

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SOCIOECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO

Misael Pereira de Oliveira Jr

PLANO DE NEGÓCIO:
Estudo de viabilidade para abertura da Casa Bruma

Florianópolis

2025

Misael Pereira de Oliveira Jr

PLANO DE NEGÓCIO:

Estudo de Viabilidade para abertura da Casa Bruma

Trabalho de Curso (TC) apresentado ao Curso de Administração da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Maurício Fernandes Pereira.

Florianópolis

2025

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Oliveira Junior, Misael Pereira de
Plano de negócio: estudo de viabilidade para abertura
da Casa Bruma / Misael Pereira de Oliveira Junior ;
orientador, Maurício Fernandes Pereira, 2025.
86 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro
Socioeconômico, Graduação em Administração, Florianópolis,
2025.

Inclui referências.

1. Administração. 2. Plano Negócios. 3. Hospedagem. 4.
Ecoturismo. I. Pereira, Maurício Fernandes. II.
Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em
Administração. III. Título.

Misael Pereira de Oliveira Jr

PLANO DE NEGÓCIO:
Estudo de Viabilidade para abertura da Casa Bruma

Este Trabalho de Curso foi julgado adequado e aprovado na sua forma final pela Coordenadoria Trabalho de Curso do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 14 de julho de 2025.

Prof.^a Cindy Johanna Ibarra González
Coordenadora de Trabalho de Curso

Professores avaliadores:



Documento assinado digitalmente
MAURICIO FERNANDES PEREIRA
Data: 14/07/2025 17:35:11-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Maurício Fernandes Pereira
Orientador

Prof. Marcos Baptista Lopez Dalmau
Avaliador

Prof. Alexandre Marino Costa
Avaliador

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à minha família pelo apoio incondicional nessa jornada, tornando o sonho de me formar numa universidade federal uma realidade. Sou grato também aos meus amigos que proveram suporte sempre que necessário tornando a desafiadora jornada mais leve.

Estendo ainda os agradecimentos ao meu orientador Maurício Fernandes Pereira que aceitou conduzir este trabalho, por todo o seu direcionamento e incentivo nessa caminhada, bem como a todos os demais professores que de alguma forma somaram para o meu desenvolvimento tanto pessoal quanto profissional.

“A melhor maneira de prever o futuro é criá-lo.”

— ***Peter Drucker***

RESUMO

O plano de negócios constitui ferramenta fundamental para avaliar a viabilidade de empreendimentos, proporcionando análise estruturada que orienta a tomada de decisão empresarial. Este trabalho apresenta o desenvolvimento de um plano de negócios para a Casa Bruma, empreendimento de hospedagem rural localizado na região do Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros, estado de Goiás. O estudo contempla a estrutura completa de planejamento empresarial, abrangendo sumário executivo, análise de mercado, plano de marketing, plano operacional e plano financeiro. Os objetivos específicos incluem análise mercadológica, desenvolvimento de estratégias de marketing, planejamento operacional e avaliação da viabilidade econômico-financeira do empreendimento. A pesquisa identificou aspectos favoráveis ao negócio, destacando o potencial turístico da região, a conexão dos sócios com o local e o interesse em desenvolver atividades empresariais de baixo impacto ambiental na Chapada dos Veadeiros. O estudo revelou que o empreendimento apresenta boa projeção de rentabilidade bem como ótima valorização patrimonial, que juntos sugerem balanços positivos e atrativos para investimento. Conclui-se que a implantação da Casa Bruma demonstra viabilidade técnica e financeira, constituindo alternativa atrativa de investimento para os sócios interessados, que combina retorno econômico com benefícios de uso pessoal da propriedade.

Palavras-chave: Plano de Negócios; Hospedagem Rural; Chapada dos Veadeiros; Viabilidade Econômica; Ecoturismo.

ABSTRACT

The business plan constitutes a fundamental tool for evaluating the viability of enterprises, providing structured analysis that guides business decision-making. This work presents the development of a business plan for Casa Bruma, a rural accommodation enterprise located in the Chapada dos Veadeiros National Park region, Goiás state. The study encompasses the complete business planning structure, covering executive summary, market analysis, marketing plan, operational plan, and financial plan. The specific objectives include market analysis, development of marketing strategies, operational planning, and evaluation of the enterprise's economic-financial viability. The research identified favorable aspects for the business, highlighting the region's tourism potential, the partners' connection with the location, and their interest in developing low environmental impact business activities in Chapada dos Veadeiros. The study revealed that the enterprise presents good profitability projections as well as excellent asset appreciation, which together suggest positive and attractive investment returns. It is concluded that the implementation of Casa Bruma demonstrates technical and financial viability, constituting an attractive investment alternative for interested partners, combining economic returns with personal use benefits of the property.

