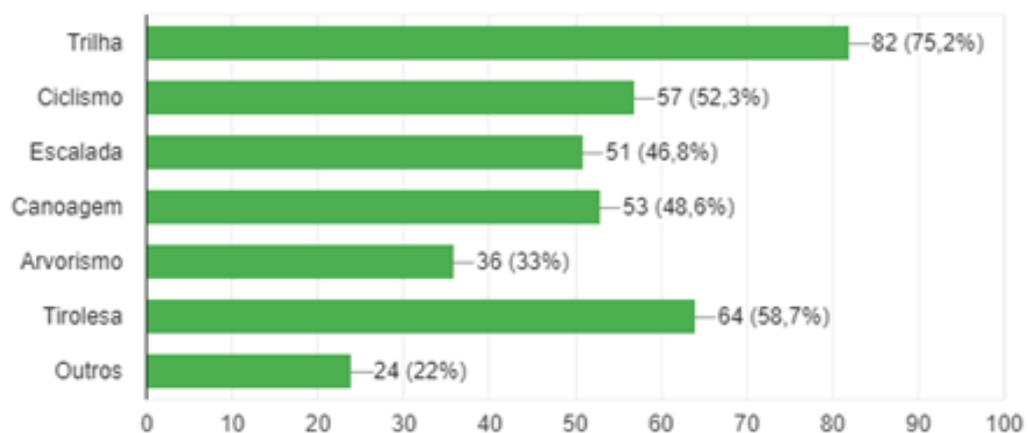


Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

De acordo com o gráfico 09 a maior parte das pessoas não tem filhos, porém 24,8%, sendo a maioria dos que possuem filhos, incentivaria eles a realizar essas viagens, demonstrando a oportunidade de inserção do ecoturismo pedagógico na empresa.

Os entrevistados foram questionados também sobre quais esportes teriam mais interesse, das quais as respostas podem ser observadas no gráfico abaixo.

Gráfico 10 – Interesse em atividades esportivas.

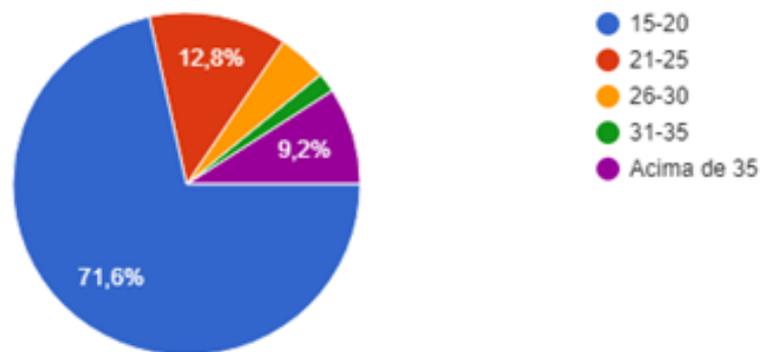


Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

Observando o gráfico 10 pode-se concluir que os três esportes que mais despertam o interesse no público são respectivamente trilha com 75,2%, tirolesa com 58,7% e ciclismo com 52,3%, mostrando assim quais atividades esportivas seriam mais interessantes para a agência disponibilizar.

E, em último momento os entrevistados foram questionados sobre sua faixa etária, cujos resultados podem ser observados no gráfico abaixo.

Gráfico 11 - Faixa etária.



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

Analisando o gráfico 11 é possível observar a maioria de jovens e adultos, entre 15 e 25 anos totalizando cerca de 84,4%, constatando assim a idade do público alvo da agência Club Green Ecoturismo.

Diante os dados abordados, conclui-se que a abertura da agência de ecoturismo é viável na região de Tupã-SP, devido ao fato de que além de ser uma inovação as pessoas demonstram um grande interesse nas viagens e atividades que a mesma irá proporcionar.

3. PLANO DE NEGÓCIOS

3.1. SUMÁRIO EXECUTIVO

A agência de ecoturismo Club Green atuará no setor de prestação de serviço, através de uma agência de viagens no ramo do ecoturismo, cujo objetivo é proporcionar momentos inesquecíveis ligados diretamente à biodiversidade e a cultura presente na região de Tupã – SP, na qual a conscientização sobre sustentabilidade é foco principal das viagens, proporcionando segurança e transparência através da qualidade do serviço prestado.

De início a empresa contará com seis fundadores/empresários que investirão o valor de R\$ 16.000,00 cada, totalizando um capital de R\$ 96.000,00, necessário para reforma do prédio, compra de móveis, equipamentos e a aquisição de um veículo para uso da empresa e início da atividade. A forma jurídica na qual a empresa irá se enquadrar será a microempresa – LTDA, e o regime tributário será o Simples Nacional.

Com base nos cálculos e dados obtidos pela elaboração do presente plano de negócio pode-se concluir que a abertura da agência de ecoturismo é viável, pois terá um ponto de equilíbrio de R\$ 19.982,37, lucratividade de 8,89% e rentabilidade de 3,02%, sendo que esses três indicadores trazem ao mês resultados favoráveis. A empresa terá 02 anos e 08 meses para prazo de retorno do investimento.

3.2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

3.2.1. Dados dos Fundadores e Empresários

Fundador 01	
Nome: Lucas Fernandes Brito dos Santos	
Endereço: Rua João de Andrade – N°150	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: Luucaasfbs@gmail.com	Telefone: (14) 99630-5076

Atribuição do Fundador 01: Guia turístico.

Fundador 02	
Nome: Beatriz Gonçalves Santana	
Endereço: Rua Santos N°32 - Jardim Santa Luzia	Cidade/Estado: Bastos/SP
E-mail: biag15@hotmail.com	Telefone: (14) 99853-4454

Atribuição do Fundador 02: Guia turística.

Fundador 03	
Nome: Izabella Taiza Ávila de Souza	
Endereço: Rua: Assur Bittencourt – N° 843 – Parque Bela Vista	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: izabella.avila10@gmail.com	Telefone: (14) 99734-5906

Atribuição do Fundador 03: Vendedora.

Fundador 04	
Nome: Gabriel Alves da Silva	
Endereço: Rua: Potiguaras N°1165 - Centro	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: gabrielsilvaoficial14@gmail.com	Telefone: (14) 99713-2697

Atribuição do Fundador 04: Administrador.

Fundador 05	
Nome: Gabrielle dos Reis Lima	
Endereço: Rua: João Capiotto – N° 941 – Conego Rebouças	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: gabriellereis1234@gmail.com	Telefone: (14) 99771-8366

Atribuição do Fundador 05: Gerente de relacionamento.

Fundador 06	
Nome: Liara Ramiro Pereira da Silva	
Endereço: Rua: João de Andrade – N° 165 – Parque Carajás	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: liararps@icloud.com	Telefone: (14) 99645-1623

Atribuição do Fundador 06: Vendedora.

