



ANDRESSA DA SILVA OVANDO

**PLANO DE NEGÓCIO: IPÊ BIKE TOUR  
EMPREENHIMENTO NO SEGMENTO DO  
CICLOTURISMO**

---

**Campo Grande – MS  
2019**



**CURSO DE TURISMO - UUCG**

**ANDRESSA DA SILVA OVANDO**

**PLANO DE NEGÓCIO: IPÊ BIKE TOUR  
EMPREENDEDIMENTO NO SEGMENTO DO  
CICLOTURISMO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Turismo – ênfase em Empreendedorismo e Políticas Públicas da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, como parte das exigências para obtenção do Grau de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dra. Giuliana Mendonça de Faria

---

**Campo Grande – MS**

**2019**

**ANDRESSA DA SILVA OVANDO**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO  
PLANO DE NEGÓCIOS**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL  
CURSO DE TURISMO – ÊNFASE EM EMPREENDEDORISMO E  
POLÍTICAS PÚBLICAS**

**PLANO DE NEGÓCIO: IPÊ BIKE TOUR EMPREENDIMENTO NO  
SEGMENTO DO CICLOTURISMO**

**APROVADO EM: 25 DE NOVEMBRO DE 2019**

---

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dra. Giuliana Mendonça de Faria

---

Prof. Dr. Miguel Ângelo Batista dos Santos      Prof. Dr. Djanires Lageano Neto de Jesus

098p Ovando, Andressa da Silva

Plano de Negócio: Ipê Bike Tour empreendimento no segmento de cicloturismo/ Andressa da Silva Ovando. – Campo Grande, MS: UEMS, 2019.

68p.

Plano de Negócio (Graduação) – Turismo: ênfase em Empreendedorismo e Políticas Públicas – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, 2019.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dra Giuliana Mendonça de Faria

1. Turismo 2. Plano de negócios 3. Cicloturismo I. Faria, Giuliana Mendonça de II. Título

CDD 23. ed. – 388.3472



*Dedico este Trabalho de Conclusão de Curso, a minha mãe Conceição e ao meu pai Gilson, em agradecimento ao apoio, força, carinho e amor, que sempre dedicaram a mim.*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos envolvidos no meu processo de formação. Foram anos desafiadores, os quais o apoio de meus familiares, amigos, colegas de trabalho e professores foram fundamentais, para chegar até aqui. Em especial agradeço a minha Orientadora Prof. Dra. Giuliana Mendonça de Faria, por se disponibilizar e acreditar no trabalho desenvolvido, e por todo aprendizado que obtive durante as orientações. Agradeço as amigas de turma Ana Cristina Albuquerque, Paula Gabriela Silva, Tânia Mara Passos e Vivian Monteiro, pela parceria e amizade que construímos nesses quatro anos. Agradeço a gestão e aos colegas de trabalho da empresa Top Lyne que não negaram esforços em meu auxílio, foram ajudas essenciais para eu poder concluir minha graduação. Ao Instituto Mamede, agradeço pela experiência adquirida no meu período de Estágio Curricular Supervisionado Obrigatório, experiências e aprendizados, que foram norteadores para o desenvolvimento deste trabalho. As minhas amigas, Luise Anne P. S. de Almeida, Mirian Aparecida Andrade da Silva e Renata França Martins, sou grata por tornarem meus dias mais alegres com a verdadeira amizade. Agradeço ao Carlos Alexandre T. Zorzetti por me direcionar na escolha do curso de Turismo e por todo incentivo no período de graduação. A minha família, Conceição Aparecida da Silva (mãe), Gilson Benites Ovando (pai) e Irwing da Silva Ovando (irmão), minha eterna gratidão, por serem meus pilares de sustentação, em que as bases são amor, cuidado e dedicação.

E a sabedoria, luz e amparo de Deus em minha vida sou imensamente grata.

## ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

### FIGURAS

Figura 1 - Organograma .....	17
Figura 2 - Roteiro: comunidade quilombola Furnas da Boa Sorte .....	21
Figura 3 - Rota: comunidade quilombola Furnas da Boa Sorte .....	22
Figura 4 - comunidade quilombola Furnas da Boa Sorte .....	22
Figura 5 - Garapa .....	23
Figura 6 - Hospedagem domiciliar .....	23
Figura 7 - Morro de São Sebastião .....	24
Figura 8 - Roteiro Assentamento Canaã.....	25
Figura 9 - Rota: Assentamento Canaã .....	26
Figura 10 - Receptivo Assentamento Canaã.....	26
Figura 11 - Horta Assentamento Canaã.....	27
Figura 12 - Estrada/ Morro Santo Antônio.....	27
Figura 13 - Fogão à lenha, Assentamento Canaã .....	28
Figura 14 – Roteiro: Águas do Miranda.....	29
Figura 15 - Rota: Águas do Miranda .....	30
Figura 16 - Rio Miranda .....	30
Figura 17 - Fauna em Águas do Miranda.....	31
Figura 18 - Faixa etária.....	34
Figura 19 - Renda familiar .....	35
Figura 20 - Escolaridade.....	36
Figura 21 - Há quanto tempo pedala?.....	37
Figura 22 - Já viajou para outros lugares para pedalar? .....	38
Figura 23 - Principal motivação .....	39
Figura 24 - Empresa especializada em roteiros cicloturísticos.....	40
Figura 25 - Interesse em roteiros diferenciados.....	42
Figura 26 - Condução .....	42
Figura 27 - Hospedagem .....	43
Figura 28 - Tipos de hospedagem .....	43
Figura 29 - Itens fundamentais .....	44
Figura 30 - Atrativos turísticos.....	44
Figura 31 Logotipo .....	48

Figura 32 Slogan.....	48
Figura 33 - Preços.....	53

## **QUADROS**

Quadro 1 - Informações gerais da empresa e empreendedor.....	12
Quadro 2 - Recursos físicos.....	17
Quadro 3 - Recursos tecnológicos.....	18
Quadro 4 - Recursos humanos.....	18
Quadro 5 - Análise SWOT.....	19
Quadro 6 – Alianças estratégicas.....	33

## **TABELAS**

Tabela 1 - Produto 01.....	51
Tabela 2 – Produto 02.....	51
Tabela 3 – Produto 03.....	52
Tabela 4 - Investimentos fixos.....	54
Tabela 5 - Estoque inicial.....	54
Tabela 6 - Caixa mínimo.....	54
Tabela 7 - Investimentos pré-operacionais.....	55
Tabela 8 - Investimento total.....	55
Tabela 9 - Fonte de recursos.....	55
Tabela 10 - Faturamento mensal.....	56
Tabela 11 - Custo unitário produto 01.....	56
Tabela 12 - Custo unitário produto 02.....	57
Tabela 13 - Custo unitário produto 03.....	57
Tabela 14 - Custo unitário por produto.....	58
Tabela 15 - Apuração do custo de serviços vendidos.....	58
Tabela 16 - Custos com depreciação.....	58
Tabela 17 - Custos fixos operacionais mensais.....	59
Tabela 18 - Demonstrativo de resultados.....	59
Tabela 19 - Indicadores de viabilidade.....	59

## SUMÁRIO

<b>SUMÁRIO EXECUTIVO.....</b>	<b>11</b>
<b>1. EMPRESA.....</b>	<b>12</b>
1.1 Informações Gerais da Empresa e Empreendedor.....	12
1.2 Definições do Negócio .....	13
1.3 Necessidade do mercado a ser atingida .....	14
1.4 Cenário futuro para o mercado .....	15
1.5 Visão.....	16
1.6 Missão.....	16
1.7 Organograma .....	17
1.8 Recursos Físicos .....	17
1.9 Recursos Tecnológicos .....	18
1.10 Recursos Humanos .....	18
1.11 Análise SWOT.....	19
<b>2. PRODUTOS E SERVIÇOS.....</b>	<b>20</b>
2.1 Apresentação e descrição dos produtos .....	20
2.2 Normas e técnicas.....	31
2.2.1 Etapas do registro .....	31
2.3 Alianças estratégicas.....	32
<b>3. MERCADO .....</b>	<b>34</b>
3.1 Público-alvo.....	34
3.2 Tendências de mercado .....	38
3.3 Participações pretendidas para o mercado.....	40
3.4 Análise dos concorrentes .....	40
3.5 Diferencial competitivo .....	41
3.6 Metas específicas.....	45
<b>4. MARKETING.....</b>	<b>46</b>
4.1 Canais de distribuição.....	46
4.2 Marca .....	46
4.3 Estratégias de promoção, comercialização, distribuição e divulgação dos produtos .....	49
4.4 Relacionamento com os clientes.....	49
4.5 Preços .....	50

<b>5. PLANO FINANCEIRO .....</b>	<b>54</b>
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>60</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	
<b>APÊNDICE</b>	

## SUMÁRIO EXECUTIVO

Este plano de negócio consiste na abertura de um empreendimento no segmento de cicloturismo em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, o qual visa o fortalecimento do turismo sustentável, aliado ao Ecoturismo de Base Comunitária.

A empresa tem como objetivo utilizar-se de áreas naturais de comunidades locais existentes no Estado, para realizar roteiros cicloturísticos, promovendo assim, interação com a natureza, atividades físicas, qualidade de vida, lazer e experiência de vivenciar a cultura dos lugares visitados.

Para validação do negócio, foram aplicados questionários com ciclistas moradores de Campo Grande, para identificar o público-alvo, e conhecer suas motivações e preferências no que tange a prática do ciclismo.

Os destinos escolhidos para elaboração dos produtos foram: Comunidade Quilombola Furnas da Boa Sorte, Assentamento Canaã e Águas do Miranda. Os roteiros formatados, contam com apoio e organização da empresa, o qual prevê satisfazer as necessidades dos ciclistas em viagens de cicloturismo.

Com base na pesquisa de mercado, plano de marketing e plano financeiro, realizados para elaboração deste plano de negócio, diante os resultados obtidos, foi verificado viabilidade de abertura do empreendimento Ipê Bike Tour, projetando dessa forma, rentabilidade e lucratividade do negócio.

## 1. EMPRESA

### 1.1 Informações gerais da empresa e empreendedor

Quadro 1 - Informações gerais da empresa e empreendedor

<b>Nome:</b>	Andressa da Silva Ovando
<b>Endereço:</b>	Rua Arapoema n°876, Jardim Inápolis
<b>Cidade:</b>	Campo Grande
<b>Estado:</b>	Mato Grosso do Sul
<b>Perfil:</b>	Andressa da Silva Ovando, graduanda no curso de Turismo com ênfase em Empreendedorismo e Políticas Públicas, pela Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS) unidade Campo Grande. Experiência em Ecoturismo de Base Comunitária.
<b>Atribuições:</b>	Responsável legal pelo empreendimento Ipê Bike Tour; e administradora da empresa; planejamento e organização dos roteiros cicloturísticos; seleção e contratação de guias e equipes de apoio comissionado.
<b>Nome Fantasia:</b>	IPÊ BIKE TOUR – Cicloturismo e Ecoturismo
<b>Endereço:</b>	Rua Arapoema n°876, Jardim Inápolis. Campo Grande – MS
<b>Setores de Atividade:</b>	Prestação de Serviços
<b>Forma Jurídica:</b>	Microempreendedor Individual
<b>Enquadramento Tributário</b>	Simples nacional
<b>CPF:</b>	033.015.571-71
<b>Telefone:</b>	(67)99198-1717

Fonte: elaborado pela autora, 2019.



## 1.2 Definições do negócio

Ipê Bike Tour é uma empresa *Home Office*<sup>1</sup>, que se enquadrará como microempreendedor individual (MEI<sup>2</sup>), e conduzirá de forma organizada roteiros de cicloturismo pelo estado do Mato Grosso do Sul.

