



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA – CAMPUS JAGUARÃO  
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO**

**MAICOU DA SILVA BELEM**

**EMPREENDIMENTO DE ALUGUEL DE CAIAQUES EM JAGUARÃO-RS:  
UMA POSSIBILIDADE DE FOMENTO AO SEGMENTO DO TURISMO  
NÁUTICO**

Jaguarão  
2017

**MAICOU DA SILVA BELEM**

**EMPREENHIMENTO DE ALUGUEL DE CAIAQUES EM JAGUARÃO-RS:  
UMA POSSIBILIDADE DE FOMENTO AO SEGMENTO DO TURISMO  
NÁUTICO**

Trabalho de Projeto Aplicado I apresentado ao  
Curso Superior de Tecnologia em Gestão de  
Turismo da Universidade Federal do Pampa -  
Campus Jaguarão

Orientador: Me. Alexandre Caldeirão Carvalho

Jaguarão  
2017

**MAICOU DA SILVA BELEM**

**EMPREENHIMENTO DE ALUGUEL DE CAIAQUES EM JAGUARÃO-RS:  
UMA POSSIBILIDADE DE FOMENTO AO SEGMENTO DO TURISMO  
NÁUTICO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à banca examinadora do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial à obtenção do grau de Tecnólogo em Gestão de Turismo.

Aprovado em ..... de 2017.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>ª</sup>. Me. Alexandre C. Carvalho - Orientador  
UNIPAMPA

---

Prof<sup>ª</sup>. Ma. Patrícia Severo  
UNIPAMPA

---

Prof<sup>ª</sup> Ma. Francielle Lima  
UNIPAMPA

## RESUMO

O presente projeto tem por finalidade a elaboração de um plano de negócio para um empreendimento de aluguel de caiaques em Jaguarão-RS. O intuito desta proposição é analisar os aspectos necessários para a montagem de tal empreendimento, a viabilidade do negócio, bem como a possibilidade desta atividade, do ramo do esporte e lazer, funcionar enquanto recurso potencializador do turismo nesta região. Para isto, utilizou-se de pesquisas bibliográficas, estudos de aspectos que embasassem a montagem do plano de negócio, afim de entender o cenário dos possíveis clientes do empreendimento aqui proposto, foi realizada uma pesquisa descritiva de motivação, de natureza qualitativa que contou com uma amostragem probabilística por agrupamento, por meio da aplicação de questionários via web. Para a análise dos dados pautou-se na estatística multivariada. além de aplicação de questionários. A partir da construção deste trabalho pretende-se demonstrar a importância da elaboração de um plano de negócio como forma prática de organizar e viabilizar ideias criativas, inovar dentro da área turística, seja fomentando novas possibilidades dentro do segmento, ou complementando áreas existentes.

Palavras-chave: Aluguel de Caiaques; Esporte e Lazer; Jaguarão; Plano de Negócios; Turismo.

## RESUMEN

El presente proyecyo tiene por finalidad la elaboración de un plan de negocios para un emprendimiento de alquiler de cayaques en Yaguarón-RS. Esta proposición busca analizar los aspectos necesarios para el montaje de tal empresa, la viabilidad del negocio, bien como la posibilidad de que esta actividad, del ramo del deporte y ocio, funcione como un recurso potencializador del turismo en esta región. Para ello, fueron utilizadas pesquisas bibliográficas, estudios de aspectos que embasan el montaje del plan de negocio, además de la aplicación de cuestionarios. A partir de la construcción de este trabajo se pretende demostrar la importancia de la elaboración de un plan de negocios como forma practica de organizar y viabilizar ideas creativas, innovar dentro del área turística, sea fomentando nuevas posibilidades dentro del seguimiento, o complementando áreas ya existentes.

Palabras-llave: Alquiler de cayaques, Deporte y Ocio, Yaguarón, Plan de negocios, Turismo Náutico

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Lista de Fornecedores.....	22
Quadro 2 - Quesitos necessários para abrir uma empresa .....	24
Quadro 3 – Relação de Investimentos .....	24
Quadro 4 – Gastos Pré-Operacionais .....	25
Quadro 5 – Custos Operacionais .....	26
Quadro 6 – Resultado Operacional Mensal .....	26
Quadro 7 – Receita Estimada.....	27
Quadro 8 – Receita Mensal com Estimativa de Sazonalidade .....	28
Quadro 9 - Cálculo da Produção Máxima .....	29
Quadro 10 - Cálculo do Retorno do Investimento .....	30

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Amostra .....	17
Gráfico 2 – Idade.....	18
Gráfico 3 – Natureza das Atividades de Lazer .....	19
Gráfico 4 – Valor a Pagar Pelo Serviço .....	19
Gráfico 5 – Periodicidade do Consumo .....	20
Gráfico 6 – Sazonalidade .....	28

## Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	9
1.1. Contextualização.....	9
1.2. Justificativa:.....	10
1.3. Problematização .....	10
1.4. Objetivo Geral .....	11
1.5. Objetivos Específicos .....	11
2. Metodologia .....	12
3. Referencial Teórico.....	13
3.1. Turismo Náutico .....	13
3.2. Esporte e Lazer .....	14
3.3. Plano de Negócio .....	15
4. Plano de Negócios para o Empreendimento de Aluguel de Caiaques .....	16
4.1. Sumário Executivo.....	16
4.2. Análise de mercado.....	16
4.3. Plano Financeiro.....	24
5. Análise de Viabilidade Econômica.....	29
6. Conclusão.....	32
7. Referência .....	33
8. Apêndice.....	35

# 1. INTRODUÇÃO

## 1.1. Contextualização

O contexto onde se pretende inserir o negócio de aluguel de caiaques é uma região fronteira, entre o Brasil e o Uruguai, mais precisamente, na cidade de Jaguarão-RS. Nesta localidade a movimentação turística se concentra no chamado *turismo de compras*<sup>1</sup>, por conta da existência dos *free shops*<sup>2</sup> no país vizinho e em eventos em datas específicas como o carnaval, por exemplo. Não há outra concentração turística expressiva na cidade. A inexistência de outras atividades turísticas significativas não é pelo fato de não haver potencialidades na localidade, mas sim por conta do isolamento geográfico, por haver pouca estrutura turística e não haver um planejamento voltado a esta área.

De acordo com informações constantes no website da Prefeitura Municipal de Jaguarão, a cidade é reconhecida nacionalmente por seus sítios arquitetônicos, que constituem um acervo considerado sem similar em número e estado de conservação no Rio Grande do Sul. Jaguarão possui também como um ponto turístico bastante relevante a “Ponte Internacional Barão de Mauá”, que foi construída entre 1927 e 1930, para ligar o Brasil ao Uruguai. A construção foi a primeira entre os países e tinha como intuito aproximá-los política, econômica e culturalmente. Tombada em maio de 2011 pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), a Ponte Internacional Mauá é o símbolo de uma união afetiva entre as cidades brasileira e uruguaia. Este monumento tem papel fundamental para o município, pois atua enquanto cartão postal e atrativo turístico.

Entre Jaguarão e Rio Branco encontra-se o rio Jaguarão, que é navegável por 32 km, da foz até o município de Jaguarão no extremo sul do Brasil, com 2,50 metros de profundidade. Do cais da cidade até a lagoa Mirim (UY) encontra-se uma grande diversidade de paisagens, que é pouco conhecida e por consequência pouco explorada pela população Jaguareense.

---

<sup>1</sup> Para Allis (2008) a diversidade de produtos, preços atraentes e a simples possibilidade de consumir produtos importados são fatores que estão no cerne da atividade chamada turismo de compras. Esta atividade pode ser compreendida então enquanto o deslocamento motivado pelas compras.

<sup>2</sup> Segundo Xavier *et al.*, (2013) o termo *free-shop* passou a ser adotado para representar lojas que comercializam produtos de marcas importadas com isenção ou redução de impostos.