3.2.2. Experiência Profissional e Atribuições

Perfil do Fundador 01: Ensino médio completo. Técnico em Administração no Centro Paula Souza/ ETEC Prof. Massuyuki Kawano/ Tupã - SP (Cursando). Experiência profissional foi como aprendiz de auxiliar administrativo em uma clinica de repouso.

Perfil do Fundador 02: Ensino médio incompleto no Centro Paula Souza/ ETEC Prof. Massuyuki Kawano/ Tupã - SP (cursando). Técnico em Administração no Centro Paula Souza/ ETEC Prof. Massuyuki Kawano/ Tupã - SP (Cursando). Curso técnico bancário concluído no ano de 2018, na instituição FJB Cursos e Treinamento.

Perfil do Fundador 03: Ensino médio incompleto no E.E Índia Vanuíre / Tupã - SP (cursando). Técnico em Administração no Centro Paula Souza/ ETEC Prof. Massuyuki Kawano/ Tupã - SP (Cursando). Experiência profissional como atendente na Conexão Lan-House Tupã/SP.

Perfil do Fundador 04: Ensino médio completo. Técnico em Administração no Centro Paula Souza/ ETEC Prof. Massuyuki Kawano/ Tupã - SP (Cursando). Experiência profissional na área administrativa da empresa Frigorífico Estrela.

Perfil do Fundador 05: Ensino médio incompleto no Centro Paula Souza/ ETEC Prof. Massuyuki Kawano/ Tupã - SP (cursando). Técnico em Administração no Centro Paula Souza/ ETEC Prof. Massuyuki Kawano/ Tupã - SP (Cursando).

Perfil do Fundador 06: Ensino médio completo. Técnico em Administração no Centro Paula Souza/ ETEC Prof. Massuyuki Kawano/ Tupã - SP (Cursando). Experiência profissional como secretária na Creche CMEI Laura Maria de Souza.

3.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO

Nome da Empresa/Nome Fantasia: Club Green Ecoturismo LTDA ME.

CNPJ: 66.324.375/000115

3.3.1. Missão e Visão da Empresa

Missão

Contribuir para que cada indivíduo tenha contato com a vasta riqueza presente na nossa região de forma sustentável, que atualmente é um assunto pouco ressaltado pelas pessoas e ao mesmo tempo é indispensável para a vida.

Visão

Ser uma empresa que valoriza a biodiversidade regional, como intuito de proporcionar de viagens inesquecíveis e únicas.

Valores

A empresa trabalhará com temas voltados a sustentabilidade, oferecendo aos clientes segurança e confiança durante as viagens, valorizando a qualidade de serviço, através do respeito, humildade e transparência.

3.3.2. Setor de Atividade

A empresa atuará no setor de prestação de serviço, através de uma agência de viagens no ramo do ecoturismo, proporcionando uma visão ampla da importância de preservar a biodiversidade e ter um maior conhecimento em relação às belezas regionais.

3.3.3. Forma Jurídica

A empresa se enquadra na forma jurídica Microempresa (ME), porque terá uma receita bruta anual de até R\$ 360.000,00. Já o enquadramento

enquanto LTDA ocorre, pois, segundo ele, os sócios respondem juridicamente de forma limitada a seu percentual de quotas no contrato social.

3.3.4. Enquadramento Tributário

Como enquadramento tributário a empresa utilizará o Simples Nacional, onde as pessoas jurídicas que se enquadram na condição de microempresa ou empresa de pequeno porte poderão optar pela inscrição no "Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte – SIMPLES".

Conforme a tabela do simples nacional, correspondente ao anexo III (devido às alterações na Lei do Simples Nacional – 2019), esta empresa se enquadra no segmento de serviços de agência de viagens tendo como alíquota inicial para cálculo da alíquota efetiva a taxa de 13,5% ao mês.

O Simples Nacional destina-se as empresas que se beneficiarão da redução e simplificação dos tributos, além do recolhimento de um imposto único. O enquadramento no Simples está sujeito à aprovação da Receita Federal e considera a atividade e a estimativa de faturamento anual da empresa. A Lei também prevê benefícios quanto à desburocratização, acesso ao mercado, ao crédito e a justiça, o estímulo à inovação e à exportação. A Lei enquadra como microempresa (ME) a pessoa jurídica com receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360 mil. Se a receita bruta anual for superior a R\$ 360 mil e igual ou inferior é R\$ 3,6 milhões ela será classificada como Empresa de Pequeno Porte (EPP). Para as ME e EPP, o Simples Nacional abrange os seguintes tributos e contribuições: IRPJ, CSLL, PIS/PASEP, COFINS, IPI, ICMS, ISS e a Contribuição para a Seguridade Social Patronal. A Lei também criou o Microempreendedor Individual (MEI), que é pessoa que trabalha por conta própria e se legaliza como pequeno empresário optante pelo Simples Nacional, com receita bruta anual de até R\$ 60 mil. O MEI pode ter um empregado e não pode ser sócio ou titular de outra empresa. O recolhimento dos impostos e contribuições é feito em valor fixo mensal, independente da receita bruta.

Observação: Empresas não optantes pelo Simples estarão sujeitas ao recolhimento dos seguintes tributos e contribuições: • IRPJ – Imposto de Renda

Pessoa Jurídica; • PIS – Contribuição para os Programas de Integração Social; • COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social; • CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido; • IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados (para indústria); • ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercado (para indústria, comércio e serviços de transporte intermunicipal e interestadual); • ISS – Imposto sobre Serviços (prestação de serviços).

3.4. CAPITAL SOCIAL

Nomes do Fundador	Valor do Capital Integralizado
Lucas Fernandes Brito dos Santos	R\$ 16.000,00
Beatriz Gonçalves Santana	R\$ 16.000,00
Izabella Taiza Ávila de Souza	R\$ 16.000,00
Gabriel Alves da Silva	R\$ 16.000,00
Gabrielle dos Reis Lima	R\$ 16.000,00
Liara Ramiro Pereira da Silva	R\$ 16.000,00

3.5. FONTE DE RECURSOS

Os recursos da empresa serão feitos através de investimentos por parte dos próprios fundadores, cujo investimento total será de R\$ 96.000,00 – valor correspondente ao investimento de R\$ 16.000,00 de cada sócio. Tais valores são necessários para abertura da empresa, reforma do prédio, móveis, equipamentos e a aquisição de um veículo para uso da empresa.

3.6. ANÁLISE DE MERCADO

3.6.1. Análise dos Clientes

Através da pesquisa realizada pela empresa Club Green Ecoturismo, pode-se notar que grande parte da população da região de Tupã/SP, não conhece os diversos locais ecológicos presentes na mesma, pode-se dizer que isso ocorre

devido à falta de investimentos na área que diz respeito à sustentabilidade e a preservação da biodiversidade.