O cicloturismo é caracterizado como um segmento do turismo, e serão apresentados os seguintes conceitos no qual a empresa irá se embasar teoricamente. Para Aguilar *apud* Segovia (2016, p. 06):

O cicloturismo é uma atividade turística recreativa, que consiste em realizar percursos de bicicleta em setores urbanos ou rurais, dentro ou fora das rodovias, com interesse paisagístico, cultural ou ambiental (AGUILAR *apud* SEGOVIA, 2016, p. 06).

E Segundo Sustrans *apud* Segovia (2016, p. 07):

O cicloturismo pode ser definido como visitas de lazer, sejam à noite ou de dia, a qual envolve o ciclismo como uma parte fundamental e significativa da viagem. [...] e podem envolver outros meios de transporte como ônibus e carro, para chegar ao ponto do passeio de bicicleta (SUSTRANS *apud* SEGOVIA, 2016, p. 07).

A empresa Ipê Bike Tour pretende formatar roteiros de cicloturismo onde fomentará o Ecoturismo de Base Comunitária, que segundo a WWF Brasil (2003, p.23) pode ser descrito como:

Turismo realizado em áreas naturais, determinado e controlado pelas comunidades locais, que gera benefícios predominantemente para estas e para as áreas relevantes para conservação da biodiversidade (WWF BRASIL, 2003, p.23).

Com isso, busca-se também proporcionar o turismo de experiência, que segundo Gândara *apud* Santos (2014, p. 122) pode ser definido como:

[...] uma vivência pessoal que interfere no cotidiano do sujeito, reflexo de aspectos tangíveis e intangíveis que, em diferentes graus, impactam e sofrem impactos de acontecimentos únicos e memoráveis gerando emoções, encantamento, histórias, sonhos e vivências que são utilizados para entreter,

---

<sup>1</sup>Estilo de trabalho, no qual o trabalhador desenvolve suas atividades profissionais a partir de uma estação de trabalho instalada em sua casa.

<sup>2</sup>Um profissional autônomo, que quando cadastrado como MEI, passa a ter CNPJ, obrigações e direitos de uma pessoa jurídica.

fascinar e cativar, resultando em conhecimento e valores (GÂNDARA *apud* SANTOS, 2014, p. 122).

A empresa irá conduzir grupos de ciclistas por estradas que tem como destinos: comunidades quilombolas, assentamentos, comunidades ribeirinhas, etc. Pretende-se fazer parcerias com as comunidades com o objetivo de usufruir dos serviços oferecidos pelas mesmas, como, alimentação, hospedagem, e atrativos dos locais, além de trabalhar com terceirização de serviços de transporte, carro de apoio e guia especializado. De maneira organizada, incluir todos os serviços citados em pacotes turísticos.

### 1.3 Necessidades do mercado a ser atendida

Ao longo das décadas passadas o turismo vêm passando por diversas modificações e se adaptando ao mercado. Lickorish (2000, p.11) faz uma comparação histórica das mudanças na indústria do turismo, entre os anos 1945 e 1950, no qual “o turismo era um tipo de indústria fragmentada [...] tendiam a trabalhar de forma independente entre si” a partir da década de 1950, onde o autor cita “o surgimento de uma indústria voltada para férias e viagens oferecendo serviços mais integrados”.

Por conseguinte, Ruschman (2012, p.22) cita as mudanças do turismo relacionando-o ao meio ambiente, “a partir dos anos 70, a qualidade do meio ambiente começa a constituir elemento de destaque do produto turístico” e comenta sobre as práticas que começaram a surgir na década de 1980:

O turismo de natureza ou o turismo ecológico ocorre na maioria das localidades turísticas estabelecidas e, nas novas, evita-se a ocupação de todos os espaços. Caminhadas, ciclismo, *rafting*, *moutain-bike*, *motocross* e toda uma série de esportes novos necessitam de uma natureza preservada. A natureza e todos seus componentes tornam-se pretextos para a descoberta, a iniciação, a educação e o espírito de aventura e, dessa forma, dão origem a um novo mercado. Trata-se, portanto, da renovação do turismo, cuja clientela busca a calma, as aventuras e o conhecimento mais profundo das regiões visitadas (RUSCHMAN, 2012, p. 22).

Como podemos observar nas citações mencionadas, o turismo vêm passando por mudanças, “as empresas e os consumidores estão buscando novos caminhos para o mercado turístico, e o que se observa é a segmentação como um dos caminhos escolhidos” (ANSARAH, 1999, p. 19).

A Ipê Bike Tour irá trabalhar com o segmento do cicloturismo, pois na prática, existe interação com o ambiente natural e cultural, proporcionando aventura e maior conhecimento dos lugares visitados. Podendo fomentar além do turismo urbano e rural, o Ecoturismo de Base Comunitária, o qual será o enfoque da empresa.

Prospecta também oportunidade empreendedora diante o crescente número de ciclistas que é visto pedalando pelas ruas de Campo Grande, capital do estado. Tendo em vista que a prática de pedalar proporciona qualidade de vida, bem-estar, lazer, contato com a natureza, além de ser uma opção de mobilidade urbana sustentável, já que a bicicleta não gera poluição.

Porém, o cicloturismo, é um segmento pouco explorado no que tange a empresas ou agências organizadoras de roteiros cicloturísticos pelo estado do Mato Grosso do Sul. Por ter um número significativo de adeptos a bicicletas, nota-se que os ciclistas organizam seus roteiros de forma independentes ou em grupos, oportunizando assim, a necessidade de empresas atuantes no segmento.

#### **1.4 Cenário futuro para o mercado**

Segundo dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2017), o Brasil conta com 50 milhões de bicicletas, e, que em torno de 7% do total das viagens são feitas utilizando bicicletas, com potencial de atingir 40%, “a definição de viagem é o deslocamento de uma pessoa, por motivo específico, entre dois pontos determinados (origem e destino), utilizado para isso, um ou mais modos de transporte” (INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA, 2017). Cita também que a bicicleta é considerada como um símbolo de sustentabilidade.

Diante os dados citados, a empresa vislumbra oportunidades futuras, aliando, sustentabilidade, qualidade de vida e ecoturismo, o qual, segundo o Relatório de Tendências de Sustentabilidade do SEBRAE (S/A p.15), “o crescimento do turismo ecológico, é o setor quem mais cresce na indústria do turismo [...] já representa 20% do turismo mundial”.

De acordo com Wearing (2001, p.12 e 13), “o ecoturismo atrai pessoas que desejam interagir com o ambiente e, em graus variáveis, desenvolver o seu conhecimento, sua consciência e sua apreciação a respeito dele”. O autor ressalta que o turismo ambientalmente sustentável “demonstra a importância dos recursos naturais e culturais para o bem-estar econômico e social da comunidade, podendo ajudar a preservá-los”

### **1.5 Visão**

Se tornar referência no estado do Mato Grosso do Sul no segmento de cicloturismo aliado ao Ecoturismo de Base Comunitária, além de promover o turismo com responsabilidade sustentável socioambiental.

### **1.6 Missão**

Proporcionar experiência e qualidade de vida aos cicloturistas através de passeios ciclísticos, com interação em ambientes naturais e valorização da cultura local das regiões visitadas. Desse modo, contribuir economicamente para os lugares anfitriões.

## 1.7 Organograma

Figura 1 - Organograma



Fonte: elaborado pela autora, 2019.

## 1.8 Recursos físicos

Quadro 2 - Recursos físicos

QUANTIDADE	RECURSOS
01	Espaço (Home Office)
01	Mesa
03	Cadeiras
02	Armários
01	Kit Primeiros Socorros
01	Kit de Reparos para Bicicletas

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

## 1.9 Recursos tecnológicos

Quadro 3 - Recursos tecnológicos

QUANTIDADE	RECURSOS
01	Aparelho Celular
01	Telefone Fixo
01	Máquina de Cartão
01	Notebook
01	Impressora Multifuncional
03	Rádios de Comunicação Portáteis
01	Internet

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

## 1.10 Recursos humanos

Quadro 4 - Recursos humanos

QUANTIDADE	RECURSOS
01	Proprietário
01	Guia especializado em conduzir roteiros cicloturísticos

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

O proprietário será responsável pelas: atribuições administrativas do empreendimento; planejamento; formalizar parcerias; acompanhar e coordenar o desempenho profissional da equipe de trabalho atuante durante os roteiros; desenvolver um processo de relacionamento contínuo com os clientes, fornecedores e comunidades locais; divulgação por meio de mídias sociais; atendimento de excelência aos clientes e avaliar a obtenção dos resultados.

O guia especializado será responsável em: conduzir os roteiros cicloturísticos; fornecer apoio aos ciclistas no trajeto; realizar pequenos consertos em bicicletas caso

necessite; ter atitude positiva e confiante aos clientes; prestar bom atendimento e manter comunicação com a equipe de apoio.

### 1.11 Análise SWOT

Quadro 5 - Análise SWOT

<b>INTERNAS</b>	<b>EXTERNA</b>
<b>FORÇAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Proprietária possui experiência com os lugares anfitriões	Crescimento de adeptos à prática do ciclismo
Qualificação profissional do proprietário	Empresas de locação de bike em Campo Grande
Utilização de transporte (van), para realizar o traslado dos clientes	Demanda por produtos diferenciados e que promovem sustentabilidade ambiental
Produto diferenciado	Interesse em conhecer diferentes culturas
Seguro viagem/aventura	Crescimento do Turismo de Base Comunitária
Hospedagem domiciliar e camping	Diversos atrativos naturais e culturais no estado
Guia especializado em conduzir roteiros ciclísticos	Estradas atrativas e propícias para realizar os roteiros, no estado do MS
Refeições: café da manhã, almoço e jantar	
Produtos que contemplam os atrativos naturais e culturais dos destinos	
Alianças estratégicas com a Comunidade Quilombola Furnas da Boa Sorte, Assentamento Canaã e Águas do Miranda	
Mídias sociais para divulgação	
<b>FRAQUEZAS</b>	<b>AMEAÇAS</b>
Não fornece bicicletas	Ciclistas promovem próprios roteiros
Não possui meio de transporte próprio	Falta de segurança nas estradas do MS
	Pouca sinalização nas estradas
	Concorrência de empresas no segmento do Ecoturismo
	Mudanças climáticas

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

## **2. PRODUTOS E SERVIÇOS**

### **2.1 Apresentação e descrição dos produtos**

Os produtos que a empresa Ipê Bike Tour irá oferecer serão roteiros desenvolvidos em estradas propícias para a atividade de ciclismo no estado do MS, com destinos às Comunidades Quilombolas, Comunidades Ribeirinhas e Assentamentos, o qual atuará no segmento do Ecoturismo e fortalecendo o Turismo de Base Comunitária.