É através desta conjuntura que este trabalho traz uma proposição de um novo empreendimento na cidade de Jaguarão, um local para alugar caiaques, onde os moradores e visitantes possam desfrutar das paisagens que a cidade oferece, ao mesmo tempo em que vivenciam uma atividade de esporte e lazer.

## **1.2. Justificativa:**

O turismo possui vários segmentos que contribuem para as localidades promovendo desenvolvimento social e cultural, além de ser uma área rentável economicamente. De um modo geral, as cidades interioranas têm grandes potenciais turísticos explorados de modo ineficaz, sendo que se esses fossem adequadamente pensados poderiam modificar positivamente estas localidades. Quando se fala no segmento turismo náutico, o cenário é ainda mais negligenciado, pois não há uma tradição neste sentido, mesmo o Brasil dispondo de muitos recursos naturais que em suma favorecem a prática deste segmento.

Este aproveitamento ineficiente se deve, entre outras coisas, ao não planejamento da atividade turística, a falta de preparo dos empreendedores inexperientes que possuem uma boa ideia para trabalhar na área do turismo, mas que não atingem sucesso por não terem informações necessárias para viabilizar seus negócios. Neste sentido, o Sebrae (2016) produziu um relatório que fala da sobrevivência das empresas no Brasil, dentre os principais aspectos apontados enquanto fator colaborador para o fechamento das empresas, está o planejamento, ou melhor a ausência dele.

Jaguarão possui um rio navegável que não é aproveitado pelo segmento turístico, entendendo que este é um potencial forte que incrementaria a oferta turística na cidade, que poderia utilizar responsavelmente este recurso natural em prol do turismo, a proposta aqui tratada se justifica por promover um estudo que respeite a localidade, seja socialmente, seja ambientalmente, ao mesmo tempo que traça maneiras de materializar a ideia de manter um aluguel de caiaques através do plano de negócios de forma sustentável.

## **1.3. Problematização**

A questão trazida neste trabalho parte da percepção acerca da viabilidade física e econômica da instalação de um empreendimento de aluguel de caiaques na cidade de

Jaguarão, mais especificamente na orla do Rio Jaguarão. O intuito é entender se um negócio deste porte tem demanda real para se sustentar neste cenário, entender se a cidade tem fôlego para atrair turistas para esta atividade de esporte e lazer, ou ainda se a partir deste empreendimento, seria possível, posteriormente, criar uma tradição em turismo náutico.

Algumas das questões levantadas podem ser sanadas com a organização das ideias por meio do plano de negócio, outras, porém só com o empreendimento em funcionamento se terá uma noção mais clara. Contudo, o planejamento deste negócio, mesmo que não sane todas as dúvidas, pode ao menos antever problemas e já apontar possíveis soluções, afim de que o projeto tenha mais chances de êxito.

#### **1.4. Objetivo Geral**

Elaborar um Plano de Negócios referente ao empreendimento de aluguel de caiaques na cidade de Jaguarão.

#### **1.5. Objetivos Específicos**

O presente trabalho tem por objetivo efetuar um estudo a respeito dos possíveis clientes do empreendimento, sobre os concorrentes, sobre os fornecedores, bem como analisar a viabilidade do negócio no contexto em que está inserido e de que forma o empreendimento poderia afetar o turismo local.

## 2. Metodologia

A motivação para a presente iniciativa é proporcionar maior conhecimento a respeito das potencialidades do Rio Jaguarão como elemento turístico. Nesse sentido, este esforço de pesquisa possui caráter descritivo e pode ser estruturado dentro de um método de Estudo de Caso. Para entender o cenário dos possíveis clientes do empreendimento aqui proposto, foi realizada uma pesquisa descritiva de motivação, de natureza quantitativa que contou com uma amostragem probabilística por agrupamento, por meio da aplicação de questionários via web. Para a análise dos dados pautou-se na estatística multivariada.

Para a escolha da amostra foi priorizada pessoas que tivessem algum vínculo com o campo do turismo (discentes, docentes e egressos de turismo da Universidade Federal do Pampa), pessoas que tivessem vínculo com excursões turísticas da região (Jaguarão, Arroio Grande, Rio Branco, Rio Grande, entre outros). A pesquisa foi aplicada durante o período de 19 a 29 de maio de 2017. Embora a pesquisa tenha sido encaminhada a uma amostra de 100 pessoas, apenas 40 pessoas responderam o questionário na plataforma virtual Formulários Google.

Segundo Gil, (2007, p. 54), “um estudo de caso pode ser caracterizado como um estudo de uma entidade bem definida como um programa, uma instituição, um sistema educativo, uma pessoa, ou uma unidade social.”

O estudo de caso visa conhecer em profundidade determinado fenômeno, “procurando descobrir o que há nela de mais essencial e característico” (op. cit.)

Para a escolha da metodologia deste trabalho considerou-se, dentre outros aspectos, o tema e o objeto de estudo. Entendendo que o propósito principal aqui abordado é verificar a viabilidade de um empreendimento de aluguel de caiaques em Jaguarão-RS, fez-se necessário, primeiramente, um aprofundamento na literatura referente a plano de negócios, visto que o trabalho está estruturado na elaboração de tal plano que funcionará como forma de checar a possibilidade de instalação. Além disto, revisou-se estudos científicos sobre o setor do turismo náutico e sobre esporte e lazer.

O modelo de plano de negócios que serviu de base para este estudo é o molde do Sebrae.

### 3. Referencial Teórico

A proposta abordada neste trabalho está baseada nos conceitos de turismo náutico, esporte e lazer e plano de negócios. Estas conceituações permeiam todo o estudo, isto por que, a atividade de andar de caiaque está circunscrita na grande área esporte e lazer, do mesmo modo, se inscreve também no turismo náutico, visto que há uma potencialidade turística através deste esporte, por conta do recurso natural disponível no contexto considerado, o rio Jaguarão. E por fim, o plano de negócio que é a organização da ideia e sua consequente transformação em empreendimento.

#### 3.1. Turismo Náutico

De acordo com informações constantes no website da Plataforma Tecnológica da Macaronésia,

O turismo náutico é um tipo de turismo alternativo cada vez mais popular que se define como férias ativas em contato com a água, através da realização de atividades como a navegação em barcos à vela ou iates, bem como outras atividades lúdicas e desportivas que impliquem o desfrute da natureza neste contexto. Além disso, simultaneamente, o turismo náutico complementa-se o desfrute da oferta turística e recreativa da zona. O turismo náutico pode atuar como propulsor da economia da zona, dado que implica a possibilidade que numerosas empresas possam prestar serviços para este público-alvo como podem ser: o aluguer de veleiros, manutenção de embarcações, guias náuticos, aluguer de motos de água, escolas relacionadas com os desportos náuticos, etc. (Plataforma Tecnológica da Macaronésia. Acessado em 30/04/2017)

O Ministério do Turismo brasileiro caracteriza o turismo náutico por seu elemento essencial: o aparelhamento náutico, onde o mesmo funciona como atrativo próprio que motiva o deslocamento. Há ainda outros aspectos a serem levados em consideração para o entendimento de turismo náutico, de acordo com essa mesma diretriz do ministério: a finalidade da movimentação turística, o tipo de embarcação utilizada e a área de navegação. No âmbito do segmento, existem duas vertentes principais: o Turismo Náutico de Cruzeiro e de Recreio e Esporte. No caso específico deste trabalho, interessa o turismo náutico de recreio e esporte e a intenção da movimentação turística que utilize os *“diferentes tipos de transportes aquaviários, cuja motivação do turista e finalidade do deslocamento seja a embarcação em si”*. (BRASIL, 2010)

Segundo o Relatório de Inteligência do Turismo Náutico organizado pelo Sebrae Inteligência Setorial (2015), diz que “o turismo náutico faz referência a todas atividades de navegação (com embarcações) feitas nos mais diferentes lugares que possuem água,

com as características pré-dispostas à movimentação e o deslocamento turístico.” (SEBRAE, 2015, p. 1)

Tulik (1993) sugere que existe uma tendência contemporânea que consiste no aproveitamento do turismo náutico, onde reconhece que a navegação recreativa poderia ser dirigida a demandas de distintos perfis socioeconômicos. A autora ressalta ainda que os recursos naturais básicos compõem subsídios primários da oferta e só podem ser considerados como turísticos quando empreendidos para tal fim, anterior a isto, são uma oferta em potencial. Em geral, os recursos naturais que dispõem de um potencial atrativo para o turismo, não os dispõem intencionalmente, contudo a transformação deste em recurso turístico é totalmente intencional, isto significa que é necessário investir recursos para que estes se tornem uma atração turística.