A maior parte das pessoas que tem interesse em realizar viagens ecológicas está dentro da faixa etária de 15 a 35 anos, dentre eles a grande maioria sabe da importância de preservar o meio ambiente e muitas delas praticam ações a favor da natureza, isso demonstra a compreensão sobre os bens e males que podem ocorrer com a mesma.

A empresa também tem o intuito de trabalhar com escolas, oferecendo viagens pedagógicas direcionadas aos alunos com o objetivo de apresentar as crianças e jovens o valor da sustentabilidade e a vasta biodiversidade presente em nossa região que precisa ser valorizada.

Assim, os clientes da empresa se caracterizam por se importarem em manter contato com a natureza onde buscam um momento de lazer, longe do caos urbano. Esse serviço atualmente está em grande procura pelo fato do maior interesse das pessoas pela natureza e a sustentabilidade, afetando diretamente na procura de viagens neste ramo. Os clientes contratam esse serviço semestralmente ou anualmente.

3.6.2. Análise dos Concorrentes

	Qualidade do Produto/Serviço	Preço	Condições de Pagamento	Atendimento	Serviços Oferecidos
BIOTRIP	Muito bom	R\$260,00	Cartão de crédito e débito, parcelas depende do valor.	Disponibiliza o grau de dificuldade do lugar visitado.	Oferece viagens nacionais e internacionais ligadas a natureza.
Coordenadas Ecoturismo e Experiência	Muito bom	R\$362,00	Cheque 6X sem juros pré-datado, 5X sem juros até 30 dias antes do embarque, cartão entrada mais 3X sem juros, entrada de 25% em cheque ou depósito bancário e o restante em até 3X iguais no cartão	Demonstra transparência para com seus clientes.	Oferece viagens nacionais e internacionais ligadas a natureza.
Pisa Trekking	Regular	R\$260,00	Cheque 6X sem juros e pré-datado, 5X sem juros até 30 dias antes do embarque, cartão entrada mais 3X sem juros, entrada de 30% em cheque ou	Usa fotos dos clientes como publicidade para empresa por meio do Instagram e a #pisatrekking.	Oferece viagens nacionais e internacionais ligadas a natureza.

			depósito e o restante em até 3X iguais no cartão		
H2Omem	Bom	R\$130,00	Apenas em cartões e boleto	Informa ao cliente itens necessários para viagem.	Oferece viagens nacionais e passeios específicos.
Ecotrips	Muito bom	R\$240,00	Cartão até 10X sem juros ou no boleto.	Demonstra motivos para os clientes escolherem as viagens da empresa.	Oferece viagens nacionais ligadas a natureza.

Conclusão da Análise dos Concorrentes: Diante da análise feita sobre os concorrentes, pode-se concluir que a Club Green é uma inovação na região onde a mesma atua, sendo assim a empresa possui uma maior oportunidade no mercado de viagens ecológicas e pedagógicas, não tendo concorrentes diretos próximo a região. OBS: O item qualidade do produto/serviço foi avaliado como: Muito bom, bom, regular e ruim através de opiniões de clientes na página do Facebook.

3.6.3. Análise dos Fornecedores

Ordem	Nome do Fornecedor	Descrição do Item	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega	Localização do Fornecedor
1	JUATUR Agência de Viagens.	Aluguel de ônibus, micro-ônibus e vans.	Ônibus: R\$5,00 por km; Micro-ônibus: R\$3,50 por km; Vans: R\$2,30 por km.	À vista ou em até 12x no cartão de crédito.	Imediato.	R. Guaianazes, 247 - Centro, Tupã - SP, 17601-130.
2	Bal Van Turismo.	Aluguel de vans.	R\$1,80 por km.	À vista.	Imediato.	R. JOÃO DA COSTA GOMES 220, 17602-661 Tupã – SP.
3	Restaurante e Padaria Kipão.	Lanches naturais.	R\$4,50 unidade. a	À vista ou cartão.	Imediato (encomenda).	Avenida Tamoios, 766 – Centro, Tupã – SP, 17601-000
4	Padaria União.	Lanches naturais.	R\$4,50 unidade. a	À vista ou cartão.	Imediato (encomenda).	R. Aimorés, 1865 – Centro, Tupã - SP, 17600-640.
5	Supermercado Romana	Sucos naturais.	R\$ 3,29 (300 ml)	À vista ou cartão.	Imediato.	R. Planalto, 370 - Parque Ipiranga, Tupã - SP, 17602-033
6	Tupãpel	Materiais de escritório	R\$ 622,34	À vista ou cartão.	Imediato.	Avenida Tamoios, 1471 – Centro, Tupã – SP, 17600-005.
7	Clean'up	Materiais de limpeza	R\$ 190,14	À vista ou cartão.	Imediato.	R. Estados Unidos, 1650 – Parque das Nações, Tupã – SP, 17606-020.

8	Supermercado Max Kawakami	Cápsulas de café	R\$ 180,00	À vista ou cartão.	Imediato,	R Guaranis, 620 - Centro - Tupã, SP - CEP: 17601-140
---	---------------------------	------------------	------------	--------------------	-----------	--

3.7. PLANO DE MARKETING

3.7.1. Descrição dos Principais Produtos ou Serviços

A empresa atuará no ramo de ecoturismo, uma inovação na região proporcionando e incentivando a sustentabilidade e cultura. A característica principal dos serviços oferecidos pela empresa são viagens ecológicas, que tem como objetivo trazer diversão, conscientização e conhecimento sobre os diversos locais e culturas que estão na região, por meio de pacotes de viagens e excursões.

Os serviços oferecidos pela empresa serão realizados por meio de pacotes distintos, onde serão separados para escolas e turistas. As realizações destes contratos serão feitas por meio do responsável legal da empresa junto com o cliente, onde será abordado tudo o que será incluso na viagem.

A empresa oferecerá nas viagens, um guia para o melhor aproveitamento do passeio, onde os turistas apresentarão uma melhor segurança em todo o percurso.

Em primeiro momento serão oferecidos pacotes tanto para os turistas em geral quanto escolares, tendo como destino: a Fazenda Floresta, situada na cidade de Lupércio a 110 km de Tupã, contando com transporte através de vans e direito a um lanche natural disponibilizado pela própria empresa; e o Horto de Lins, situado a 101 km de Tupã, contando com transporte através de vans e também com direito a um lanche natural disponibilizado pela Club Green.