Serão formatados pacotes que serão inclusos: transporte até o ponto de início da pedalada e retorno à Campo Grande; equipe de apoio; guia especializado em conduzir roteiros cicloturísticos; hospedagens; refeições; atrativos locais; brinde da empresa e seguro de vida. Visando sempre a segurança e o bem-estar dos ciclistas, além de proporcionar aventura, conhecimento e experiência

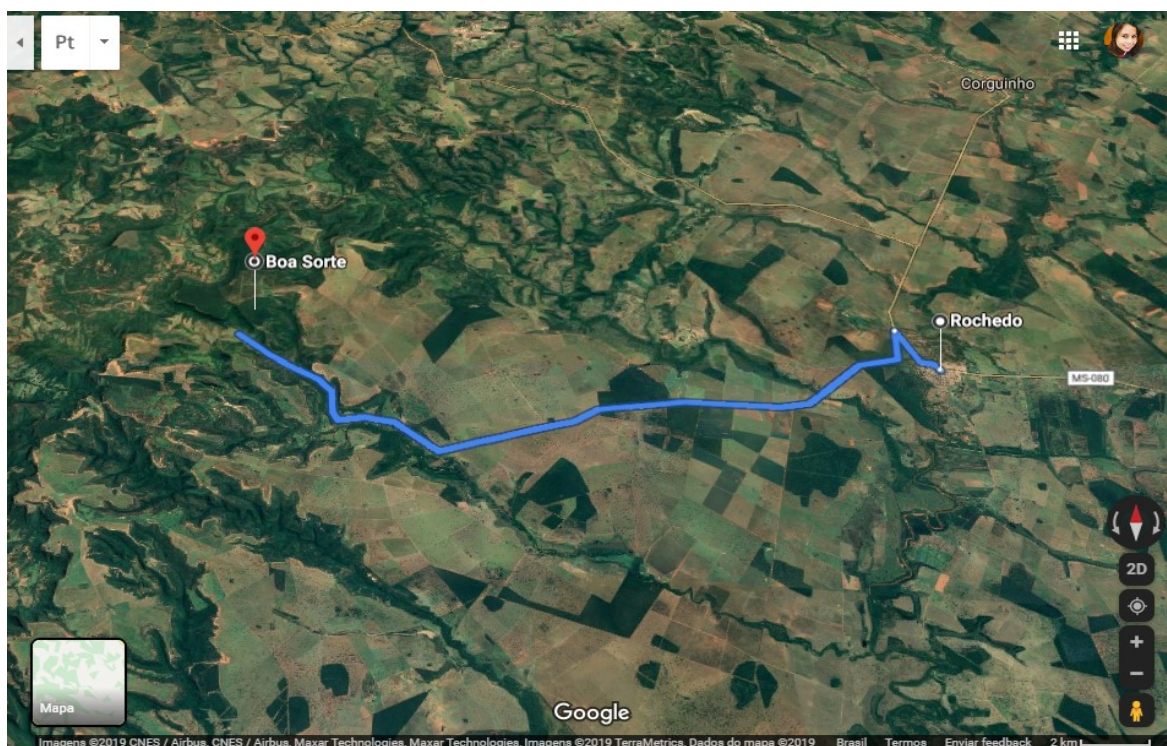


**Figura 2 - Roteiro: comunidade quilombola Furnas da Boa Sorte**

<b>Roteiro: Comunidade Quilombola Furnas da Boa Sorte/ Corguinho-MS</b>
Saída de carro: Campo Grande/MS (Van)
Início da Pedalada: Rochedo/MS
Roteiro Cicloturístico: 27 km
Tempo previsto: 01h30minutos (pedalando)
Destino: Comunidade Quilombola Furnas da Boa Sorte
Refeições: Almoço e Jantar
Entretenimento: Cultura Local; Morro São Sebastião; Garapa; Produtos locais, Fauna e flora; Interpretação ambiental; etc.
Hospedagem: Domiciliar ou Camping (inclui café da manhã)
Retorno para Rochedo (pedalando)
Saída de Rochedo para Campo Grande (Van)

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Figura 3 - Rota: comunidade quilombola Furnas da Boa Sorte



Fonte: Google Maps, 2019.

Figura 4 - comunidade quilombola Furnas da Boa Sorte



Fonte: Instituto Mamede, 2019.



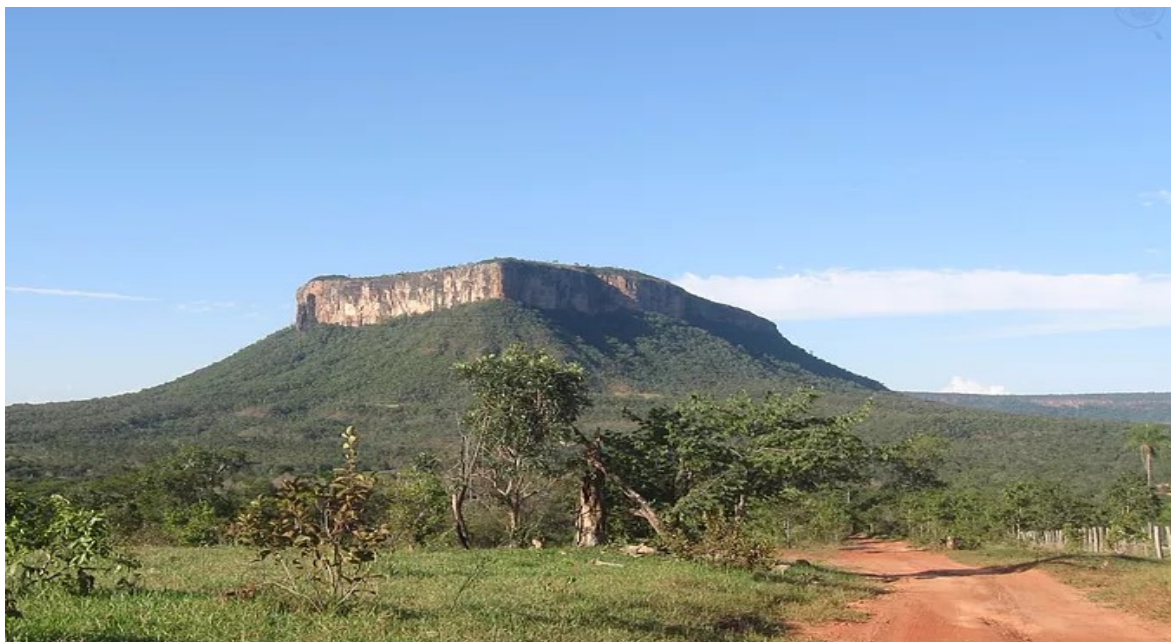
**Figura 5 - Garapa**

Fonte: Instituto Mamede, 2018.

**Figura 6 - Hospedagem domiciliar**

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

**Figura 7 - Morro de São Sebastião**



Fonte: Portal Isso é MS, 2016.

**Figura 8 - Roteiro Assentamento Canaã**

<b>Roteiro: Assentamento Canaã / Rochedo – MS</b>
Saída de carro: Campo Grande/MS (Van)
Início da Pedalada: Rochedo/MS
Roteiro Cicloturístico: 40 km
Tempo previsto: 2h 10 minutos (pedalando)
Destino: Assentamento Canaã
Refeições: Almoço e Jantar
Entretenimento: Cultura Local; Morro Santo Antônio; Hortas orgânicas; Produtos locais; Fauna e flora; Interpretação ambiental; etc.
Hospedagem: Camping (inclui café da manhã)
Retorno para Rochedo (pedalando)
Saída de Rochedo para Campo Grande (Van)

Fonte: elaborado pela autora, 2019.



**Figura 9 - Rota: Assentamento Canaã**

Fonte: Google Maps, 2019.

**Figura 10 - Receptivo Assentamento Canaã**

Fonte: Instituto Mamede, 2019.



**Figura 11 - Horta Assentamento Canaã**



Fonte: Instituto Mamede, 2019.

**Figura 12 - Estrada/ Morro Santo Antônio**



Fonte: Instituto Mamede, 2018.

**Figura 13 - Fogão à lenha, Assentamento Canaã**



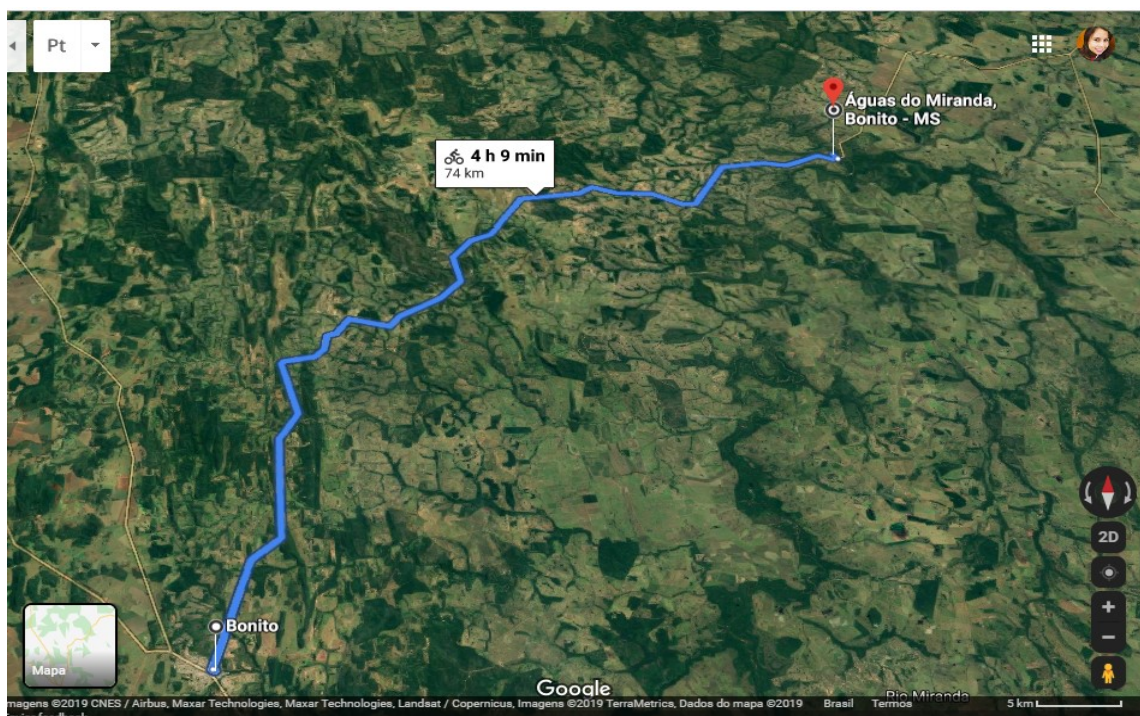
Fonte: Instituto Mamede, 2019.



**Figura 14 – Roteiro: Águas do Miranda**

<b>Roteiro: Águas do Miranda / Bonito – MS</b>
Saída de carro: Campo Grande/MS (Van)
Início da Pedalada: Município de Bonito /MS
Roteiro Cicloturístico: 74 km
Tempo previsto: 04h 10 minutos pedalando
Destino: Águas do Miranda (Comunidade Ribeirinha, distrito de Bonito)
Refeições: Almoço e Jantar
Entretenimento: Cultura Local; Culinária regional; Rio Miranda; Passeio de barco; Produtos locais; Fauna e flora; Interpretação ambiental; etc.
Hospedagem: Camping (inclui café da manhã)
Retorno para Bonito (pedalando)
Saída de Bonito para Campo Grande (Van)

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

**Figura 15 - Rota: Águas do Miranda**

Fonte: Google Maps, 2019.

**Figura 16 - Rio Miranda**

Fonte: Henrique Filho, 2019.

**Figura 17 - Fauna em Águas do Miranda**



Fonte: Instituto Mamede, 2019.

Os produtos elaborados poderão sofrer alterações em relação a transportes, quantidade de dias do roteiro e tipos de hospedagem conforme a demanda público-alvo.

## **2.2 Normas e técnicas**

### **2.2.1 Etapas do registro**

A empresa Ipê Bike Tour atuará como Microempreendedor Individual (MEI). O processo é simples e menos burocrático, pois o cadastro é todo feito on-line. O SEBRAE instrui os seis passos a serem seguidos, os quais serão informados sobre abertura de conta até a confecção da nota fiscal.

1º etapa: conferir o que diz a Lei Complementar nº 128/2008, e quais os critérios exigidos para que o empreendedor se enquadre como Microempreendedor Individual;

2º etapa: fazer o cadastro na plataforma (<https://www.gov.br/pt-br>);

3º etapa: iniciar a inscrição como MEI no Portal do Empreendedor ([www.portaldoempreendedor.gov.br](http://www.portaldoempreendedor.gov.br));

4º etapa: cadastrar o nome fantasia da empresa, marcar as atividades que serão realizadas, ocupação principal que será exercida, etc.;

5º etapa: cadastrar o CEP da empresa, e;

6º etapa: ler atentamente todo o conteúdo, inclusive declarações optando pelo Simples.

Após a confirmação do cadastro a empresa estará formalizada e terá o Certificado de Condição de Microempreendedor Individual que contém o CNPJ, o registro na Junta Comercial e o alvará provisório de funcionamento.