### **3.2. Esporte e Lazer**

Segundo o Ministério do Turismo, o esporte atua enquanto

(...) motor do avanço das atividades náuticas, porém só se consegue alcançar os benefícios sociais e econômicos com o desenvolvimento das atividades náuticas quando se transcende o esporte e se chega sem complexo à promoção da cultura e do Turismo Náutico. (LIVRO AZUL DA NÁUTICA, 2005)

Da mesma forma, Walker (2002) complementa dizendo que o esporte se sobressai como um dos motivos físicos da viagem de lazer atrelados ao sucesso e auto realização. Dentre as motivações das viagens de lazer, estão postos os esportes como motivações físicas, como repouso, prática do mesmo e atividades relacionadas, como diversões saudáveis e relaxantes.

Segundo a definição da Enciclopédia Intercom de Comunicação, o lazer pode ser entendido enquanto tudo aquilo a que o indivíduo “se dedica de livre e espontânea vontade no seu tempo livre.” (INTERCOM, 2010, p. 747) Sendo assim, o lazer esportivo pode ser compreendido enquanto uma atividade de cunho esportivo que é desempenhada de modo livre, tanto no que diz respeito à periodicidade da prática em questão, quanto no que toca o tipo de modalidade esportiva desenvolvida. Complementarmente, a Enciclopédia aponta ainda que “o lazer está presente quando o ser humano permite dedicar seu tempo a uma atividade que gosta de fazer espontaneamente, dentre as quais podemos elencar as atividades esportivas. É sensível o interesse pelo esporte enquanto lazer.” (INTERCOM, 2010, p. 747)

Carvalho e Lourenço (2009) aponta que o turista de lazer esportivo procura por

um turismo ativo, onde a finalidade é também viver nos limites a conjuntura da viagem e retirar desta a maior quantidade e a melhor qualidade de vivências e experiências significativas. O desporto, prática onde o ser humano experimenta os seus limites, está incluído nas mesmas dinâmicas da sociedade atual, conhecendo também uma fase de crescimento e de modificação. Adota novas formas, novas situações e novos valores, onde para além da competição com outrem, as pessoas buscam para si subterfúgio, bem-estar e novas experiências.

### **3.3.Plano de Negócio**

O plano de negócio, segundo Fontanini (2000), é a organização formal dos conceitos, da oportunidade, da ideia, dos riscos, das experiências análogas, das medidas que minimizam riscos, das respostas aos pré-requisitos, da tática competitiva, bem como do plano de estratégia de mercado, de vendas, operacional e financeiro para torna possível o novo negócio.

Kremer (2015) ressalta que há um pequeno número de empresários que realmente compreendem como elaborar um plano de negócios, com objetividade, contudo esta elaboração é de extrema relevância e irá ajudar o novo empreendedor a conhecer mais profundamente o seu próprio negócio.

Para que uma ideia de empreendimento se transforme num negócio é imprescindível planeamento, dado isto, o primeiro passo para começar a organizar a ideia é compreender o cenário onde se está inserido, ou seja, analisar o mercado.

Dornellas (2008) apresenta a análise de mercado enquanto uma parte onde o autor do plano de negócios deve demonstrar que conhece muito bem o mercado consumidor do produto/serviço proposto: como está organizado, a perspectiva de crescimento, as particularidades do consumidor e onde está localizado, se há sazonalidade e como agir em casos como este, análise da concorrência, sua participação de mercado e a dos principais concorrentes, etc.

Da mesma maneira, o SEBRAE (2017) apresenta um passo a passo com descrições simples para auxiliar na construção deste plano, assim como uma plataforma virtual. Há uma divisão em quatro eixos: *a coleta de informação, avalie o cliente, verifique o mercado e analise a concorrência*. Foi considerado neste trabalho, o quesito de verificação de mercado, onde há uma espécie de diretriz que diz que uma melhor visão a cerca do mercado e das oportunidades e ameaças leva a uma consequente melhor posição perante os concorrentes. Os elementos referentes ao segmento de

mercado são: *Qual é a participação de mercado (market-share) entre os principais concorrentes? Qual é o potencial de mercado? O mercado está bem atendido? Quais são as oportunidades para o produto/serviço obter uma maior fatia de mercado?*

Fontanini (2000), por sua vez, diz que a análise de mercado é a validação da ideia, pensando os clientes, seria a assimilação de necessidades, segmentos e quantificação do segmento. Pensando os concorrentes, seriam as táticas gerais, liderança em custo, caracterização, especificidade, busca de aproveitamento competitivo.

Pedrosa (2012) complementa dizendo que a análise de mercado é uma avaliação do ambiente onde a empresa está colocada, compreendendo a concorrência, os consumidores e as tendências do setor.

## **4. Plano de Negócios para o Empreendimento de Aluguel de Caiaques**

### **4.1. Sumário Executivo**

#### **4.1.1. Objetivo**

O objetivo do presente plano de negócios é verificar a viabilidade de criação de um empreendimento de aluguel de caiaques na cidade de Jaguarão-RS.

#### **4.1.2. Projeto**

O empreendimento em questão pretende criar experiências singulares tendo por base o turismo náutico, o esporte e o lazer.

#### **4.1.3. Forma jurídica**

O negócio está inserido no nicho de mercado serviços, a forma jurídica será de uma sociedade limitada, com enquadramento tributário no lucro presumido.

### **4.2. Análise de mercado**

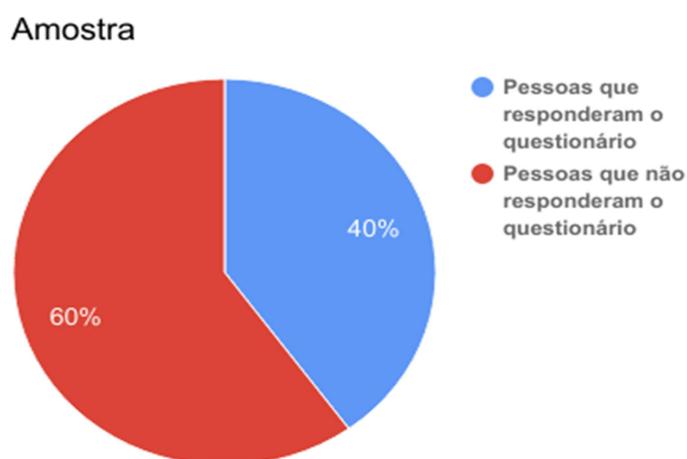
#### **4.2.1. Estudo dos Clientes**

Para entender o cenário dos possíveis clientes do empreendimento aqui proposto, foi realizada uma pesquisa descritiva de motivação, de natureza quantitativa que contou com uma amostragem probabilística por agrupamento, por meio da aplicação de questionários via web. Para a análise dos dados pautou-se na estatística multivariada.