3.7.2. Preço

Destino	Preço
Horto de Lins (Turistas/Escolar)	R\$ 217,30
Fazenda Floresta – Lupércio (Turistas em geral)	R\$ 256,93
Fazenda Floresta – Lupércio (Escolar)	R\$ 250,68

3.7.3. Estratégias Promocionais

A editoração multimídia será realizada através de redes sociais, como WhatsApp, Instagram e Facebook. O marketing direto será utilizado por meio de e-mail específico para as escolas e outro para agentes de viagens, telefones para contato, prédio fixo e site disponível para o público em geral relacionado a inovações que a empresa terá, despertando o desejo do consumidor com frases de efeito para ocorrer à identificação do serviço com o cliente.

Continuando com o objetivo de despertar o desejo do público, a empresa contará com uma logo e materiais de escritório nos tons de verde proporcionando assim uma identidade corporativa.

Com intuito de fidelizar os clientes serão realizadas ofertas e descontos de acordo com os pacotes fechados que afetará diretamente no valor final, levando em conta o cartão fidelidade que trará várias promoções e benefícios para o consumidor, sendo divulgado nas mídias da empresa e no momento da compra.

Como ideia para o futuro, a organização contará com um projeto de responsabilidade social interdisciplinar dentro das escolas com as crianças, onde será feito plantios de árvores para resultar em um maior contato com a natureza.

3.7.4. Estrutura de Comercialização

A atuação da Club Green é em âmbito regional, onde a biodiversidade será de grande valia para os consumidores do serviço. A empresa se destaca em vários fatores, envolvendo assim: o preço que será razoável para uma grande experiência, a qualidade do serviço e atendimento que será de grande excelência, as formas e prazos de pagamento com 50% de entrada e os outros 50% divididos em duas vezes de valores iguais no cartão de crédito.

Ao constatar o interesse do cliente com as viagens oferecidas, os funcionários irão explicar em geral todo o processo da viagem, como formas de pagamento, informações sobre o local (fotos e vídeos). Após o fechamento do

contrato, serão formados grupos no WhatsApp para informações adicionais ou caso haja alguma modificação nas mesmas.

Os clientes terão acesso a funcionários capacitados como guia turísticos que proporcionarão um melhor aproveitamento da viagem, também estará disponível o kit de primeiros socorros, caso ocorra pequenos acidentes.

Para manter o relacionamento com os clientes, será proporcionado o contato digital, respondendo dúvidas, resolvendo problemas e informando os clientes sobre promoções e benefícios do cartão fidelidade, acumulando pontos para descontos na próxima viagem.

3.7.5. Localização da Empresa

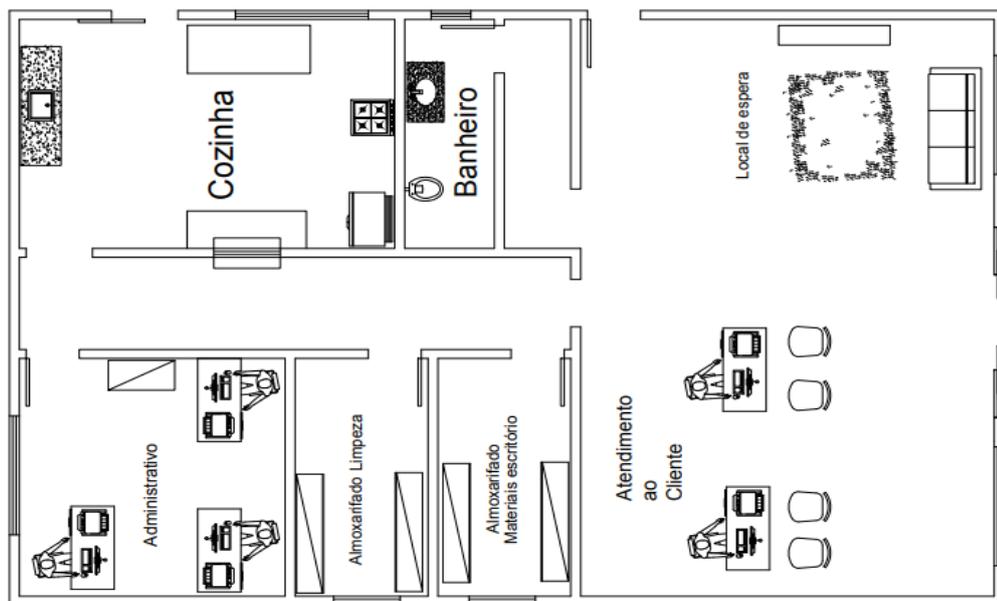
Endereço da Empresa: Avenida Tapuias – Nº 727	
Bairro: Centro	Cidade/Estado: Tupã/SP
Telefone/Fax: (14) 3441-7986	

A empresa escolheu este ponto por ser um local de boa movimentação, próximo ao centro comercial, sem concorrentes ao redor, além do fácil acesso a vagas de estacionamento na rua.

3.8. PLANO DE OPERACIONAL

3.8.1. Layout ou Arranjo Físico

Figura 01: Layout da empresa Club Green



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

3.8.2. Capacidade Produtiva

Inicialmente a empresa terá a capacidade para prestar 133 serviços/viagens por mês, sendo 57 viagens ao Horto de Lins - 19 pacotes escolares e 38 pacotes para turistas em geral; e 76 à Fazenda Floresta em Lupércio, sendo 38 pacotes escolares e 38 pacotes para turistas em geral, ambos destinos situados no interior de São Paulo.

3.8.3. Necessidade de Pessoal

Cargo	Função	Qualificação Necessária
Diarista	Limpeza geral da agência física.	Ensino médio completo

Para realização das atividades serão necessários também os cargos de administrador, guia turístico, gerente de relacionamento e vendedor, porém, devido à empresa estar no início de suas atividades, estas funções serão desenvolvidas pelos próprios sócios.

3.9 INVESTIMENTOS

3.9.1 Investimentos

	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
1	Máquinas e Equipamentos			
	Computadores	05	R\$ 1.400,00	R\$ 7.000,00
	Impressora/Scanner	02	R\$ 240,00	R\$ 480,00
	Telefone sem fio/Fax	03	R\$ 60,00	R\$ 180,00
	Celular	01	R\$ 390,00	R\$ 390,00
	Televisão	01	R\$ 910,00	R\$ 910,00
	PABX	01	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
	Roteador	01	R\$ 210,90	R\$ 210,90
				R\$ 10.370,90
2	Móveis e Utensílios			
	Mesas de escritório	05	R\$ 310,00	R\$ 1.550,00
	Cadeiras de escritório	10	R\$ 305,00	R\$ 3.050,00