### **2.3 Alianças estratégicas**

Buscaremos formalizar parcerias com as comunidades receptoras, terceirização de Van, e seguradora. No quadro abaixo, estão especificados os tipos de serviços que serão utilizados para formatação dos produtos que serão oferecidos.

Quadro 6 – Alianças estratégicas

Comunidade Quilombola Furnas da Boa Sorte Corguinho/MS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hospedagem domiciliar, camping, café da manhã;</li> <li>- Refeição: almoço e jantar;</li> <li>- Guia local;</li> <li>- Garapa;</li> <li>- Atrativos naturais e culturais.</li> </ul>
Assentamento Canaã Rochedo/MS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hospedagem domiciliar, camping, café da manhã;</li> <li>- Refeição: almoço e jantar;</li> <li>- Guia local;</li> <li>- Visitação às hortas orgânicas;</li> <li>- Atrativos naturais.</li> </ul>
Comunidade Ribeirinha: Águas do Miranda Bonito/MS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Camping, café da manhã</li> <li>- Refeição: almoço e jantar;</li> <li>- Guia local;</li> <li>- Passeio de barco</li> <li>- Observação de fauna e flora</li> <li>- Atrativos naturais</li> </ul>
Van	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 15 lugares</li> <li>- Motorista</li> <li>- Carretinha para transporte de bicicletas</li> </ul>
Seguradora ECOTRIP	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seguro viagem/aventura</li> </ul>

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

### 3. MERCADO

#### 3.1 Público-alvo

Foi aplicada uma pesquisa para identificação de mercado no segmento do cicloturismo entre os dias 10 a 25 de outubro de 2019, através da ferramenta on-line *Google Forms*, onde foi elaborado um questionário e compartilhado pelo *Whats-app* em grupos específicos de ciclistas, no qual, foram obtidas 78 respostas. Após a análise dos resultados obtidos, traçou-se o perfil do público-alvo da empresa Ipê Bike Tour.

As respostas coletadas demonstraram, como pode-se observar no gráfico abaixo, abrangência entre as faixas etária do público-alvo, que são a partir de 18 anos até mais de 50 anos de idade, porém, somadas as porcentagens, evidencia-se um público adulto, que variam de 31 para mais de 50 anos de idade, com o resultado de 75,6%. Com base nesses resultados, o marketing pode-se utilizar de canais de distribuição e meios de divulgação dos produtos, em mídias mais acessadas por pessoas dessa faixa-etária.

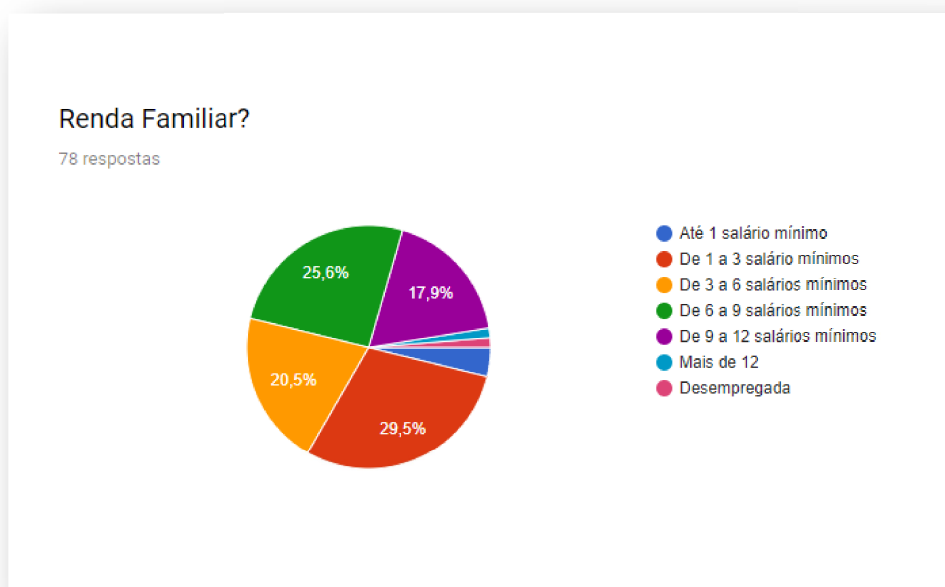
Figura 18 - Faixa etária



Fonte: elaborado pela autora, 2019.

A renda familiar varia a partir de 01 salário até 12 salários mínimos, no entanto, os resultados mostram um número significativo entre 03 até mais de 12 salários mínimos totalizando 65,3% dos pesquisados, com isso, considera-se o público-alvo com poder aquisitivo de médio para alto, como podemos ver no gráfico a seguir:

**Figura 19 - Renda familiar**

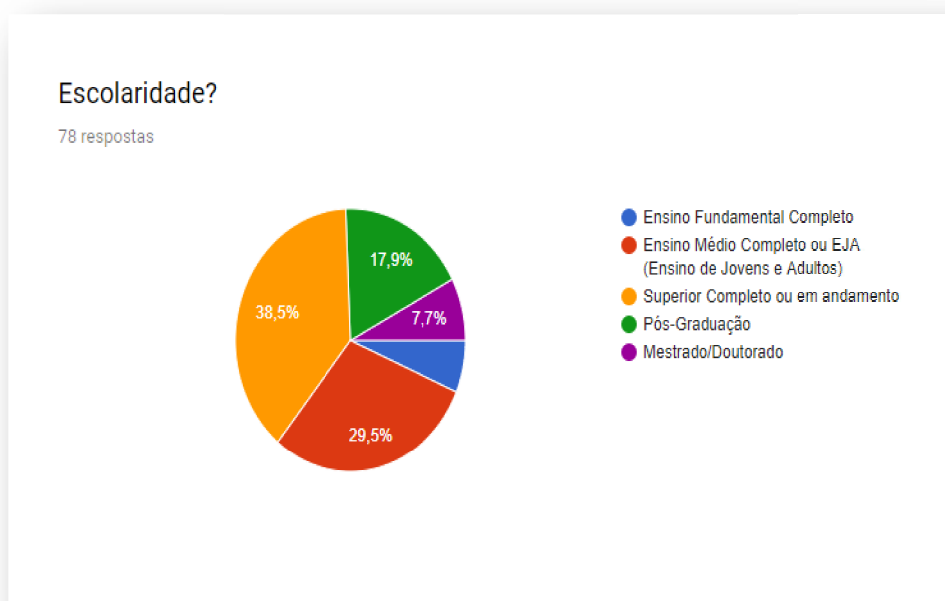


Fonte: elaborado pela autora, 2019.



O gráfico a seguir, demonstra o grau de escolaridade do público-alvo, os quais, possuem ensino superior ou em andamento (38,5%), somando-se aos que possuem pós-graduação (17,9%) e mestrado ou doutorado (7,7%), totalizando assim, a maior parte do público com 64,1%, sendo mínimo o número de respostas para quem possui apenas ensino fundamental completo (6,4%).

**Figura 20 - Escolaridade**

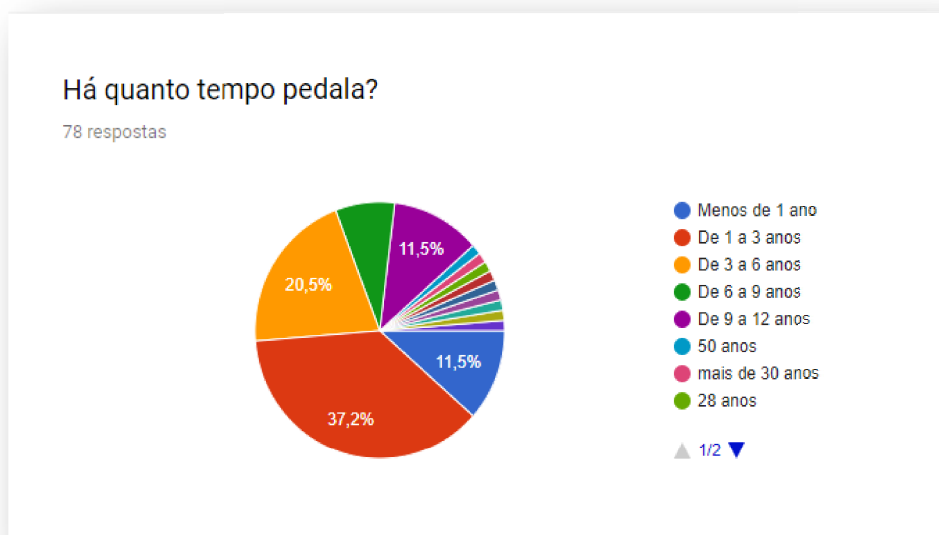


Fonte: elaborado pela autora, 2019.



Foi identificado entre os ciclistas experiência na modalidade, através do tempo que praticam o ciclismo, que varia entre 01 a 06 anos. E desses, 65,4% já viajaram para pedalar. Com isso, a empresa irá atentar-se quanto à quilometragem e aos desafios gerados para os ciclistas, se estão sendo satisfatórios de acordo com as expectativas dos clientes, visto que os mesmos, possuem experiências com viagens de cicloturismo, diante isso, será elaborado um questionário avaliativo da viagem para que os clientes possam opinar e sugerir melhorias. Seguem os gráficos representados nas figuras 21 e 22:

**Figura 21 - Há quanto tempo pedala?**



Fonte: elaborado pela autora, 2019.

**Figura 22 - Já viajou para outros lugares para pedalar?**

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

### 3.2 Tendências de mercado

Em Campo Grande, foi criada a Lei n. 5.177, de 28 de dezembro de 2012 (CAMPO GRANDE, 2012), que institui o plano de ciclovias no município e dá outras providências. A lei criada promove desenvolvimento do Plano Municipal de Ciclovias e tem como princípio o cumprimento das funções sociais da cidade garantindo a segurança para os usuários de bicicletas, como transporte alternativo, de baixo custo e isento de poluição; a divisão do espaço público de uma maneira mais democrática e justa; a integração das ações públicas e privadas por meio de programas e projetos de atuação; a promoção da qualidade de vida e do ambiente por meio do desenvolvimento da mobilidade urbana sustentável e da acessibilidade universal; o enriquecimento cultural da cidade pela diversificação, atratividade, competitividade e pela inclusão social.

Segundo a reportagem publicada no site Midiamax em julho de 2018, Campo Grande conta com 66 km de ciclovias, 12 km de ciclofaixas e 1,8km de calçadas compartilhadas. E conforme a publicação de junho de 2018 do site de notícias Campo

Grande News, a prefeitura de Campo Grande irá implantar mais 30 km de ciclovias e ciclofaixas, com sinalização vertical e horizontal.

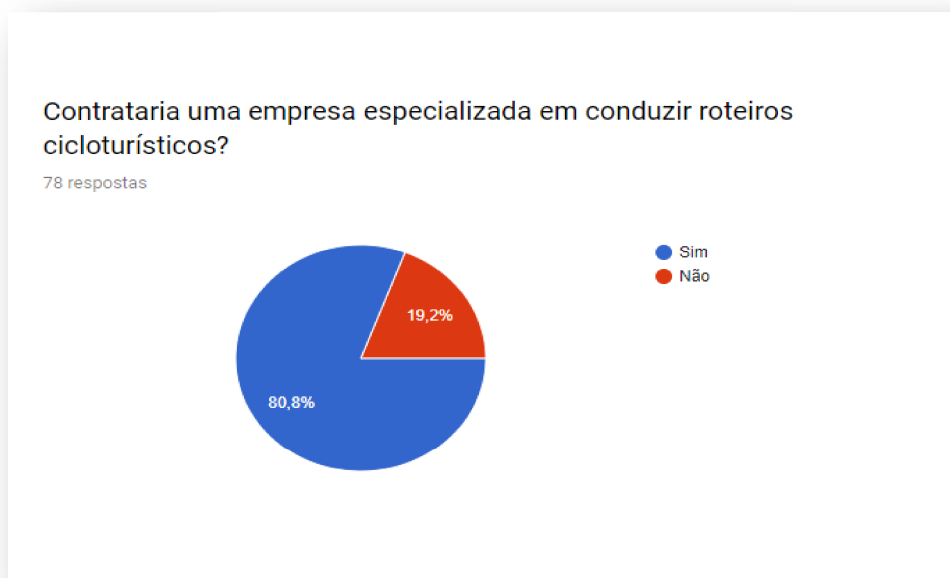
Como podemos observar o município tem se desenvolvido em termos de políticas públicas e infraestruturas para o a prática do ciclismo, com isso ocorre o aumento do número de ciclistas, estimulando e incentivando a prática do ciclismo entre os moradores locais, tornando assim, o segmento do cicloturismo, tendência de mercado, para atender a demanda que vem crescendo cada vez mais no município.