Para a escolha da amostra foi priorizada pessoas que tivessem algum vínculo com o campo do turismo (discentes, docentes e egressos de turismo), pessoas que tivessem vínculo com excursões turísticas da região (Jaguarão, Arroio Grande, Rio Branco, Rio Grande e etc). De acordo com as informações coletadas obteve-se dados sobre comportamento de consumo de lazer, clientes potenciais para o segmento do turismo e lazer náutico e mapeamento dos possíveis clientes.

A pesquisa foi aplicada durante o período de 19 a 29 de maio de 2017. Embora a pesquisa tenha sido encaminhada a uma amostra de 100 pessoas, apenas 40 pessoas responderam o questionário na plataforma virtual Formulários Google.

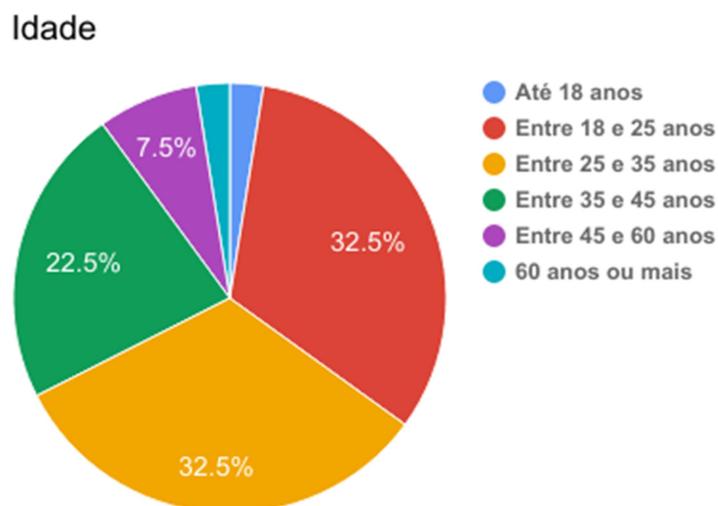
Gráfico 1 - Amostra



Fonte: O Autor.

Das pessoas que responderam o questionário, mais da metade têm entre 18 e 35 anos, o que aponta um possível público jovem e adultos, como é possível visualizar no gráfico 2:

Gráfico 2 – Público conforme faixa etária

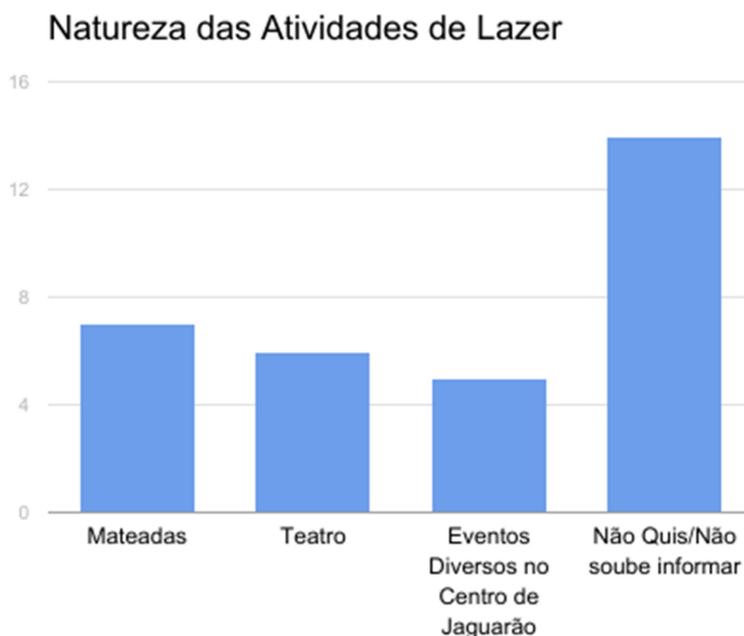


Fonte: O Autor.

Todas as pessoas que responderam ao questionário já conheciam a cidade de Jaguarão-RS, sendo que, dentre estas, 65% eram naturais do município em questão e continuam residindo no mesmo. Este percentual acentuou ainda mais quando se perguntou sobre a frequência das idas a Jaguarão-RS, visto que todas as pessoas naturais da cidade, residem na mesma, e muitas pessoas de outras localidades também se encontram residindo no município. Os residentes em Jaguarão-RS alcançam 82,5% do total, os visitantes assíduos que vêm sempre alcançam a marca de 7,5% e os visitantes esporádicos que vêm às vezes alcançam o percentual de 10% do total das respostas.

Quanto às atividades de lazer, 75% responderam terem participado de alguma atividade de lazer. A natureza destas atividades são as mais variadas: gastronomia, futebol, feiras, eventos acadêmicos, bingo, corridas, rodeios dentre outros. Ainda que de forma modesta, o lazer náutico aparece nas respostas enquanto atividades de pesca e remo, além do esporte de um modo geral ser apontado, o que pode considerar o esporte náutico também. As atividades de lazer mais expressivas estão ilustradas no gráfico 3:

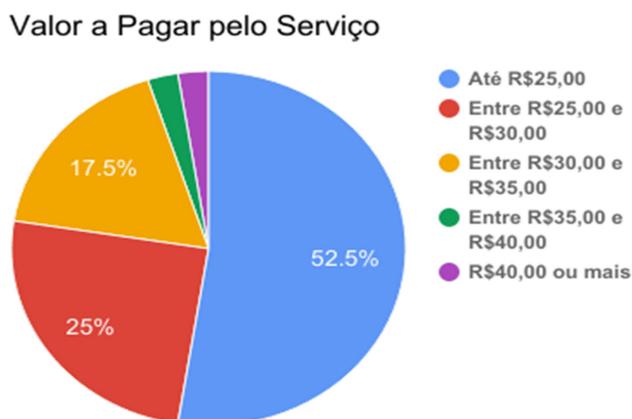
Gráfico 3 – Natureza das atividades de lazer



Fonte: O Autor.

Quanto ao serviço de aluguel de caiaques, 62,5% indicaram consumir este serviço, caso houvesse, 35% disseram que talvez consumissem e apenas 2,5% informaram não estar dispostos ao consumo de tal serviço. No que toca o possível valor a ser pago pelo serviço de aluguel de caiaques, a maioria das pessoas informaram dispor de até R\$25,00 reais para usufruir de um serviço desta natureza.

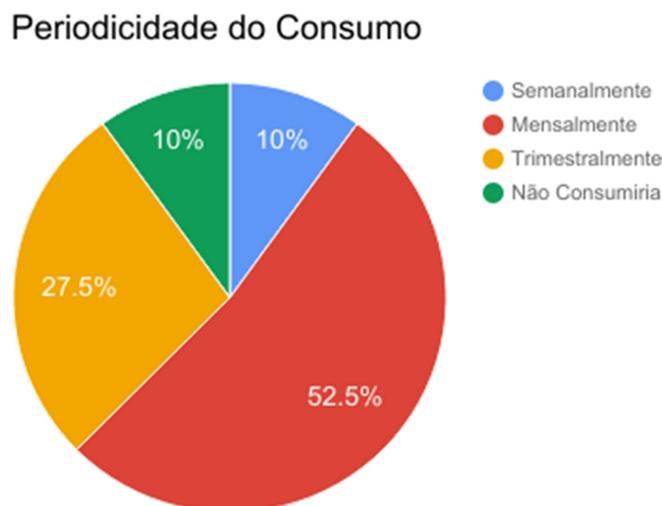
Gráfico 4 - Valor pelo serviço



Fonte: O Autor.

Quanto a frequência com a qual se consumiria o serviço de aluguel de caiaques, as informações apontam para uma periodicidade de uma vez por mês.

Gráfico 5 – Periodicidade de consumo



Fonte: O Autor.