	Escaninho	05	R\$ 18,05	R\$ 90,25
	Suporte (Televisão)	01	R\$ 32,00	R\$ 32,00
	Armário (escritório)	02	R\$ 350,00	R\$ 700,00
	Geladeira	01	R\$ 1.099,00	R\$ 1.099,00
	Máquina de Café Expresso	01	R\$ 350,00	R\$ 350,00
	Armário (cozinha)	01	R\$ 261,25	R\$ 261,25
	Micro-ondas	01	R\$ 230,00	R\$ 230,00
	Bebedouro	01	R\$ 300,00	R\$ 300,00
	Sofá (03 lugares)	01	R\$ 900,00	R\$ 900,00
	Pia (banheiro)	01	R\$ 95,00	R\$ 95,00
	Vaso sanitário	01	R\$ 229,00	R\$ 229,00
	Pia (cozinha)	01	R\$ 163,90	R\$ 163,90
				R\$ 9.050,40
3	Veículos			
	Carro	1	R\$ 22.000,00	R\$22.000,00
				R\$22.000,00
	Total de investimentos fixos			R\$ 41.421,30

3.9.2 Capital de giro

O capital de giro é o montante de recursos necessário para o funcionamento normal da empresa, compreendendo a compra de matérias-primas ou mercadorias, financiamento das vendas e o pagamento das despesas.

A – Estimativa do estoque inicial

DESCRIÇÃO	TOTAL
Materiais de limpeza	R\$ 190,14
Materiais de escritório	R\$ 622,34
Cápsulas de café	R\$ 180,00
Total de estoques	R\$ 992,48

B – Caixa mínimo

É o capital de giro próprio necessário para movimentar seu negócio.

1º passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

É a média do prazo de financiamento a clientes, ou seja, do prazo concedido aos clientes para que estes efetuem o pagamento do que compraram.

Prazo médio de vendas	(%)	Número de Dias	Média ponderada em dias
A vista	50%	0	0
A prazo (1)	25%	30	7,5
A prazo (2)	25%	60	15
		Prazo médio total	23 (aproximadamente)

2º passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de Dias	Média ponderada em dias
A vista	50%	0	0
A prazo (1)	50%	30	15
		Prazo médio total	15 dias

3º passo: Estoques – Cálculo da necessidade média de estoques

Prazo médio de permanência será de 30 dias.

4º passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

	Número de dias
Recursos da Empresa fora do seu caixa	
1. Contas a Receber – Prazo médio das vendas (aproximadamente)	23 dias
2. Estoques – necessidade média de estoque	30 dias
Subtotal 1 (1+2)	43 dias
Recursos de terceiro no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio das compras	15 dias
Subtotal 2	15 dias
Necessidade líquida de capital de giro em dias (Subtotal 1 – subtotal 2)	28 dias

B – Caixa mínimo: Representa a reserva em dinheiro necessária para que a empresa financie suas operações iniciais.

1. Custo fixo mensal	R\$ 14.187,48
2. Custo variável mensal	R\$ 5.802,20
3. Custo total da empresa (1+2)	R\$ 19.98,68
4. Custo total diário (item 3/ 30 dias)	R\$ 666,32
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (quadro anterior)	28 dias
Total de B – Caixa mínimo (item 4x5)	R\$ 18.656,96

A partir dos dados fornecidos acima o caixa mínimo necessário para a cobertura dos custos da empresa para um período de 28 dias é de R\$ 18.656,96

Resumo do capital de Giro

Investimentos Financeiros	R\$
A – Estoque Inicial	R\$ 992,48
B – Caixa mínimo	R\$ 18.656,96
Total do capital de giro	R\$ 19.649,44

3.9.3 – Investimentos pré-operacionais

Compreendem os gastos realizados antes do início das atividades da empresa, isto é, antes que ela abra as portas e comece a vender.

INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$
Despesas de legalização	R\$ 1.607,50
Obras ou reformas	R\$ 30.000,00
Divulgação	R\$ 500,00
Total	R\$ 32.107,50

3.9.4 Investimento total

Descrição dos Investimentos	Valor R\$	(%)
1. Investimentos Fixos	41.421,30	44,45
2. Capital de Giro	19.649,44	21,09
3. Investimentos Pré-Operacionais	32.107,50	34,46
Total	93.178,24	100
FONTES DE RECURSOS		
	Valor R\$	(%)
1. Recursos próprios	R\$ 120.000,00	100
Total	R\$ 120.000,00	100

3.10. PLANO DE CUSTOS/FINANCEIRO

3.10.1. Custo do Serviço

3.10.1.1 Mão de obra

CUSTO DO SERVIÇO	
Total de pró-labore	R\$ 4.000,00
Encargos	R\$ 1.350,80
Custo total	R\$ 5.350,80

Custo Mão Obra = 5.350,80

133

Custo Mão Obra = R\$ 40,23 por viagem.

3.10.1.2 Cálculo dos Materiais Diretos

Não será necessário material direto para prestação do serviço.

3.10.1.3 Custo total do serviço

Guia Turístico	
Itens	Valores
Custo da mão-de-obra	R\$ 40,23
Total do serviço	R\$ 40,23

3.10.2. Custo Fixo

CUSTOS FIXOS	
Custos	Valores
Aluguel	R\$ 2.000,00

Diarista	R\$ 320,00
Água	R\$ 60,00
Energia	R\$ 200,00
Telefone fixo	R\$ 100,00
Internet	R\$ 80,00
Propaganda	R\$ 200,00
Combustível	R\$ 300,00
Escritório de contabilidade	R\$ 500,00
Material de escritório	R\$ 622,34
Material de limpeza	R\$ 190,14
Cápsulas de café	R\$ 180,00
Pró-labore (+ encargos)	R\$ 9.435,00
Total	R\$ 14.187,48

Valor mensal das despesas fixas = R\$ 14.187,48

Custo Fixo = R\$ 14.187,48 ÷ 133

Custo Fixo = R\$ 106,67 por pessoa/viagem

3.10.3. Custo Variável

Em cada viagem, a empresa terá como custo variável, além do transporte, os gastos com lanches servidos durante o passeio como segue tabela abaixo.

Pacote 01: Horto de Lins (Turistas em geral e escolar)

Item	Preço estimado	Quantidade estimada	Total
Lanche	R\$ 7,80	57	R\$ 444,60
Transporte	R\$ 363,60	3	R\$ 1.090,80
Total			R\$ 1.535,40

1.535,40 / 57 = R\$ 26,94 por pessoa

Pacote 02: Fazenda floresta – Lupércio (Turistas em geral)

Item	Preço estimado	Quantidade estimada	Total
Passagem	R\$ 30,00	38	R\$ 1.040,00
Lanche	R\$ 7,80	38	R\$ 296,40
Transporte	R\$ 396,00	2	R\$ 792,00
Total			R\$ 2.228,40

$$2.228,40 / 38 = \text{R\$ } 58,64 \text{ por pessoa}$$

Pacote 03: Fazenda floresta – Lupércio (Escolar)

Item	Preço estimado	Quantidade estimada	Total
Passagem	R\$ 25,00	38	R\$ 950,00
Lanche	R\$ 7,80	38	R\$ 296,40
Transporte	R\$ 363,60	2	R\$ 792,00
Total			R\$ 2.038,40

$$2.038,40 / 38 = \text{R\$ } 53,64 \text{ por pessoa}$$

Além dos lanches e transporte, também compõe o custo variável os valores gastos com impostos e taxa de administração do cartão de crédito, como segue cálculo abaixo.