Key-words: Business Plan; Rural Accommodation; Chapada dos Veadeiros; Economic Viability; Ecotourism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Logo da Casa Bruma	35
Figura 2 - Principais estados que visitam o Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros	40
Figura 3 - Principais países que visitam o Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros	40
Figura 4 - Faixa Etária - Estudo Presencial	41
Figura 5 - Faixa Etária - Estudo Online.	41
Figura 6 - Renda Mensal Familiar.	42
Figura 7 - Escolaridade.	42
Figura 8 - Tipo de hospedagem o respondente costuma utilizar nas viagens a Chapada dos Veadeiros.	43
Figura 9 - Proporção de respondentes que visitaram a Região da Chapada dos Veadeiros.	44
Figura 10 - Concorrente A: Casa Ipê.....	45
Figura 11 - Concorrente B: Chalé Jardim do Alto	46
Figura 12 - Concorrente C: Experiência Casa-Céu	47
Figura 13 - Concorrente D: Cabana Átria.....	48
Figura 14 - Concorrente E: Casa Poema	49
Figura 15 - Concorrente F: Cabana Lume.....	50
Figura 16 - Localização pretendida	58

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Divisão do Capital Social.....	38
Tabela 2 - Nota, preço e diferenciais de cada concorrente.	51
Tabela 3 - Preços da Casa Bruma	55
Tabela 4 - Investimentos fixos.....	64
Tabela 5 - Investimentos fixos.....	65
Tabela 6 - Custos fixos.....	66
Tabela 7 - Capital de Giro	66
Tabela 8 - Investimentos Pré-Operacionais	67
Tabela 9 - Investimentos Pré Operacionais.....	67
Tabela 10 - Investimentos total.	68
Tabela 11 - Projeção de ocupação realista nos primeiros 12 meses.	69
Tabela 12 - Projeção de cenários nos primeiros 12 meses.....	70
Tabela 13 - Projeção de cenários nos primeiros 12 meses.....	70
Tabela 14 - Projeção de cenários nos primeiros 12 meses.....	71
Tabela 15 - Projeção dos cenários da DRE no primeiro ano de Pousada.	72
Tabela 16 - Projeção da DRE no cenário pessimista dos 5 anos do empreendimento. .	73
Tabela 17 - Projeção da DRE no cenário realista dos 5 anos do empreendimento.	73
Tabela 18 - Projeção da DRE no cenário otimista dos 5 anos do empreendimento.	74
Tabela 19 - VPL Cenário Pessimista com Valorização Patrimonial.	76
Tabela 20 - VPL Cenário Realista com Valorização Patrimonial.....	76
Tabela 21 - VPL Cenário Otimista com Valorização Patrimonial.....	77
Tabela 22 - TIR em cada cenário	78
Tabela 23 - Payback em cada cenário	78

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Matriz FOFA.....	53
-----------------------------	----

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA	15
1.2 OBJETIVO	15
1.2.1 Objetivo Geral	15
1.2.2 Objetivos Específicos.....	15
1.3 JUSTIFICATIVA	16
1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO.....	17
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2.1 PLANO DE NEGÓCIOS.....	18
2.1 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO.....	19
2.2.1 Análise de Mercado	20
2.3 PLANO DE MARKETING.....	21
2.4 PLANO OPERACIONAL	22
2.4.3 Processos Operacionais	23
2.5 PLANO FINANCEIRO	24
2.5.1 Investimentos Pré-Operacionais	25
2.5.2 Tempo de Recuperação do Capital (Payback)	25
2.5.3 Capital de Giro	26
2.5.4 Demonstração de Resultados do Exercício (DRE)	27
3. METODOLOGIA	29
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	29
3.2 COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....	29
4. PLANO DE NEGÓCIOS.....	31
4.1 SUMÁRIO EXECUTIVO.....	31
4.1.1 Resumo dos Principais Pontos do Plano de Negócios.....	31
4.1.2 Dados dos Empreendedores, Experiência Profissional e Atribuições	32
4.1.3 Dados do Empreendimento	34
4.1.4 Missão, Visão e Valores da Empresa.....	35
4.1.6 Forma Jurídica	37