A partir dos dados levantados, percebe-se um comportamento de consumo de lazer muito pautado nas atividades que ocorrem no centro da cidade, de cunho público, isto é, promovidas em espaços públicos, bem como atividades de lazer que incluam a questão identitária local, como os rodeios e mateadas. Muito destes comportamentos de consumo de lazer se deve ao fato de não haver outras alternativas de atividades de lazer, isto fica evidenciado com a grande disposição dos entrevistados em fruir deste tipo de serviço. Os clientes potenciais para o segmento do turismo e lazer náutico são jovens e adultos como foi explicitado pelo levantamento de dados aqui trazido. Os possíveis clientes, encontram-se na própria cidade de Jaguarão-RS e em Pelotas-RS.

#### 4.2.2. Estudo dos Concorrentes

Como se está falando de uma atividade (andar de caiaque) que está localizada no ramo do esporte e lazer, e pode estar circunscrita ainda no ramo turístico faz se necessário levar em consideração enquanto concorrentes todo e qualquer serviço

turístico localizado na fronteira Rio Branco-UY/Jaguarão-BR, às atividades de lazer, e assim por diante. De toda forma, a pesquisa sobre intenção de prática de esporte náutico apontou algumas atividades de lazer mais específicas que concorrem de maneira mais direta, são elas: eventos no centro de Jaguarão-RS, as mateadas e o teatro. Os eventos centralizados e as mateadas são promovidas pelos mais diferentes entes, o que torna complicado um mapeamento preciso. O teatro por sua vez tem suas programações concentradas em dias específicos da semana, além de ser mais fácil de verificar as apresentações propostas.

O empreendimento de aluguel de caiaques possui apenas um concorrente no mesmo ramo de negócio, que está localizado na rua 15 de Novembro, 306 com o nome de “Vida Natural”, a proprietária se chama Lucia, a mesma relatou em um conversa que tivemos, que seu negócio funciona de um modo bem informal, e os alugueis de seus caiaques são feitos através de indicações feitas por pessoas conhecidas, também se faz necessário que o cliente ao alugar o caiaque leve o mesmo até o rio e ao término da prática devolva o produto no mesmo local da retirada. Este tipo de serviço já traz mais dificuldades ao cliente tendo em vista que os mesmos dependem de se deslocar com os caiaques até a orla e depois devolvê-los. A maneira que a proprietária desenvolve seu negócio não oferece uma concorrência forte.

Para além deste concorrente direto, há também concorrentes pelo âmbito do lazer de modo mais amplo, sendo assim, se diferencia dos seus principais concorrentes pela natureza do serviço oferecido, visto que as mateadas mesmo sendo um lazer que de forma geral agrada, não têm o mesmo cunho esportivo e de contemplação das belezas naturais, algo que andar de caiaque proporciona. O mesmo vale para a experiência no teatro, pois enquanto atividade de lazer, este ocorre de modo passivo, onde a pessoa senta e assiste uma apresentação, já andar de caiaque proporciona um lazer mais ativo, onde a pessoa vai definir sua experiência.

#### **4.2.3. Estudo dos Fornecedores**

Os fornecedores pesquisados foram escolhidos de acordo com as especificidades dos materiais essenciais para o desenvolvimento do negócio: os caiaques. Além da disponibilidade de entrega para a região onde se pretende montar o negócio, foi levado em consideração também o preço do produto em si.

Quadro 1 – Lista de Fornecedores

Lista de Fornecedores			
Fornecedor	Descrição	Valor	Endereço
E.Fish	Caiaque Brudden Hunter com banco e remo	R\$ 2.099,00	Rua Londrina, 133C – vila Endrels – Guarulhos/SP – CEP 07041
Americanas	Caiaque Brudden Hunter com banco e remo	R\$ 2.482,69	AV. Ferreira Viana, 1526 – CEP 96085-000, Areal Pelotas/RS
Pesque Brasil	Caiaque Brudden Hunter com banco e remo	R\$ 2.200,00	Rua sete de Setembro, 556 – sala 02 – centro – CEP 85960-000 – Marechal Cândido Randon/PR
Americanas	Colete salva-vidas Boating adulto Coleman	R\$ 102,40	AV. Ferreira Viana, 1526 – CEP 96085-000, Areal Pelotas/RS
Shoptime	Colete salva-vidas Boating adulto Coleman	R\$ 107,02	Rua Sacadura Cabral, 102 Rio de Janeiro/RJ – CEP 20081-902
Mercado Livre	Colete salva-vidas Boating adulto Coleman	R\$ 83,61	AV. Nações Unidas, 3003 – Bomfim, Osasco/SP – CEP 06233-903

Elaborado pelo autor

#### 4.2.4. Plano de Marketing

O negócio será composto pelo serviço de aluguel de caiaques, será cobrado o preço de R\$ 25,00 pelo serviço em questão, ficará localizado no iate clube que fica situado na rua general Osório, nº159, centro de Jaguarão-RS.

Ainda não existe um mercado consumidor de turismo náutico consolidado em Jaguarão-RS, muito pelo contrário, o empreendimento de aluguel de caiaques é pioneiro neste cenário, desta forma é mais simples identificar e conhecer bem o consumidor, para encantá-lo com uma proposta de turismo ativo, oferecendo-lhe uma experiência diferenciada.

Identifica-se esse consumidor como jovem, portanto, as redes sociais serão de grande relevância para a apresentação do empreendimento e posteriormente, atuará como forma de cativar os possíveis clientes deste serviço. Se compartilharão mensagens

que remetam ao esporte, ao lazer, as belezas naturais, a adrenalina, de modo que o turismo náutico comece a ter um espaço no imaginário jaguareense. Estará disponível valores do serviço e imagens dos caiaques. Além de divulgação via web, o negócio também será divulgado nas rádios locais. Para a promoção do negócio, pretende-se possibilitar preços diferenciados para grupos como turmas de faculdades, escolas e empresas.

#### **4.2.5. Plano Operacional**

O negócio ficará localizado no iate clube que fica situado na rua general Osório, nº159, centro de Jaguarão-RS. A instalação física que mede cerca de 3x3m servirá enquanto um espaço para guardar os caiaques, remos e coletes salva-vidas. Além do material para aluguel - os caiaques - haverá material de expediente simples, canetas, pastas, fichas para anotar os aluguéis. O negócio funcionará de terça a domingo das 9h às 12h e das 14h às 18h, formando um total de 7h diárias, atendendo em sua capacidade máxima a 1820 clientes por mês. Haverá um profissional para mostrar as medidas de segurança e um profissional para cumprir funções administrativas, recepcionar o cliente e gerenciar o serviço, somando um total de dois funcionários. Será feito um levantamento dos procedimentos necessários para a abertura da empresa como ilustra o quadro 2:

## Quadro 2 – Quesitos necessários para abrir uma empresa

- Fazer levantamento de pendências no CPF /pessoa ou no endereço
- Verificar se há alguma pendencia da pessoa com alguma outra empresa.
- Verificar se no endereço sugerido para propor a sede da empresa não tem vinculação com outro CNPJ.
- Nome da empresa - Razão social /fantasia
- Atividades – Prestação de serviços + comercio de alimentos / lancheira, bebidas e souvenir
- Execução da abertura – Documentos pessoais / Empresa – comprovante de endereço
- Registro da empresa na junta comercial da Receita Federal, Receita Estadual e Receita Municipal (alvará de lotação e alvará sanitário).
- Alvará dos bombeiros

Fonte: Elaborado pelo autor

### 4.3. Plano Financeiro

Nesta etapa detalham-se os detalhes financeiros do projeto.

#### 4.3.1. Investimento

O investimento, segundo Soares, (2015) investimento é “aquele que é levado a cabo pelas empresas com o intuito de criar condições para a produção de bens ou a prestação de serviços”.

Assim, enquadram-se como investimento os valores utilizados para adquirir os caiaques, coletes salva-vidas e mobiliário do escritório conforme o Quadro 3 abaixo.