Para encontrar a alíquota efetiva de 8,86% a ser utilizado sobre o faturamento foi realizado o seguinte calculo:

$$31.675,28 \times 12 = 380.103,36$$

$$380.103,36 \times 13,5\% - 17.640,00 / 380.103,36 = 8,86 \%$$

DESCRIÇÃO	%	FATURAMENTO ESTIMADO	CUSTO TOTAL (R\$)
1. IMPOSTOS			
Simplex	8,86	R\$ 31.675,28	2.806,43
SUBTOTAL 1		R\$ 31.675,28	2.806,43
2. GASTOS COM VENDAS			
Taxa de administração do cartão de crédito	4,5	R\$ 15.837,64	712,69
SUBTOTAL 2		R\$ 15.837,64	712,69
TOTAL (1+2)		R\$ 47.512,92	3.519,12

R\$ 3.519,12 / 133 = R\$ 26,45 por pessoa/viagem

Horto de Lins - (Turistas em geral e escolar)

R\$ 26,45 x 57 = 1.507,65

Fazenda Floresta – Lupércio (Turistas em geral)

R\$ 26,45 x 38 = 1.005,10

Fazenda Floresta – Lupércio (Escolar)

R\$ 26,45 x 38 = 1.005,10

Sendo assim, o total do custo variável total e unitário para cada destino pode ser visualizado na tabela abaixo:

Destinos	Custo variável da viagem	Custo variável dos impostos	Total	Total unitário
Horto de Lins - (Turistas em geral e escolar)	R\$ 1.535,40	R\$ 1.507,65	R\$ 3.043,05	R\$ 53,39
Fazenda Floresta – Lupércio (Turistas em geral)	R\$ 2.228,40	R\$ 1.005,10	R\$ 3.233,50	R\$ 85,09

Fazenda Floresta – Lupércio (Escolar)	R\$ 2.038,40	R\$ 1.005,10	R\$ 3.043,50	R\$ 80,09
Total	R\$ 5.802,20	R\$ 3.517,85	R\$ 9.320,05	R\$ 218,57

3.10.4. Apuração do Custo Total Serviço

Os valores apresentados a seguir são referentes a pacotes unitários, sendo incluso o valor da mão de obra, do custo fixo e do custo variável.

Horto de Lins (Turistas em geral e escolar)

Custo total do serviço = R\$ 200,29 (R\$ 40,23 + R\$ 106,67 + R\$ 53,39)

Fazenda Floresta – Lupércio (Turistas em geral)

Custo total do serviço = R\$ 231,99 (R\$ 40,23 + R\$ 106,67 + R\$ 85,09)

Fazenda Floresta – Lupércio (Escolar)

Custo total do serviço = R\$ 226,99 (R\$ 40,23 + R\$ 106,67 + R\$ 80,09)

3.10.5 Preço de venda

Definição da Margem de Lucro

A Margem de Lucro - ML , é o lucro esperado pelo empresário, após pago todos os custos. Para fixação da margem de lucro a empresa deverá ficar atenta, e verificar além dos seus custos também o preço praticado pelo mercado.

Horto de Lins (Turistas em geral e escolar)

$$PV = R\$ 200,29 + 7,99\% = R\$ 217,30$$

Fazenda Floresta – Lupércio (Turistas em geral)

$$PV = R\$ 231,99 + 10,75\% = R\$ 256,93$$

Fazenda Floresta – Lupércio (Escolar)

$$PV = R\$ 226,99 + 10,44\% = R\$ 250,68$$

3.10.6 Demonstrativo de resultados

ITENS	DESCRIÇÃO	R\$	(%)
Pacotes de viagem	Receita total com vendas	31.675,28	100
	(-) Custos dos serviços	28.857,77	91,10
	LUCRO DO PERÍODO	2.817,51	8,90

3.10.7. Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio representa o quanto sua empresa precisa faturar para pagar todos os seus custos em um determinado período.

$$\text{Índice da Margem de Contribuição} = \frac{31.675,28 \text{ (faturamento Total)} - 9.320,05}{31.675,28}$$

$$\text{Índice da Margem de Contribuição} = 22.355,23 / 31.675,28 = 0,70$$

$$\text{PE (Ponto de Equilíbrio)} = \frac{14.187,48}{0,70}$$

$$\text{PE} = \text{R\$ } 20.267,83$$

Ou seja, no mês para não ter nem lucro nem prejuízo a empresa precisa vender/faturar R\$ 20.267,83. Acima disso passa a ter lucro.

3.11 INDICADORES FINANCEIROS

3.11.1 Lucratividade

É um indicador que mede o lucro líquido em relação às vendas. É um dos principais indicadores econômicos das empresas, pois está relacionado à sua competitividade. Se sua empresa possui uma boa lucratividade, ela apresentará maior capacidade de competir, isso porque poderá realizar mais investimentos em divulgação, na diversificação dos produtos e serviços, na aquisição de novos equipamentos, etc.

$$\text{Lucratividade: } \frac{2.817,51}{31.675,28} \times 100 = 8,89\%$$

$$31.675,28$$

Isso quer dizer que sob os R\$ 31.675,28 de receita total “sobram” R\$2.817,51 na forma de lucro, depois de pagas todas as despesas e impostos, o que indica uma lucratividade de 8,89% ao mês.

3.11.2 Rentabilidade

É um indicador de atratividade dos negócios, pois mede o retorno do capital investido aos sócios. É obtido sob a forma de percentual por unidade de tempo (mês). É calculada através da divisão do lucro líquido pelo investimento total. A rentabilidade deve ser comparada com índices praticados no mercado financeiro.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{2.817,51}{93.178,24} \times 100 = 3,02$$

Isso significa que, a cada mês, o empresário recupera 3,02% do valor investido através dos lucros obtidos no negócio.

3.11.3 Prazo de retorno do investimento

Assim como a rentabilidade, também é um indicador de atratividade. Indica o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu em seu negócio.

$$\text{Prazo de retorno do investimento} = \frac{93.178,24}{2.817,51} = 2 \text{ anos e } 8 \text{ meses.}$$

Isso significa que, 4 anos após o início das atividades da empresa, o empreendedor terá recuperado, sob a forma de lucro, tudo o que gastou com a montagem do negócio.