De acordo com o resultado da pesquisa aplicada, 57,7% têm como principal motivação para pedalar a prática do esporte aliado à qualidade de vida, e 80,8% das respostas, afirmaram que contrataria uma empresa especializada em conduzir roteiros cicloturístico, validando dessa forma, a proposta que a empresa tem em ofertar roteiros de cicloturismo que tem como missão promover qualidade de vida e também pela alta aceitação dos pesquisados em contratar uma empresa nesse segmento. Como podemos observar nos gráficos logo a baixo:

**Figura 23 - Principal motivação**



Fonte: elaborado pela autora, 2019.

**Figura 24 - Empresa especializada em roteiros cicloturísticos**

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

### 3.3 Participações pretendidas para o mercado

A Ipê Bike Tour pretende atuar no mercado visando ser uma empresa referência no segmento do cicloturismo no estado do Mato Grosso do Sul, desenvolvendo produtos diferenciados, os quais promovam qualidade de vida e sustentabilidade socioambiental. Além de trabalhar com o turismo inclusivo, onde as comunidades poderão atuar no campo do turismo, contribuindo assim para a renda e valorização das mesmas.

Inicialmente o foco da empresa será a população campo-grandense, mas iremos trabalhar visando ampliar o público através parcerias com agências receptoras e hotéis para atender os turistas da capital.

### 3.4 Análise dos concorrentes

Os principais concorrentes da Ipê Bike tour foram definidos por meio de um levantamento, através de redes sociais como *Instagram*, *Facebook* e sites institucionais. São as seguintes:

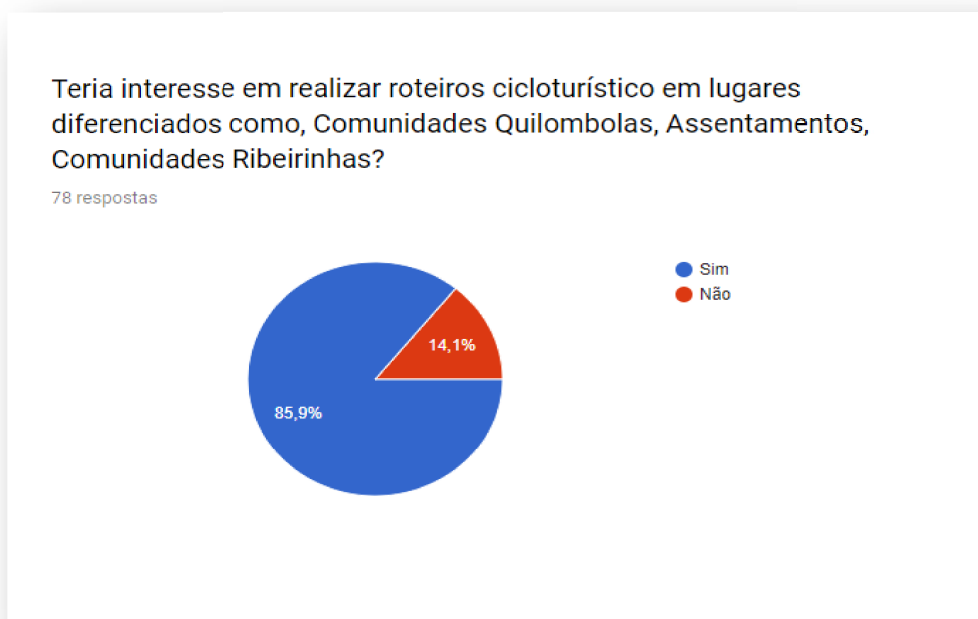
- Sopa de Pedra Turismo e Aventura – empresa atuante no segmento Turismo de Aventura. Oferecem roteiros personalizados em contato com a natureza – Trekking e Cicloturismo, e;
- Associação Esportiva *Fire Bikers Team* – o grupo de pedal surgiu para reunir amigos para a prática do esporte, com intuito de realizar treinos, passeios, cuidar da saúde e participação em eventos.

### 3.5 Diferencial competitivo

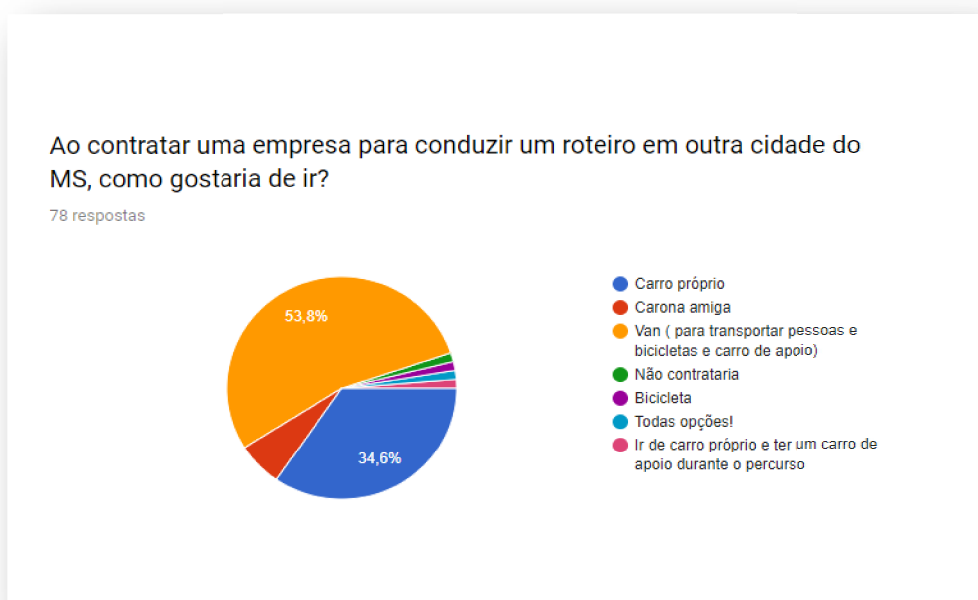
Pretendemos trabalhar com produtos diferenciados que possam oferecer além de lazer e qualidade de vida, proporcionar experiência. No qual os clientes poderão usufruir de serviços de qualidade, contando com uma equipe de apoio capacitada para atender as necessidades dos clientes.

Os roteiros terão como destinos comunidades locais, e terá como diferencial o transporte para conduzir os clientes até o ponto de partida, hospedagem, atrativos naturais e culturais. De acordo com a pesquisa aplicada, diferenciais estes, que os ciclistas apontam como importantes para realizar uma viagem de cicloturismo.

Os resultados obtidos mostram que o público-alvo possui interesse em realizar esse tipo de roteiro, sendo 85,9% de respostas positiva. Em relação à condução, 53,8% gostariam de ir até o ponto de partida de Van. A pesquisa aponta que 83,3% gostaria de realizar o roteiro para se hospedar no lugar, apenas 11,5% optaram por voltar no mesmo dia. Com isso, 41% preferem se hospedar em camping, seguido de 38,5% que optam por hospedagem domiciliar. Os itens considerados como fundamentais para a elaboração de roteiros são: carro de apoio (55,1%); segurança (52,6%); refeições (46,2%); atrativos turísticos (42,3%); hospedagem (38,5%). Os atrativos naturais como fauna, flora, rios cachoeiras, são considerados como o tipo de atrativo que mais chamam a atenção do público-alvo, com 87,2% das respostas. Seguem os gráficos:

**Figura 25 - Interesse em roteiros diferenciados**

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

**Figura 26 - Condução**

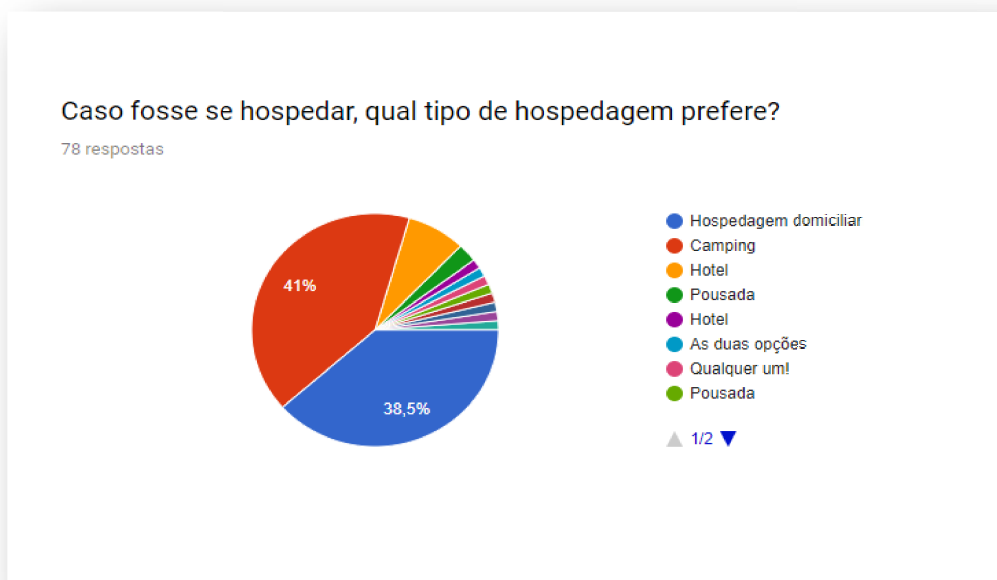
Fonte: elaborado pela autora, 2019.

**Figura 27 - Hospedagem**



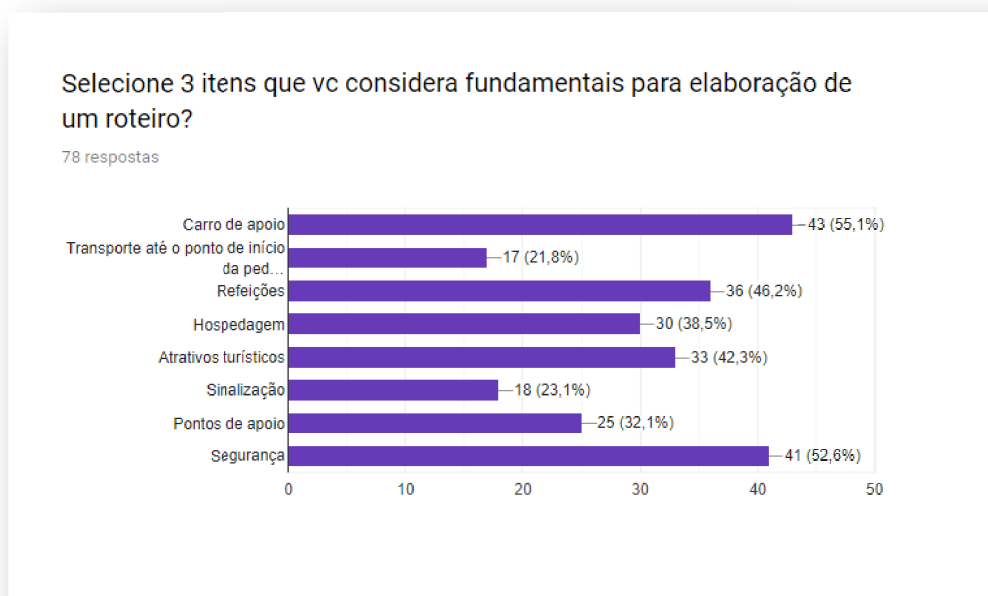
Fonte: elaborado pela autora, 2019.