Quadro 3 – Relação de Investimentos

<b>Rubrica</b>	<b>Valores</b>
Caiaques	R\$ 23.000,00
Coletes Salva-vidas	R\$ 1.500,00
Computador	R\$ 1.500,00
Mesa de Escritório	R\$ 300,00
Cadeira de Escritório	R\$ 100,00

Fonte: O Autor

Assim, o total do investimento é de R\$ 26.400,00.

#### **4.3.2. Custo Fixo**

O custo fixo é aquele que se dá antes mesmo do empreendimento entrar em funcionamento. Tais custos são compostos pelos Gastos de Constituição, R\$ 642,00 (Abertura da Empresa – Contador R\$ 600,00 e Taxa de Associação do Iate Clube de Jaguarão – R\$ 42,00), os gastos com a adequação do espaço físico onde funcionará a empresa, R\$ 5.000,00.

Quadro 4 – Gastos Pré-Operacionais

<b>Rubrica</b>	<b>Valores</b>
Gastos de Constituição	R\$ 642,00
Adequação do Espaço	R\$ 5.000,00

Fonte: O Autor

Nos custos fixos foram incluídos os investimentos em equipamentos e mobiliário a fim de facilitar os cálculos.

Para efeitos de operacionalização do negócio, totalizam-se os valores a serem desembolsados antes da abertura da empresa em R\$ 32.042,00.

#### **4.3.3. Custo Operacional**

Os elementos que compõe os custos operacionais são, material de escritório, material de limpeza, pró-labore, salários, promoção, mensalidade do Iate Clube (aluguel, água, luz), internet e telefonia.

No quadro 5 é possível visualizar os custos operacionais que possuem periodicidade mensal e totalizam R\$ 5.970,00.

Quadro 5 – Custos Operacionais

<b>CUSTOS OPERACIONAIS</b>	<b>Valores</b>
<b>Material de Escritório</b>	R\$ 100,00
<b>Material de Limpeza</b>	R\$ 200,00
<b>Pró-Labore</b>	R\$ 1.500,00
<b>Salários</b>	R\$ 2.000,00
<b>Promoção</b>	R\$ 2.000,00
<b>Mensalidade Iate clube (aluguel, água, luz)</b>	R\$ 100,00
<b>Internet</b>	R\$ 70,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 5.970,00</b>

Fonte: O Autor

A partir desses valores foi possível calcular o resultado operacional mensal, que nos meses de janeiro, fevereiro, abril, novembro e dezembro é positivo, porém, nos meses de maio, junho, julho, agosto, setembro e outubro, é negativo como pode ser verificar por meio do quadro 6.

Quadro 6 – Resultado Operacional Mensal

<b>MESES</b>	<b>RECEITA</b>	<b>CUSTO</b>	<b>RESULTADO</b>
Janeiro	R\$ 11.375,00	R\$ 5.970,00	R\$ 5.405,00
Fevereiro	R\$ 11.375,00	R\$ 5.970,00	R\$ 5.405,00
março	R\$ 11.375,00	R\$ 5.970,00	R\$ 5.405,00
Abril	R\$ 8.531,25	R\$ 5.970,00	R\$ 2.561,25
Maiο	R\$ 5.687,50	R\$ 5.970,00	-R\$ 282,50
Junho	R\$ 3.981,25	R\$ 5.970,00	-R\$ 1.988,75
Julho	R\$ 3.981,25	R\$ 5.970,00	-R\$ 1.988,75
Agosto	R\$ 3.981,25	R\$ 5.970,00	-R\$ 1.988,75
Setembro	R\$ 3.981,25	R\$ 5.970,00	-R\$ 1.988,75
Outubro	R\$ 5.687,50	R\$ 5.970,00	-R\$ 282,50
Novembro	R\$ 8.531,25	R\$ 5.970,00	R\$ 2.561,25
Dezembro	R\$ 11.375,00	R\$ 5.970,00	R\$ 5.405,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 89.862,50</b>	<b>R\$ 71.640,00</b>	<b>R\$ 18.222,50</b>

Fonte: O Autor

Nesse sentido, é importante fazer uma reflexão a respeito da natureza do serviço oferecido, que possui forte queda no seu consumo durante os meses mais frios o que obrigará o empreendedor a buscar alternativas de receita e de utilização dos equipamentos para reverter essa situação sazonal por meio de iniciativas criativas.

#### **4.3.4. Receita Total**

O cálculo da receita estimada se deu por meio do cálculo percentual, estimando-se diferentes índices de ocupação para o negócio.

Foram calculados percentuais de 10%, 25%, 50%, 75% e 100% de ocupação.

Os cenários foram pensados por meio de percentuais aleatórios onde 10% equivale ao cenário pessimista, 25% ao cenário realista/conservador, 50% equivale ao cenário satisfatório, 75% ao cenário ideal e 100% equivale ao cenário otimista. A construção destes cenários teve por mote principal perceber as projeções de acordo com vários contextos, desde o mais pessimista ao mais otimista.

No quadro 7 é possível visualizar os valores encontrados por meio de multiplicação simples, do número de horas encontradas para cada percentual e o preço estabelecido para o serviço, a saber R\$ 25,00 por hora.

Quadro 7 – Receita Estimada

	<b>Valor Unitário</b>	<b>Horas</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Média Diária/Horas</b>
<b>Receita Estimada (10%)</b>	R\$ 25,00	182	R\$ 4.550,00	7
<b>Receita Estimada (25%)</b>	R\$ 25,00	455	R\$ 11.375,00	17,5
<b>Receita Estimada (50%)</b>	R\$ 25,00	910	R\$ 22.750,00	35
<b>Receita Estimada (75%)</b>	R\$ 25,00	1.365	R\$ 34.125,00	52,5
<b>Receita Máxima (100%)</b>	R\$ 25,00	1.820	R\$ 45.500,00	70

Fonte: O Autor

Estima-se uma receita máxima, dada a idiosincrasia do negócio de 25%. Ou seja, em um cenário conservador, estima-se que apenas 25% das horas totais serão utilizadas nos meses de maior movimento, a saber, janeiro, fevereiro, março e dezembro. Nos meses de abril e novembro estima-se uma queda de 25% em relação aos meses mais quentes e em maio e outubro, estima-se uma queda de 50%. Nos meses de frio mais intenso, estima-se uma movimentação 65% abaixo do normal, essa queda estaria nos meses de junho, julho, agosto e setembro.

Com base nesses cálculos a receita estimada mensal pode ser vista no quadro 8.

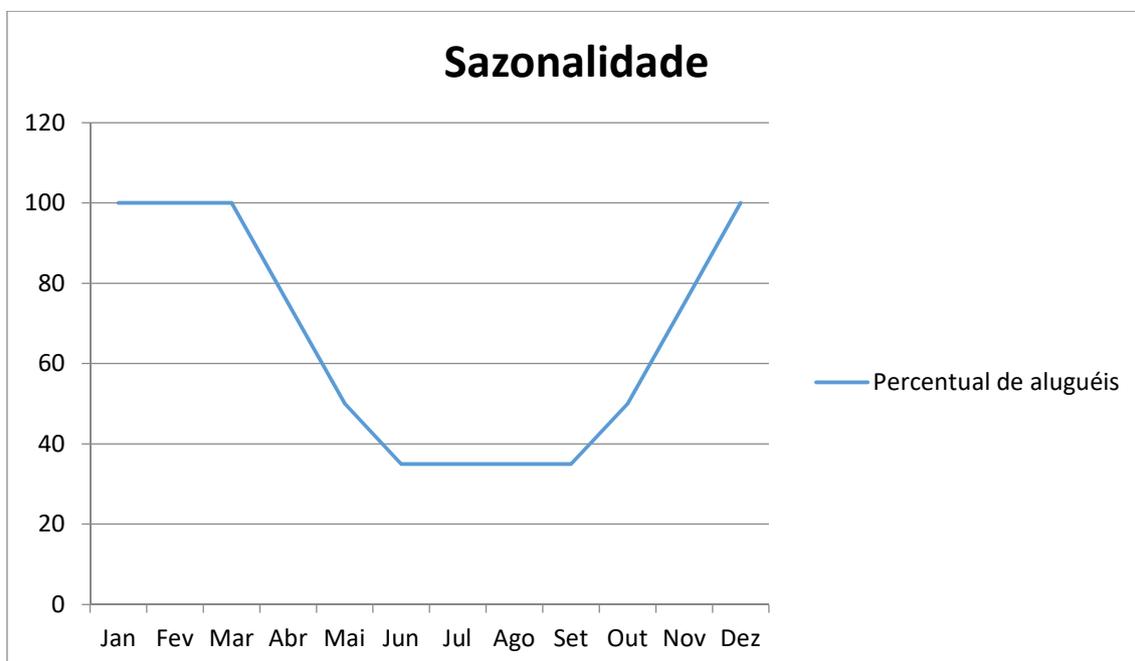
Quadro 8 – Receita Mensal com estimativa de sazonalidade