3.12. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Fazer a Análise SWOT do Plano de Negócio Descritivo desenvolvido.

	Fatores Internos (Controláveis)	Fatores Externos (Incontroláveis)
Pontos Fortes	<ul style="list-style-type: none"> •Com o aumento de interesse no ecoturismo, vem agregada a valorização do cliente. •Com a exigência imposta atualmente mercado, é necessário termos boas parcerias, ao que se diz respeito à terceirização dos serviços. •Com interesse da preservação do meio-ambiente, a empresa propõe seguir corretamente as normas e leis que regulamentam todos os processos de preservação ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> •Pelo fato de ter grande variedade de empresas de viagens, é preciso demonstrar a qualidade do transporte e a valorização do cliente. •Atualmente a crise econômica está afetando muito o país, porém a uma alta procura em excursões voltadas a sustentabilidade. •O que limita o trabalho da empresa são as leis e políticas diante as áreas preservadas, mas o objetivo é segui-las, colocando ao favor da mesma.
Pontos Fracos	<ul style="list-style-type: none"> •A falta de viagens fora de temporada afetará os lucros da empresa, porém poderão ser feitas excursões com escolas durante esse período. •A falta de divulgações afetaria o reconhecimento dos clientes com a empresa, por isso, será feito investimentos voltados às propagandas. 	<ul style="list-style-type: none"> •A crise econômica, as poucas viagens fora de temporada, poderá ser uma barreira, mas nada impede que seja feitos projetos e promoções que trará reconhecimento à empresa. •A grande variedade de empresas e pouco espaço no mercado podem ser resolvidos com diferenciais que a empresa oferecer ao cliente, como preços mais acessíveis e com viagens para lugares menos explorados.

Conclusão da Análise SWOT:

De acordo com as análises feitas sobre o serviço da empresa Club Green Ecoturismo foi possível concluir que este ramo está em alta com grande procura, um crescimento atual no mercado que proporciona um melhor desenvolvimento da empresa. Porém existem alguns pontos negativos incontroláveis

como a crise econômica e grande concorrência, por outro lado existem fatores menores que através de métodos podem ser minimizados ou erradicados.

Diante dos prós e contras, a empresa tem como objetivo sempre procurar melhorias para enfrentar as barreiras, tendo em conta a valorização e a qualidade do serviço prestado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente a preservação do meio ambiente está cada vez mais em alta, com isso pensar em sustentabilidade é fundamental para que as organizações contribuam não somente com seu crescimento econômico, mas também tendo como objetivo ações que minimizem devastações ambientais. Nesse cenário destaca-se o ecoturismo, que consiste na atividade turística que utiliza de forma sustentável o patrimônio natural e cultural, incentivando a sua conservação e buscando a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar social.

A região de Tupã/SP possui uma vasta biodiversidade que envolve desde fauna e flora até diferentes culturas, na qual é de grande valia a sua observação. Neste contexto, após o levantamento e análises de dados obtidos através de questionários aplicados em diversos meios de comunicação para diferentes públicos, foi identificada a oportunidade de criação de uma empresa no ramo de viagens ecológicas na região de Tupã/SP, a Club Green Ecoturismo, que visa proporcionar aos clientes contato com ambientes naturais através da realização de atividades que promovam a vivência e o conhecimento da natureza e da cultura do local, baseado nos conceitos de educação, conservação e sustentabilidade.

Considerando os aspectos apresentados, a abertura da empresa Club Green Ecoturismo será vantajosa para o mercado regional do município de Tupã/SP, resultando em um maior desenvolvimento econômico e no reconhecimento do ecossistema aqui presente.

REFERÊNCIAS

BRITO, D. A. **Educação, cultura e meio ambiente: análise da história e cultura corporal na comunidade de Diogo / BA.** Salvador: UFB, 2012. 92 p. Dissertação - Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/14439/1/Dissertação%20de%20Mestrado..pdf>> Acesso em: 19 out. 2018.

CAMPANER, É. C. S; ARAÚJO, G. M. S; PINHEIRO, R. C. **Gestão ambiental como responsabilidade social das organizações.** Lins: UniSALESIANO, 2009. Disponível em: <<http://www.unisalesiano.edu.br/biblioteca/monografias/48724.pdf> > Acesso em: 19 out. 2018.

ENDRES, A. V. **Sustentabilidade e Ecoturismo: Conflitos e Soluções a Caminho do Desenvolvimento.** São Paulo, 1998. Disponível em: <<file:///C:/Users/d118/Downloads/63423-Texto%20do%20artigo-83096-1-10-20131015.pdf>> Acesso em 18 out. 2018.

GAGLIARDO, R. C. **Ecoturismo e educação ambiental: um estudo de caso.** Rio de Janeiro: UCAM, 2003. p. 53. Planejamento e educação ambiental. Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.

GOUVEIA, L. A. et al. **Fatores que influenciam a intenção de compra de viagens de ecoturismo e turismo de aventura.** Revista Brasileira de Ecoturismo, São Paulo, v.7, n.3, p.551-575, ago/out. 2014. Disponível em: <<http://www.sbecotur.org.br/rbecotur/seer/index.php/ecoturismo/article/view/815>> Acesso em: 19 out. 2018.

ISERHARDT, P. M. et al. **CONSCIÊNCIA AMBIENTAL: A MELHOR FORMA DE SOBREVIVÊNCIA.** Rio Grande do Sul: PUCRS, 2009. Disponível em: <http://www.pucrs.br/edipucrs/XSalaolC/Ciencias_Sociais_Aplicadas/Direito/71040-PATRICIA_MACHADO_ISERHARDT.pdf > Acesso em: 19 out. 2018.

JACOBI, P. **EDUCAÇÃO AMBIENTAL, CIDADANIA E SUSTENTABILIDADE.** São Paulo: USP, 2003, p. 205. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cp/n118/16834.pdf>> Acesso em: 18 out. 2018.

LEITE, E. F. **Responsabilidade Social na Perspectiva do Eco empreendedorismo.** Pernambuco, Universidade de Pernambuco, 2012. Disponível em: <<http://www.oei.es/salactsi/ECOEMPREENDEDORISMO.pdf>> Acesso em 18 out. 2018.

MATHEUS, F. S.; RAIMUNDO, S. **Os resultados das políticas públicas de ecoturismo em Unidades de Conservação no Brasil e no Canadá.** Rev. Bras. Pesq. Tur. São Paulo, 11(3), p. 454, set/dez. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbtur/v11n3/pt_1982-6125-rbtur-11-03-00454.pdf> Acesso em: 18 out. 2018.