**Figura 28 - Tipos de hospedagem**



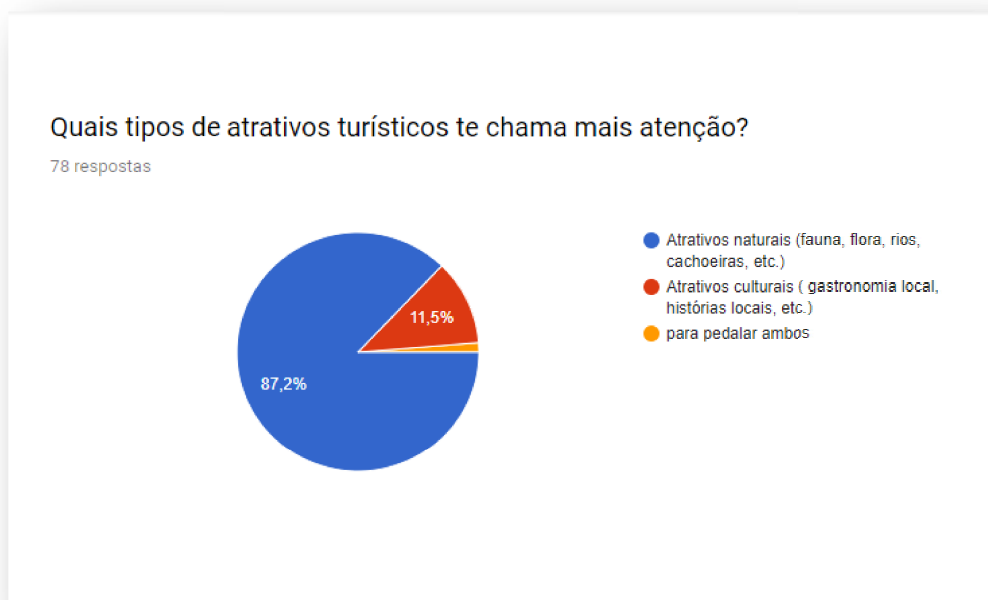
Fonte: elaborado pela autora, 2019.

**Figura 29 - Itens fundamentais**



Fonte: elaborado pela autora, 2019.

**Figura 30 - Atrativos turísticos**



Fonte: elaborado pela autora, 2019.



Os gráficos ilustrados anteriormente revelam grande interesse por parte dos pesquisados em realizar roteiros diferenciados, como por exemplo, as comunidades locais do MS, as quais serão os destinos que a empresa Ipê Bike Tour irá oferecer em seus pacotes. Verificou-se também que os serviços de transporte e hospedagem no local, são representados por porcentagens significativas dos pesquisados, validando dessa forma a aceitação do público-alvo para a elaboração dos produtos da empresa, serviços esses, que tornam os produtos da Ipê Bike Tour diferenciados das empresas concorrentes.

### **3.6 Metas específicas**

- Promover qualidade de vida;
- Trabalhar em prol do turismo sustentável socioambiental;
- Proporcionar turismo de experiência;
- Garantir segurança aos clientes;
- Oferecer serviços de qualidade, e;
- Assegurar qualidade ao atendimento ao cliente.

## 4. MARKETING

### 4.1 Canais de Distribuição

Os canais de distribuição representam uma característica do modelo de planejamento tático de marketing. Sendo o *marketing mix*, o modelo mais usado no mundo empresarial, formado por quatro elementos essenciais que são conhecidos como 4 Ps: Produto, Ponto, Promoção, Preço (AMBRÓSIO, 1999, p. 11).

Nesta ferramenta, os canais de distribuição é uma das características que são representados pelo Ponto, o qual segundo Ambrósio (1999, p. 13) “simboliza o centro, a origem, o lar. Ele designa o início e o fim de todas as coisas, o consumidor, ponto central do planejamento de marketing”.

Para alcançar os consumidores, a Ipê Bike Tour se utilizará como canais de distribuição as ferramentas digitais, pois segundo Costa, *et al.* (2015, p. 03) “o marketing digital é uma forma de tornar mais fácil tanto a compra quanto a venda de um produto ou serviço”, o autor acrescenta ainda que, “o marketing digital é um instrumento de suma importância na estratégia empresarial atual, seja para elevar a lucratividade, melhorar a imagem da organização, conseguir uma diferenciação no mercado ou conquistar novos clientes" (2015, p.12).

Além do marketing digital, como canais de distribuição foi formalizada parceria com a agência de turismo receptivo TM *Adventure Tour*, para que os produtos oferecidos pela Ipê Bike Tour possam também ser acrescidos em pacotes formatados pela referida agência. Pretende-se também formalizar parcerias com lojas de acessórios para bicicletas com o objetivo de propagar o nome da empresa.

### 4.2 Marca

De acordo com o SEBRAE (2019) “a marca é o DNA de uma empresa, e é o que conecta o cliente ao produto [...] ela deve representar o conjunto de valores pensados pelo empresário para dar identidade ao negócio”.

Para que a marca tenha exclusividade sobre o nome escolhido e a logotipo, é

necessário que seja registrada no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

A marca Ipê Bike Tour foi construída pensando na representação dos valores da empresa, que serão descritos a seguir, logo após, será apresentada a logotipo:

- Ipê: em homenagem a uma árvore abundante no estado, a qual é designada como árvore símbolo<sup>3</sup> de Mato Grosso do Sul;
- Bike Tour: atividades de cicloturismo;
- Slogan: Pedale nessa experiência, enfatizando que a missão da empresa é proporcionar o turismo de experiência;
- Árvore Amarela: Representa o Ipê-amarelo;
- Homem na Bicicleta: atividade física que proporciona lazer, esporte e qualidade de vida;
- Pontos e círculo: trilhar roteiros pelas estradas do estado;
- Cor verde: representa os valores de sustentabilidade ambiental da empresa;
- Cor alaranjada: cenário proporcionado pelo pôr-do-sol;
- Cor marrom: específica que os roteiros serão elaborados principalmente em estradas de “chão”, ou seja, de terra, sem asfalto;
- Fonte: remete à aventura.

---

<sup>3</sup> Lei nº 5.228 de 16 de julho de 2018, designa o Ipê Amarelo como árvore símbolo de Mato Grosso do Sul.

Logotipo:

Figura 31 Logotipo



Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Slogan:

Figura 32 Slogan



Fonte: elaborado pela autora, 2019.

### **4.3 Estratégias de promoção, comercialização, distribuição e divulgação dos produtos**

Como estratégia de promoção e comercialização dos produtos, foi criado um site<sup>4</sup> onde constam as informações da empresa, os produtos oferecidos e para que os clientes possam efetuar suas reservas on-line. Para divulgação da marca foram criados perfis com o nome da empresa em redes sociais, como, *Facebook* e *Instagram*, pois as mesmas, atualmente, são consideradas as redes sociais mais populares. Em todas as mídias criadas pela empresa, é disponibilizado o número do *Whats App*, para que o contato entre empresa e cliente possa ser ainda mais acessível e cômodo.

Para a elaboração dos materiais que serão veiculados pela empresa em mídias sociais, serão utilizadas imagens representativas das experiências geradas nos clientes, como fotos de qualidade e depoimentos dos mesmos.

Como parte da divulgação, a empresa pretende participar dos eventos esportivos, especificamente os de ciclismo que ocorrerão na cidade de Campo Grande, buscando promover a empresa.

Para o fortalecimento da marca, ao realizarem um roteiro pela Ipê Bike Tour, os clientes receberão bótons personalizados com o nome do roteiro percorrido e a logotipo da empresa.

Com isso, se dá o trabalho contínuo em planejamento e estratégias de marketing, buscando a excelência e disponibilizando serviços e produtos de qualidade, visando satisfazer desejos e necessidades do consumidor.

### **4.4 Relacionamento com os clientes**

A empresa visa relacionar-se diretamente e indiretamente, com os clientes e público-alvo, de forma que seja acessível e cômoda para com os mesmos. Os contatos serão feitos de maneira mais próxima possível, conforme o cliente desejar, podendo ser,

---

<sup>4</sup> <https://ipe-bike-tour-27.websself.net/ipebiketour>

pessoalmente, telefone, e-mail, *Whats App*, *Facebook*, *Instagram*, etc. O que a empresa preza é não deixar de realizar o atendimento.

A equipe de apoio e o guia especializado em conduzir a rota, serão treinados pela empresa, para que durante os roteiros exerçam um atendimento de qualidade, visando garantir a satisfação do cliente.

Após realização de um roteiro, será feito contato com os clientes, para disponibilizar fotos tiradas durante o percurso, e para que eles possam avaliar os serviços oferecidos pela empresa, através de um questionário, onde também poderão sugerir novas rotas.

A Ipê Bike Tour pretende trabalhar com a fidelização dos clientes, mantendo-os sempre informados dos produtos e serviços oferecidos, mas para que a ocorra realmente a fidelização, se faz necessário o bom atendimento e a satisfação do cliente, as quais são as principais metas da empresa.

#### **4.5 Preços**

Os preços de cada produto foram determinados com base dos custos unitários de serviços que cada roteiro irá oferecer. Foram realizados orçamentos com cada destino, referente à hospedagem, refeições, atrativos locais, dentre outros. Para o transporte, a precificação varia de acordo com a distância e período do percurso.

A seguir, será detalhado os preços de cada serviço que são oferecidos nos pacotes, ressaltando, que os foram calculados os custos unitários, tendo em vista, que cada roteiro possui capacidade para 13 clientes e 02 pessoas na equipe de apoio, ou seja, os custos e o preço total dos pacotes são estipulados por pessoa. Segue o detalhamento da formatação dos preços de cada produto:

Tabela 1 - Produto 01

<b>Produto 01: Comunidade Quilombola Furnas da Boa Sorte</b>	
<b>Serviços</b>	<b>Valor</b>
Transporte	R\$ 73,34
Guia especializado	R\$ 30,77
Seguro viagem	R\$ 18,64
Refeições	R\$ 33,34
Equipe de apoio	R\$ 23,12
Camping/ café da manhã	R\$ 25,00
Bóton Personalizado	R\$ 02,00
Kit frutas	R\$ 08,15
Ipê Bike Tour	R\$ 85,64
<b>TOTAL: R\$ 300,00</b>	

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Tabela 2 – Produto 02

<b>Produto 02: Assentamento Canaã</b>	
<b>Serviços</b>	<b>Valor</b>
Transporte	R\$ 66,67
Guia especializado	R\$ 30,77
Seguro viagem	R\$ 18,64
Almoço	R\$ 15,00
Jantar	R\$ 15,00
Equipe de apoio	R\$ 21,58
Guia local	R\$ 05,00
Camping/ café da manhã	R\$ 20,00
Bóton Personalizado	R\$ 02,00
Kit frutas	R\$ 08,15
Ipê Bike Tour	R\$ 82,19
<b>TOTAL: R\$ 285,00</b>	