<b>RECEITA</b>	<b>Valores</b>	<b>% Correspondente</b>
Janeiro	R\$ 11.375,00	100%
Fevereiro	R\$ 11.375,00	100%
março	R\$ 11.375,00	100%
Abril	R\$ 8.531,25	75%
Mai	R\$ 5.687,50	50%
Junho	R\$ 3.981,25	35%
Julho	R\$ 3.981,25	35%
Agosto	R\$ 3.981,25	35%
Setembro	R\$ 3.981,25	35%
Outubro	R\$ 5.687,50	50%
Novembro	R\$ 8.531,25	75%
Dezembro	R\$ 11.375,00	100%
<b>Total</b>	<b>R\$ 89.862,50</b>	

Fonte: Elaborado pelo Autor

No gráfico 6 pode-se ter uma melhor percepção de como a sazonalidade afeta o negócio de aluguel de caiaques.

Gráfico 6 – Sazonalidade



Elaborado pelo autor.

#### 4.3.5. Produção Máxima

A produção máxima foi calculada multiplicando-se o número de embarcações disponíveis pelo número máximo de horas possível ao dia e ainda pelo número de dias úteis no mês, considerando-se uma folga semanal e meses com quatro semanas.

Assim, o total de horas disponível, caso todas as embarcações estivessem ocupadas durante todo o período operacional, é de 1.820 horas.

Quadro 9 – Cálculo da Produção Máxima

	<b>Caiaque Simples</b>	<b>Horas</b>	<b>Dias Úteis</b>	<b>Total Horas</b>
<b>Produção Máxima (100%)</b>	10	7	26	1.820

Fonte: O Autor

### 5. Análise de Viabilidade Econômica

#### 5.1 Ponto de Equilíbrio

O cálculo do Ponto de Equilíbrio se dá por meio da fórmula matemática abaixo:

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = (\text{Custo Fixo} / (\text{Receita} - \text{Custo Variável})) \times 100$$

Assim, para este contexto identificamos:

Custo Fixo Total: R\$ 71.840,00

Receita Total: R\$ 89.862,50

Custo Variável Total: 0

Portanto, o Ponto de Equilíbrio é:

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = (71.840,00 / (89.862,50 - 0)) \times 100$$

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = 79,944\%$$

Utilizando esse dado, e aplicando esse percentual sobre a Receita Total, temos R\$ 71.840,00, ou seja, o ponto de equilíbrio é atingido quando a receita total for igual a esse valor.

## 5.2 Retorno do Investimento

O retorno do investimento é o prazo em que o empreendedor terá recebido o valor investido de volta. Para esse cálculo o valor do investimento foi sendo abatido com as receitas mensais até que se encontrou o ponto de inflexão, onde o valor investido foi completamente liquidado. Esse momento se dá a março do segundo ano de funcionamento, ou seja, assumindo que a empresa inicia seu funcionamento a janeiro de X1, o empreendedor terá recuperado seu investimento inicial, a saber, R\$ 32.042,00, após 15 (quinze) meses. Esse cálculo pode ser observado no quadro 10.

Quadro 10 – Cálculo do Retorno do Investimento

MESES	RECEITA	CUSTO	RESULTADO	INVESTIMENTO	RESULTADO
Janeiro	R\$ 11.375,00	R\$ 5.970,00	R\$ 5.405,00	R\$ 32.042,00	-R\$ 26.637,00
Fevereiro	R\$ 11.375,00	R\$ 5.970,00	R\$ 5.405,00	R\$ 26.637,00	-R\$ 21.232,00
março	R\$ 11.375,00	R\$ 5.970,00	R\$ 5.405,00	R\$ 21.232,00	-R\$ 15.827,00
Abril	R\$ 8.531,25	R\$ 5.970,00	R\$ 2.561,25	R\$ 15.827,00	-R\$ 13.265,75
Maiο	R\$ 5.687,50	R\$ 5.970,00	-R\$ 282,50	R\$ 13.265,75	-R\$ 13.548,25
Junho	R\$ 3.981,25	R\$ 5.970,00	-R\$ 1.988,75	R\$ 13.548,25	-R\$ 15.537,00
Julho	R\$ 3.981,25	R\$ 5.970,00	-R\$ 1.988,75	R\$ 15.537,00	-R\$ 17.525,75
Agosto	R\$ 3.981,25	R\$ 5.970,00	-R\$ 1.988,75	R\$ 17.525,75	-R\$ 19.514,50
Setembro	R\$ 3.981,25	R\$ 5.970,00	-R\$ 1.988,75	R\$ 19.514,50	-R\$ 21.503,25
Outubro	R\$ 5.687,50	R\$ 5.970,00	-R\$ 282,50	R\$ 21.503,25	-R\$ 21.785,75
Novembro	R\$ 8.531,25	R\$ 5.970,00	R\$ 2.561,25	R\$ 21.785,75	-R\$ 19.224,50
Dezembro	R\$ 11.375,00	R\$ 5.970,00	R\$ 5.405,00	R\$ 19.224,50	-R\$ 13.819,50
Janeiro	R\$ 11.375,00	R\$ 5.970,00	R\$ 5.405,00	R\$ 13.819,50	-R\$ 8.414,50
Fevereiro	R\$ 11.375,00	R\$ 5.970,00	R\$ 5.405,00	R\$ 8.414,50	-R\$ 3.009,50
março	R\$ 11.375,00	R\$ 5.970,00	R\$ 5.405,00	-R\$ 3.009,50	R\$ 2.395,50

Fonte: O Autor

A partir da construção do plano financeiro pode-se ter maior clareza quanto a viabilidade econômica do empreendimento de aluguel de caiaques. Os cenários apresentados suscitam questões problemáticas quanto a manutenção do negócio sem prejuízos, isto é, predispõe que um conjunto de fatores - preço baixo, periodicidade de aluguéis, fluxo de clientes - estejam sintonizados e favoráveis ao empreendimento. Um aspecto relevante a ser considerado é o que toca a sazonalidade, isto porquê, esta interfere diretamente na manutenção do negócio, visto que há uma queda na receita estimada nos períodos mais frios do ano que compreende de abril a outubro. Logo, do ponto de vista econômico faz se necessário o estudo de uma receita alternativa para esta época do ano.

Dentro do cenário apresentado, o negócio demonstra um retorno financeiro a longo prazo, mais precisamente em 15 meses. Desta forma, o negócio de aluguel de caiaques precisa essencialmente de um fluxo razoável de clientes, de soluções criativas para a baixa estação, conseguir manter um preço competitivo para assim ter viabilidade e se consolidar no mercado.