MEDEIROS, W. L. L. **A atividade do ecoturismo como instrumento de Preservação e conservação do meio ambiente.** São Paulo, 2006, p. 24. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/teste/arqs/cp011781.pdf>> Acesso em: 18 out. 2018.

TEODORO, C. et al. **MÍDIA E MEIO AMBIENTE.** Palmas, 2010. Disponível em: <http://www.catolica-to.edu.br/portal/portal/downloads/docs_gestaoambiental/projetos2010-1/1-periodo/Midia_e_meio_ambiente.pdf> Acesso em: 18 out. 2018.

VASCONCELOS, F. P; SILVA A. C. P; COSTA L. F. **Turismo de aventura e ecoturismo: entre práticas e normas no contexto brasileiro.** Revista Iberoamericana de Turismo, Penedo, v. 2, n.2, p. 108-138, jul/dez. 2012. Disponível em: <<http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/578/462>> Acesso em: 19 out. 2018.

APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL

SOCIEDADE LIMITADA

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE: Club Green Ecoturismo LTDA ME.

1. Lucas Fernandes Brito dos Santos, brasileiro, Tupã, solteiro, 25/08/2001, estudante, CPF, 502.610.838-79, RG, 52.147.487-5, SSP/SP, João de Andrade, nº150, Parque Carajás, Tupã, SP, 17610-029.
2. Beatriz Gonçalves Santana, brasileiro, Bastos, solteiro, 15/11/2001, estudante, CPF, 503.496.878-97, RG, 60.542.121-3, SSP/SP, Santos, nº32, Jardim Santa Luzia, Bastos-SP, 17690-000.
3. Izabella Taiza Ávila de Souza, brasileiro, Tupã, solteiro, 06/11/2002, estudante, CPF, 518.828.078-71, RG, 56.699.142-X, SSP/SP, Assur Bittencourt, nº843, Parque Bela Vista, Tupã-SP, 17603-251.
4. Gabriel Alves da Silva, brasileiro, Tupã, solteiro, 20/05/1997, estudante, CPF, 457.227.218-24, RG, 53.477.144-0, SSP/SP, Potiguaras, nº1165, Centro, Tupã-SP, 17600-120.
5. Gabrielle dos Reis Lima, brasileiro, Tupã, solteiro, 02/12/2002, estudante, CPF, 454.278.598-02, RG, 60.521.417-7, SSP/SP, Rua João Capiotto, nº941, Cônego Rebouças, Tupã-SP, 17600-040.
6. Liara Ramiro Pereira da Silva, brasileiro, Tupã, solteiro, 12/08/2001, auxiliar de escritório em geral, CPF, 512.030.778-74, RG, 60.859.027-7, SSP/SP, João de Andrade, nº165, Parque Carajás, Tupã-SP, 17610-029.

Constituem uma sociedade limitada, mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial Club Green Ecoturismo LTDA ME e terá sede e domicílio na Avenida Tapuias, Nº 727, Centro, Tupã- SP, 17600-260.

2ª O capital social será R\$ 96.000,00 (noventa e seis mil reais), dividido em 16.000 quotas de valor nominal R\$ 1,00 (um real), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

Lucas Fernandes Brito dos Santos; nº de quotas 16.000; R\$ 16.000,00.

Beatriz Gonçalves Santana; nº de quotas 16.000; R\$ 16.000,00.

Izabella Taiza Ávila de Souza; nº de quotas 16.000; R\$ 16.000,00.

Gabriel Alves da Silva; nº de quotas 16.000; R\$ 16.000,00.

Gabrielle dos Reis Lima; nº de quotas 16.000; R\$ 16.000,00.

Liara Ramiro Pereira da Silva; nº de quotas 16.000; R\$ 16.000,00.

3ª O objeto será a prestação de serviços por meio de uma agencia de viagens voltadas ao ecoturismo.

4ª A sociedade iniciará suas atividades no ano 2020 e seu prazo de duração é indeterminado.

5ª As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

7ª A administração da sociedade caberá Gabriel Alves da Silva com os poderes e atribuições de tomar decisões sobre a área financeira, autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

8ª Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados.

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador (es) quando for o caso.

10 A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

11 Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de "pro labore", observadas as disposições regulamentares pertinentes.

12 Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

13 O(s) Administrador (es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

14 fica eleito o foro de Tupã-SP para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 2 vias.

Tupã, 18 de junho de 2019.

_____	_____
Lucas Fernandes Brito dos Santos	Beatriz Gonçalves Santana
_____	_____
Izabella Taiza Ávila de Souza	Gabriel Alves da Silva
_____	_____
Gabrielle dos Reis Lima	Liara Ramiro Pereira da Silva

Visto: _____ (OAB/SP)

Nome

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO A DIFERENTES PÚBLICOS

Pesquisa sobre Agência de Ecoturismo

Essa pesquisa tem a finalidade de levantar dados sobre o interesse no ecoturismo na região de Tupã/SP dentro de um raio de 200 km, que valorize a cultura local e a biodiversidade presente na mesma.

1- Você já realizou uma viagem que preserve as relações entre os seres vivos e o meio ambiente onde vivem?

Sim

Não

2- Faria uma viagem voltada a esse ramo?

Sim.

Não.

3- Você tem o hábito de fazer viagens de curta duração?

Sim, mensalmente.

Sim, semestralmente.

Sim, anualmente.

Raramente.

Raramente.

Não viajo.

4- Com qual frequência você viajaria para esses ambientes?

Mensal.

Semestral.

Anual.

Não viajaria.

5- Como você classifica a importância da preservação da biodiversidade (conjunto de todas as espécies de seres vivos existentes em determinada região ou época)?

- Muito importante.
- Importante.
- Razoável.
- Indiferente.

6- Como você classifica a importância do conhecimento sobre a cultura local (complexo que inclui o conhecimento, a arte, as crenças, a lei, a moral, os costumes e todos os hábitos e aptidões adquiridos pelo ser humano em uma região específica)?

- Muito importante.
- Importante.
- Razoável.
- Indiferente

7- Com que frequência você pratica ações para proteger o meio ambiente (reciclar, economizar água, não jogar lixo nas ruas etc)?

Frequentemente.

- Às vezes.
- Raramente.
- Não prático.

8- Você possui filho(a)?

- Sim.
- Não.

9- Se possui filho(a), você permitiria/incentivaria ele(a) realizar uma viagem pedagógica ligada a esse propósito?

- Sim.
- Não.
- Não tenho filho(a).

10- Dentro desta proposta, quais atividades esportivas você tem interesse? (Assinale uma ou mais atividades).

- Trilha.
- Ciclismo.

- Escalada.
- Canoagem.
- Arvorismo.
- Tirolesa.
- Outros.

11- Qual sua faixa etária?

- 15-20.
- 21-25.
- 26-30.
- 31-35.
- Acima de 35.

APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS