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Tabela 3 – Produto 03

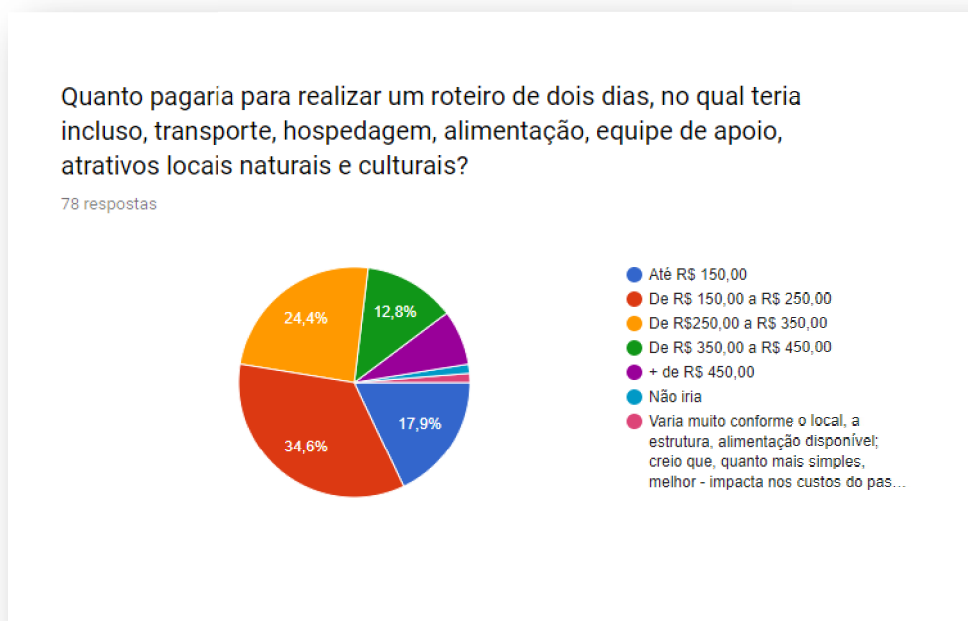
<b>Produto 03: Águas do Miranda</b>	
<b>Serviços</b>	<b>Valor</b>
Transporte	R\$ 100,00
Guia especializado	R\$ 30,76
Seguro viagem	R\$ 18,64
Almoço	R\$ 25,00
Jantar	R\$ 25,00
Equipe de apoio	R\$ 35,94
Passeio de barco	R\$ 25,00
Camping/ café da manhã	R\$ 40,00
Bóton Personalizado	R\$ 02,00
Kit frutas	R\$ 08,15
Ipê Bike Tour	R\$ 89,51
<b>TOTAL: R\$ 400,00</b>	

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

A Ipê Bike Tour estipulou preços que variam de R\$285,00 a R\$ 400,00, os quais, conforme os resultados da pesquisa aplicada estão de acordo com o que 37,2% dos pesquisado estariam dispostos a pagar pelos roteiros (respostas referentes aos preços entre R\$ 250,00 a R\$ 450,00). Nota-se também através da pesquisa que 7,7% pagariam mais de R\$ 450,00, aumentando assim, a porcentagem para 44,9% de aceitação dos preços formatados pela empresa, como podemos analisar no gráfico a seguir:



Figura 33 - Preços



Fonte: elaborado pela autora, 2019.

## 5. PLANO FINANCEIRO

Tabela 4 - Investimentos fixos

INVESTIMENTOS FIXOS	
Descrição	Total
Rádios de comunicação portáteis	R\$ 495,00
Kit de primeiros socorros	R\$ 286,00
Kit de reparo para bicicletas	R\$ 300,00
Caixa térmica	R\$ 187,00
<b>TOTAL: R\$ 1.268,00</b>	

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Tabela 5 - Estoque inicial

ESTOQUE INICIAL	
Descrição	Total
Frutas	R\$ 60,00
Barra de cereais	R\$ 165,00
Água mineral	R\$ 198,00
<b>TOTAL: R\$ 423,00</b>	

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Tabela 6 - Caixa mínimo

CAIXA MÍNIMO			
Prazo médio de vendas	(%)	Dias	Média ponderada em dias
Cartão de crédito parcelado	60	90	54,00
Cartão de crédito/ à vista	20	30	6,00
À vista	20	0	0,00
<b>Prazo médio total:</b>	<b>100%</b>		<b>60 dias</b>

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Tabela 7 - Investimentos pré-operacionais

<b>INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS</b>	
<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
Divulgação de lançamento	R\$ 500,00
<b>TOTAL: R\$ 500,00</b>	

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Tabela 8 - Investimento total

<b>INVESTIMENTO TOTAL</b>		
<b>Descrição dos investimentos</b>	<b>Valor</b>	<b>(%)</b>
1. Investimentos fixos	R\$ 1.268,00	4,05%
2. Capital de giro	R\$ 29.552,26	94,36%
2.1 Estoque inicial	R\$ 423,00	1,35%
2.2 Caixa mínimo	R\$ 29.129,26	93,00%
3. Investimentos pré-operacionais	R\$ 500,00	1,60%
<b>TOTAL: R\$ 31.320,26</b>		<b>100%</b>

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Tabela 9 - Fonte de recursos

<b>FONTE DE RECURSOS</b>		
<b>Fonte de Recursos</b>	<b>Valor</b>	<b>(%)</b>
1. Recursos próprios	R\$ 31.320,26	100%
2. Recursos de terceiros	R\$ 0,00	0%
3. Outros	R\$ 0,00	0%
<b>TOTAL: R\$ 31.320,26</b>		<b>100%</b>

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Tabela 10 - Faturamento mensal

<b>FATURAMENTO MENSAL</b>			
<b>Produto/serviços</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Preço Unitário (R\$)</b>	<b>Faturamento Total (R\$)</b>
Produto 01: Comunidade Quilombola Furnas da Boa Sorte	26	R\$ 300,00	R\$ 7.800,00
Produto 02: Assentamento Canaã	13	R\$ 285,00	R\$ 3.705,00
Produto 03: Águas do Miranda	13	R\$ 400,00	R\$ 5.200,00
<b>TOTAL:</b>			<b>R\$ 16.705,00</b>

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Tabela 11 - Custo unitário produto 01

<b>Custo unitário produto 01: Comunidade Quilombola Furnas da Boa Sorte</b>	
<b>Serviços</b>	<b>Valor</b>
Transporte	R\$ 73,34
Guia especializado	R\$ 30,77
Seguro viagem	R\$ 18,64
Refeições	R\$ 33,34
Equipe de apoio	R\$ 23,12
Camping/ café da manhã	R\$ 25,00
Bóton Personalizado	R\$ 02,00
Kit frutas	R\$ 08,15
<b>TOTAL:</b>	<b>R\$ 214,36</b>

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Tabela 12 - Custo unitário produto 02

<b>Custo unitário produto 02: Assentamento Canaã</b>	
<b>Serviços</b>	<b>Valor</b>
Transporte	R\$ 66,67
Guia especializado	R\$ 30,77
Seguro viagem	R\$ 18,64
Almoço	R\$ 15,00
Jantar	R\$ 15,00
Equipe de apoio	R\$ 21,58
Guia local	R\$ 05,00
Camping/ café da manhã	R\$ 20,00
Bóton Personalizado	R\$ 02,00
Kit frutas	R\$ 08,15
<b>TOTAL: R\$ 202,81</b>	

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Tabela 13 - Custo unitário produto 03

<b>Custo unitário produto 03: Águas do Miranda</b>	
<b>Serviços</b>	<b>Valor</b>
Transporte	R\$ 100,00
Guia especializado	R\$ 30,76
Seguro viagem	R\$ 18,64
Almoço	R\$ 25,00
Jantar	R\$ 25,00
Equipe de apoio	R\$ 35,94
Passeio de barco	R\$ 25,00
Camping/ café da manhã	R\$ 40,00
Bóton Personalizado	R\$ 02,00
Kit frutas	R\$ 08,15
<b>TOTAL: R\$ 310,49</b>	

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Tabela 14 - Custo unitário por produto

<b>CUSTO UNITÁRIO POR PRODUTO</b>	
Produto 01: Comunidade Quilombola Furnas da Boa Sorte	R\$ 214,36
Produto 02: Assentamento Canaã	R\$ 202,81
Produto 03: Águas do Miranda	R\$ 310,49
<b>TOTAL:</b>	<b>R\$ 727,66</b>

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Tabela 15 - Apuração do custo de serviços vendidos

<b>APURAÇÃO DO CUSTO DE SERVIÇOS VENDIDOS</b>					
<b>Produto/serviço</b>			<b>Estimativa de vendas</b>	<b>Custo unitário(R\$)</b>	<b>CSV</b>
Produto 01:	Comunidade Quilombola Furnas da Boa Sorte		26	R\$ 214,36	R\$ 5.573,36
Produto 02:	Assentamento Canaã		13	R\$ 202,81	R\$ 2.636,53
Produto 03:	Águas do Miranda		13	R\$ 310,49	R\$ 4.036,37
<b>TOTAL:</b>					<b>R\$ 12.246,26</b>

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Tabela 16 - Custos com depreciação

<b>CUSTOS COM DEPRECIÇÃO</b>					
<b>Ativos Fixos</b>		<b>Valor do Bem (R\$)</b>	<b>Vida Útil (anos)</b>	<b>Deprec. Anual (R\$)</b>	<b>Deprec. Mensal (R\$)</b>
Máquinas e equipamentos	e	R\$ 1.081,00	10,0	R\$ 108,10	R\$ 09,01
Móveis e utensílios	e	R\$ 187,00	10,0	R\$ 18,70	R\$ 01,56
<b>TOTAL:</b>					<b>R\$ 10,57</b>

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Tabela 17 - Custos fixos operacionais mensais

<b>CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS</b>	
<b>Descrição</b>	<b>Custos</b>
Pró-labore	R\$ 2.000,00
Máquina de cartão de crédito	R\$ 58,80
MEI	R\$ 49,00
Depreciação	R\$ 10,57
Materiais de escritório	R\$ 100,00
Materiais de limpeza	R\$ 100,00
<b>TOTAL:</b>	<b>R\$ 2.318,37</b>

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Tabela 18 - Demonstrativo de resultados

<b>DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS</b>			
<b>Descrição</b>	<b>Valor (R\$)</b>	<b>Valor anual (R\$)</b>	<b>Percentual (%)</b>
1. Receita total com vendas	R\$ 16.705,00	R\$ 200.460,00	100
2. Custos c/ materiais diretos e/ou dos serviços vendidos	R\$ 12.246,26	R\$ 146.955,12	73,31%
3. Margem de contribuição	R\$ 4.458,74	R\$ 53.504,88	26,69%
4. Custos fixos finais	R\$ 2.318,37	R\$ 27.820,44	13,88%
<b>Resultado operacional:</b>	<b>R\$ 2.140,37</b>	<b>R\$ 160.393,30</b>	<b>12,81%</b>

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Tabela 19 - Indicadores de viabilidade

<b>INDICADORES DE VIABILIDADE</b>	
<b>Indicadores</b>	<b>Ano 01</b>
Ponto de equilíbrio (R\$)	104.231,34
Lucratividade (%)	12,81
Rentabilidade (%)	82,01
<b>Prazo de retorno do investimento:</b>	<b>01 ano e 03 meses</b>

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do plano de negócio possibilitou o estudo de mercado para criação de uma empresa no segmento de cicloturismo no município de Campo Grande, para usufruir de áreas das comunidades locais dentro do estado de Mato Grosso do Sul, buscando o fomento do Ecoturismo de Base Comunitária. Com isso, busca-se também, proporcionar ao cliente experiência de vivenciar a cultura e a biodiversidade dos lugares visitados.

Com base nas mudanças que o Turismo vem passando, podemos considerar que a segmentação de mercado é de suma importância para definir o público-alvo, possibilitando assim, criação de planos de ação e planejamento, satisfazendo as necessidades do público em específico. Em razão disso, a Ipê Bike Tour pretende atender as necessidades desse crescente mercado, que busca a prática do ciclismo tendo como motivação o esporte aliado a qualidade de vida, de modo que possa interagir com o ambiente natural.

Para validação deste plano de negócio, foi analisada a probabilidade de abertura de uma empresa para atuar no segmento de cicloturismo, através de uma pesquisa aplicada aos ciclistas, averiguando assim, positivamente a aceitação dos mesmos para contratação de uma empresa especializada na elaboração e condução de roteiros cicloturísticos. Indicando como preferências, se hospedar no local utilizando-se do camping e van para transportá-los até o ponto de partida do pedal. Serviços estes, que estão inclusos nos pacotes, tornando-os produtos diferenciados das empresas concorrentes.