## 6. Conclusão

O estudo aqui desenvolvido reforça a necessidade do planejamento no turismo, bem como de uma percepção sensível que permita enxergar os potenciais e transformá-los em oportunidades. O turismo nas regiões interioranas é um desafio e planejar ainda é a maneira mais segura de se atingir um objetivo e investir num potencial. A criação de um negócio num nicho inovador não é tão simples quanto se pode pensar, entretanto, na medida em que se planeja, ocorre uma espécie de triagem que impulsiona o projeto ou o estabiliza a fim de aperfeiçoá-lo.

Muito do propósito dos empreendimentos se dão no processo de planejamento, ou seja, existem ótimas ideias que só surgem por conta desse momento de organizar. Desta forma, o aluguel de caiaques enquanto uma possibilidade de fomento ao turismo náutico é uma ideia relevante, contudo necessita de um tempo maior de maturação e de um estudo mais denso e aprofundado sobre o campo do lazer náutico que subsidie a implantação de um negócio como este.

A partir do estudo dos clientes, dos concorrentes, dos fornecedores, das necessidades e viabilidades financeiras é sensato afirmar que o plano de negócios é uma ferramenta fundamental para compreender melhor sobre a ideia criativa. Afinal devido a esta ferramenta é que se pode aperfeiçoar e colocar em prática um negócio com responsabilidade e gerenciando os riscos, como a sazonalidade por exemplo.

Sendo assim, percebe-se a importância de um estudo que contemple uma amostra maior de pessoas, não só as locais, mas efetivamente turistas, a fim de se ter uma noção mais específica de como o negócio de aluguel de caiaques poderia se instalar, se as pessoas que realizam turismo de compras se interessaria por esta modalidade de atividade, bem como pensar a sazonalidade com intuito de prever crises e administrá-las. A contribuição deste trabalho é proporcionar uma reflexão sobre os potenciais turísticos da cidade de Jaguarão-RS, pensar a organização da ideia e posterior transformação em proposta de negócio, servir de subsídio e instigar novas pesquisas na área.

Por fim, é razoável afirmar que o negócio não é viável, pois o principal fator que prejudica o êxito do mesmo é o clima frio presente em maior parte do ano nessa região. Sendo a temperatura um aspecto não passível de controle por parte do empreendedor, e este não tendo ingerência sobre ela, é possível apontar que a presente proposta carece de maturação.

## 7. Referência

ALLIS, Thiago. Considerações sobre turismo de compras nas fronteiras brasileiras O caso de Pacaraima (RR) e Santa Elena de Uairén (Venezuela). V Seminário De Pesquisa Em Turismo Do Mercosul (Semintur), 2008. Disponível em: [http://www.ucs.br/ucs/tplPadrao/tplVSEminTur%20/eventos/seminarios\\_semintur/semi\\_n\\_tur\\_5/pagina/trabalhos/gt06/trabalhos/arquivos/gt14-01.pdf](http://www.ucs.br/ucs/tplPadrao/tplVSEminTur%20/eventos/seminarios_semintur/semi_n_tur_5/pagina/trabalhos/gt06/trabalhos/arquivos/gt14-01.pdf)>. Acessado em: 03 jun. 2017 às 03h26.

BRASIL. Ministério do Turismo. Turismo Náutico: orientações básicas. –3. ed.– Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

CARVALHO, Pedro Guedes de. LOURENÇO, Rui. Turismo de prática desportiva: um segmento do mercado do turismo desportivo. Rev. Port. Cien. Desp. v.9 n.2 Porto nov. 2009.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 3.ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

Enciclopédia INTERCOM de Comunicação. – São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.

FONTANINI, Carlos Augusto Candêo. Programa De Formação De Novos Empreendedores. ANAIS DO I EGEPE, p. 123-131, out. /2000.

KREMER, Tatiana Dos Reis. Proposta de um Plano de Negócios para a Libertá Agência de Viagens e Turismo de Ijuí/RS. Monografia (Bacharel em Administração) - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, 2015.

PEDROSA, Kelly Pinto. Plano de Negócios para Empresa de Turismo de Luxo. 2012. 122 p. Dissertação (Mestre em Finanças Empresariais) - Escola Superior de Estudos Industriais e de Gestão, Instituto Politécnico do Porto, Vila do Conde, 2012.

Plataforma Tecnológica da Macaronésia. Disponível em: <https://ptmac.webs.ull.es/pt-pt/blog/2015/07/29/o-que-e-o-turismo-nautico-e-que-beneficios-tem/>. Acessado em: 30/04/2017 às 16h34.

RUDIO, Franz Victor. Introdução ao Projeto de Pesquisa Científica. 40. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012. 144 p.

SEBRAE. Como iniciar uma análise de mercado para tomar decisões. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-iniciar-uma-analise-de-mercado-para-tomar-decisoes,500d7e0805b1a410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acessado em: 30/04/17 às 02h04min.

SILVA, C. P.; MARQUES, V. G. G.; PINTO, G. B. O participante de lazer esportivo como turista em potencial. Revista Brasileira de Estudos do Lazer. Belo Horizonte, v. 2, n. 3, p. 101-122, set./dez. 2015.

SOARES, I. et al. Decisões de Investimento – Análise Financeira de Projetos. Sílabo. Lisboa, 2015

TULIK, Olga. RECURSOS NATURAIS E TURISMO: Tendências Contemporâneas. Revista Turismo em Análise. Vol. 4. Nº 2. 1993. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63088>>. Acesso em: 03 jun. 2017.

SEBRAE, Inteligência Setorial. Turismo: Relatório de Inteligência. 2015.

WALKER, J. R. Introdução à Hospitalidade. Barueri, São Paulo: Manole, 2002.

XAVIER, T. R.; AZEVEDO, J. B.; WITTMANN, M, L.; INÁCIO, R. O.; TREPTOW, I. C.; CRUZ, A. C. A criação de free-shops como estratégia de atração de consumidores internacionais. Anais.... In.: VI Seminário Internacional sobre Desenvolvimento Regional. Santa Cruz do Sul: UNISC,2013.

## 8. Apêndice

### QUESTIONÁRIO

1. Idade
2. Cidade de Origem
3. Você já foi à Jaguarão-RS?
4. Se sim, com que frequência?
5. Já participou de alguma atividade de lazer em Jaguarão?
6. Qual?
7. Você estaria disposto a alugar um caiaque se caso houvesse esse serviço?
8. Quanto você estaria disposto a pagar por este serviço?
9. Com que frequência você participaria de uma atividade como esta?

## LEVANTAMENTO DE INVESTIMENTO - ORÇAMENTO FORNECEDORES

### Lista de Fornecedores

#### E.Fish

- Caiaque Brudden Hunter com banco e remo – R\$ 2.099,00

Rua Londrina, 133C – vila Endrels – Guarulhos/SP – CEP 07041-- Colete salva vidas Americanas

- Caiaque Brudden Hunter com banco e remo – R\$ 2.482,69

AV. Ferreira Viana, 1526 – CEP 96085-000, Areal Pelotas/RS

#### Pesque Brasil

- Caiaque Brudden Hunter com banco e remo – R\$ 2.200,00

Rua sete de Setembro,556 – sala 02 – centro – CEP 85960-000 – Marechal Cândido Randon/PR

#### Americanas

- Colete salva-vidas Boating adulto Coleman – R\$ 102,40

AV. Ferreira Viana, 1526 – CEP 96085-000, Areal Pelotas/RS

#### Shoptime

- Colete salva-vidas Boating adulto Coleman – R\$ 107,02

Rua Sacadura Cabral, 102 Rio de Janeiro/RJ – CEP 20081-902

#### Mercado Livre

- Colete salva-vidas Boating adulto Coleman – R\$ 83,61

AV. Nações Unidas, 3003 – Bomfim, Osasco/SP – CEP 06233-903