Os roteiros foram formatados em pacotes turísticos disponibilizando conforto, segurança e apoio, garantindo dessa forma, o desenvolvimento das atividades turísticas com responsabilidade profissional e fomento do turismo. Além de, promover os destinos escolhidos e fortalecer as comunidades locais, as quais possuem potenciais turísticos com suas atratividades naturais e culturais.

Diante disso, foi elaborado o plano de marketing que se utilizará de mídias digitais como estratégia para atrair a clientela, divulgação da marca e manter contato contínuo com clientes e potenciais clientes da empresa, prezando o bom relacionamento



e atendimento de qualidade aos mesmos. Ofertando também produtos com preços acessíveis que estão de acordo com o que grande parte dos ciclistas pesquisados estão dispostos a pagar.

Para a formatação dos preços, foram calculados, com base nos custos da empresa, projetando possíveis resultados financeiros, para demonstrar a viabilidade de abertura da empresa. Com investimento inicial no valor total de R\$ 31.320,26 por meio de recursos próprios, no qual prevê faturamento mensal de R\$ 16.705,00 através da estimativa de vendas no mês.

O demonstrativo dos resultados indica R\$ 12.246,26 de custos com os serviços vendidos, provendo R\$ 4.458,74 de margem de contribuição, calculados aos custos fixos operacionais de R\$ 2.318,37 o qual está incluso o pró-labore da proprietária do empreendimento. Resultando operacionalmente no valor de R\$ 2.140,37 indicando a viabilidade do negócio com percentual de 12,81% de lucratividade e 82,01% de rentabilidade. Com prazo de 01 ano e 03 meses para o retorno dos investimentos.

Diante os resultados propostos, verifica-se a viabilidade da abertura da empresa Ipê Bike Tour através da aceitação e motivação dos ciclistas para realizarem roteiros cicloturísticos. Demonstrando resultados positivos em relação à lucratividade e rentabilidade do negócio.

## REFERÊNCIAS

AMBRÓSIO, V. **Plano de marketing passo a passo**. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 1999.

ANSARAH, M. **Turismo: segmentação de mercado**. São Paulo: Futura, 1999.

CAMPO GRANDE. **Lei nº 5.177, de 28 de dezembro de 2012**. Institui o plano de cicloviárias no município de Campo Grande-MS e dá outras providências. Campo Grande: Diário Oficial de Campo Grande, 31 dez. 2012. Disponível em: <http://www.campogrande.ms.gov.br/planurb?s=cicloviarias>. Acesso em: 05 mai. 2019.

COMUNIDADE Quilombola Furnas da Boa Sorte – Corguinho (MS). **Portal Isso é MS**, 09 mai. 2016. Disponível em: <https://www.issoems.com.br/single-post/2016/05/09/Comunidade-Quilombola-Furnas-da-Boa-Sorte-Corguinho-MS>. Acesso em: 06 out. 2019.

COSTA, L. et al. **A evolução do marketing digital: uma estratégia de mercado**. XXXV Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Fortaleza, 2015.

FIRE BIKERS. **Associação esportiva Fire Bikers Team**. Disponível em: <https://www.firebikers.com.br/sobre>. Acesso em: 26 out. 2019.

GOOGLE MAPS. Disponível em: <https://www.google.com/maps>. Acesso em: 30 set. 2019

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Cidades Cicláveis: Avanços e desafios das políticas cicloviárias no Brasil**. Brasília, 2017.

INSTITUTO MAMEDE. **Ecoturismo de Base Comunitária na Comunidade Quilombola Furnas da Boa Sorte**. Disponível em: <https://institutomamede.blogspot.com/2019/07/ecoturismo-de-base-comunitaria-na.html?showComment=1563513483004#c8499493083514117097>. Acesso em: 06 out. 2019.

INSTITUTO MAMEDE. **Oficina de Observação de Aves do Festival de Inverno 2019 transforma olhares e revela nova atividade turística para o distrito Águas do Miranda, Bonito-MS, Brasil**. Disponível em: <https://institutomamede.blogspot.com/2019/07/oficina-de-observacao-de-aves-do.html>. Acesso em: 06 out. 2019.

LICKORISH, J.; JENKINS, C. **Introdução ao Turismo**. Tradução de Fabíola de Carvalho S. Vasconcellos. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

NERIS, G. Prefeitura apresenta projeto para recapear 34 km de vias e implantar cicloviárias. **Campo Grande News**, Campo Grande 14 jun. 2018. Disponível em: <https://www.campograndenews.com.br/cidades/capital/prefeitura-apresenta-projeto-para-recapear-34-km-de-vias-e-implantar-cicloviarias>. Acesso em: 05 mai. 2019.

RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável: A proteção do meio ambiente**. 16º ed. Campinas, SP: Editora Papirus, 2012.

SANTOS, I.J.; GUZMAN, S. J. M. **Turismo de experiência: Uma alternativa socioeconômica para Itacaraé (BA)?** Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v.14 n. 2, p.117-132, ago. 2014.

SEBRAE. **Como montar um Home Office.** Disponível em: <http://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-home-office,c0287a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 21 set. 2019.

SEBRAE. **Importância da marca para sucesso do negócio.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/importancia-da-marca-para-sucesso-do-negocio,48f9634e2ca62410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 12 out. 2019.

SEBRAE. **Microempreendedor individual.** Disponível em: <http://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/o-que-e-ser-mei,e0ba13074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD#this>. Acesso em: 21 set. 2019.

SEBRAE. **Saiba tudo sobre formalização.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/6-passos-para-a-formalizacao-do-mei,ee64d4361e3c8410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 07 out. 2019.

SEBRAE. **Tendências de sustentabilidade para os pequenos negócios.** Disponível em: [http://extranet2.pr.sebrae.com.br/portal/sustentabilidade/relatorio\\_de\\_tendencias\\_sebrae.pdf](http://extranet2.pr.sebrae.com.br/portal/sustentabilidade/relatorio_de_tendencias_sebrae.pdf). Acesso em: 25 set. 2019.

SEGOVIA, Y. et al. **O ecoturismo como atividade sustentável: um estudo de caso da cidade de Curitiba-PR.** VI Encontro de Turismo de Base Comunitária e Economia Solidária, Curitiba, 2015.

SOPA DE PEDRA. **Sopa de pedra turismo e aventura.** Disponível em: <https://www.sopadepedra.com.br/>. Acesso em: 26 out. 2019.

WEARING, S.; NEIL, J. **Ecoturismo: Impactos, potencialidades e possibilidades.** Tradução: Carlos David Szlack. 1º ed. São Paulo, SP: Editora Manoele, 2001.

WWF BRASIL. **Manual de Ecoturismo de Base Comunitária: ferramentas para um planejamento responsável.** Brasília, 2003.

# APÊNDICE

PERGUNTAS

RESPOSTAS

## Pesquisa Acadêmica

Olá, sou Andressa Ovando, acadêmica do curso de Turismo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS). 

Qual cidade vc mora? \*

Texto de resposta curta

Qual sua faixa etária? \*

- 18 - 30
- 31 - 40
- 41 - 50
- + 50

PERGUNTAS

RESPOSTAS

Escolaridade? \*

- Ensino Fundamental Completo
- Ensino Médio Completo ou EJA (Ensino de Jovens e Adultos)
- Superior Completo ou em andamento
- Pós-Graduação
- Mestrado/Doutorado
- Outros...

Renda Familiar? \*

- Até 1 salário mínimo
- De 1 a 3 salários mínimos
- De 3 a 6 salários mínimos
- De 6 a 9 salários mínimos
- De 9 a 12 salários mínimos

Há quanto tempo pedala? \*

- Menos de 1 ano
- De 1 a 3 anos
- De 3 a 6 anos
- De 6 a 9 anos
- De 9 a 12 anos
- Outros...

Qual sua principal motivação em pedalar? \*

- Esporte/Competição
- Esporte/ Qualidade de vida
- Lazer
- Meio de Locomoção
- Outros...

Já viajou para outros lugares para pedalar? \*

- Sim
- Não

Contrataria uma empresa especializada em conduzir roteiros cicloturísticos? \*

- Sim
- Não

...

Ao contratar uma empresa para conduzir um roteiro em outra cidade do MS, \*

- Carro próprio
- Carona amiga
- Van ( para transportar pessoas e bicicletas e carro de apoio)
- Outros...

Selecione 3 itens que vc considera fundamentais para elaboração de um \*

- Carro de apoio
- Transporte até o ponto de início da pedalada
- Refeições
- Hospedagem
- Atrativos turísticos
- Sinalização
- Pontos de apoio
- Segurança
- Outros...

Quais tipos de atrativos turísticos te chama mais atenção? \*

- Atrativos naturais (fauna, flora, rios, cachoeiras, etc.)
- Atrativos culturais ( gastronomia local, histórias locais, etc.)
- Outros...

Teria interesse em realizar roteiros cicloturístico em lugares diferenciados \*

- Sim
- Não

Se fosse realizar uma viagem para pedalar, gostaria de? \*

- Voltar no mesmo dia
- Se hospedar no lugar
- Outros...

Caso fosse se hospedar, qual tipo de hospedagem prefere? \*

- Hospedagem domiciliar
- Camping
- Outros...

Camping Outros...

Quanto pagaria para realizar um roteiro de dois dias, no qual teria incluso, \*

 Até R\$ 150,00 De R\$ 150,00 a R\$ 250,00 De R\$250,00 a R\$ 350,00 De R\$ 350,00 a R\$ 450,00 + de R\$ 450,00 Outros...

Gostaria de fazer alguma sugestão de roteiro que deseja realizar pedalando?

Texto de resposta longa

Gostaria de fazer alguma sugestão de roteiro que deseja realizar pedalando?

33 respostas

Pantanal

Não

Piraputanga

fico na torcida para que vc realize esse projeto que é maravilhoso e seus sonhos não importando o tempo que dure. pois o mais importante é o caminho.

Nao

Paraná - Santa Catarina - Rio Grande do Sul

Serra rio do rastro, serra da canastra, regioes do sul do paiz

Calda novas

Caminho da fé

Fora do estado, fora do país!

Pedalei de c Gde a SP e de SP a Santos! Gostaria de pedalar em qualquer lugar; minha vida é a bike !

Em piraputanga

## Gostaria de fazer alguma sugestão de roteiro que deseja realizar pedalando?

33 respostas

Piraputanga ida e volta e dois dias na beira do rio...

Morro do PAXIXI, Jardim, Bonito, Rio Verde, Corumba, Santos/São Paulo, Tocantins, Recife, Florianópolis, Espanha, Chile, Portugal, Alemanha

Rio Verde

Transpantaneira

Rio Negro até a pedra Santa descida da serra dos perdidos , são Gabriel do oeste .

Roteiros de prova de superação, não competição.

Cada ciclista desafiando a si próprio, de Campo Grande até Corumbá .

Já fiz provas assim em outros estados do Brasil e garanto que é muito bom .

A pessoa deaafiando os próprios limites .

Estrada parque/Pantanal

Nova Zelândia, e países europeus , Bonito MS , Jardim MS,

De campo grande a jardim

Eu não vou passar minhas ideias pra vcs

Uma sugestão que acho interessante seria ter um profissional responsável para tirar fotos da pedalada!

Corumbá

Bom desejo fazer a Serra do Rio do Rastro pedalando ela fica localizada no estado de Santa Catarina e descobrir outras rotas aqui em MS

Em bonito Ms

Caminho Europeu que parte de Pomerode SC

No meu caso, estando desempregada teria um apoio ou ajuda dentre os demais pra eu poder participar.

um roteiro complemente turístico. a natureza é sem igual.

Campo Grande - Três Lagoas

Alguma praia