4.1.7 Enquadramento tributário	37
4.1.8 Capital Social	37
4.1.9 Fonte de Recursos.....	38
4.2 ANÁLISE DE MERCADO.....	38
4.2.1 Estudo dos Clientes	39
4.2.1.1 Metodologia dos Estudos Analisados.....	39
4.2.1.2 Origem Geográfica	39
4.2.1.3 Perfil Demográfico e Faixa Etária	41
4.2.1.4 Perfil Socioeconômico	42
4.2.1.5 Hábitos de Viagem e Comportamento de Consumo	43
4.2.2 Estudo dos Concorrentes	44
4.2.3 Estudo dos Fornecedores.....	51
4.2.4 Análise da Matriz FOFA.....	52
4.3 PLANO DE MARKETING.....	53
4.3.1 Descrição dos Serviços	54
4.3.2 Preços.....	55
4.3.3 Estratégias Promocionais.....	56
4.3.4 Estruturas de Comercialização	56
4.3.5 Localização	57
4.4 PLANO OPERACIONAL	58
4.4.1 Capacidade Instalada	58
4.4.2 Processos Operacionais	60
4.4.3 Necessidade de Pessoal	61
4.5 PLANO FINANCEIRO	62
4.5.1 Investimento Inicial.....	63
4.5.2 Capital de Giro	65
4.5.3 Investimentos Pré-Operacionais	66
4.5.4 Investimento Total	68
4.5.5 Estimativa de Faturamento	68
4.5.5 Estimativa do Faturamento dos 4 anos seguintes.....	70
4.5.6 Custos Fixos e Variáveis.....	71

4.5.7	Projeção do Fluxo de Caixa	71
4.5.6	Projeção do Demonstrativo de Resultados (DRE)	72
4.5.8	Valor Presente Líquido (VPL)	74
4.5.8.1	<i>Metodologia de Cálculo</i>	<i>74</i>
4.5.8.2	<i>Valorização Patrimonial</i>	<i>75</i>
4.5.9	Taxa Interna de Retorno (TIR)	77
4.5.10	Tempo de Recuperação do Capital (Payback)	78
5	CONCLUSÃO	80
	REFERÊNCIAS	82
	APÊNDICE	85

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo a elaboração de um estudo de viabilidade para a implantação da **Casa Bruma**, um empreendimento de hospedagem localizado em área rural na região da Chapada dos Veadeiros, no estado de Goiás. A proposta se diferencia das modalidades convencionais de hospedagem, como hotéis e pousadas, ao adotar um modelo de operação mais autônomo, alinhado às novas demandas atuais de turismo e amplamente difundido em plataformas de aluguel por temporada como o *Airbnb* e *Booking*, por exemplo. A ênfase está na oferta de uma experiência privativa, em que o hóspede tenha maior independência durante sua estadia, sem renunciar ao conforto e da qualidade nos serviços essenciais.

A escolha pela Chapada dos Veadeiros como localização estratégica do projeto está fundamentada em diversos fatores. A região, conhecida popularmente como “Berço das Águas”, abriga uma das maiores concentrações de nascentes e cursos d’água do país, destacando-se pela abundância de rios, cachoeiras, vales e formações rochosas singulares que compõem um dos cenários naturais mais expressivos do Cerrado brasileiro. O bioma, apesar de ameaçado, também concentra uma das maiores biodiversidades dentro do território nacional, além de ser lar de comunidades tradicionais como os Kalunga, remanescentes de quilombolas, dentre outros povos originários. O patrimônio natural e cultural da região juntos conferem à Chapada um valor singular no contexto do ecoturismo brasileiro, atraindo pessoas de diferentes regiões do Brasil e do mundo.

Nas últimas décadas, a Chapada dos Veadeiros tem experimentado um crescimento constante no número de visitantes, impulsionado tanto pelo fortalecimento do turismo interno quanto pela visibilidade obtida por meio de produções midiáticas, como novelas e documentários. Além disso, o território se tornou referência para públicos que buscam espiritualidade, bem-estar e reconexão com a natureza, atraindo também iniciativas ligadas a festivais culturais e terapias integrativas.

Paralelamente, iniciativas públicas e privadas têm investido na melhoria da infraestrutura e no fomento ao turismo sustentável na região, o que contribui para a valorização contínua do território. Dentro desse contexto, o projeto da Casa Bruma

propõe-se a aproveitar essas oportunidades de crescimento, oferecendo uma estadia de alinhada em termos de estrutura e posicionamento estratégico. A partir da análise de mercado, definição dos serviços, planejamento financeiro e operacional, o presente trabalho busca avaliar a viabilidade de implantação do empreendimento, considerando seus potenciais e desafios no cenário atual do turismo na Chapada dos Veadeiros.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

É viável a implantação de um empreendimento de hospedagem por temporada num espaço rural na região da Chapada dos Veadeiros?

1.2 OBJETIVO

Para este projeto, foram definidos um objetivo geral e uma série de objetivos específicos. O objetivo geral abrange de forma ampla a finalidade central do trabalho, enquanto os objetivos específicos representam ações práticas que serão desenvolvidas para viabilizar e analisar a proposta apresentada neste plano de negócios.

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar, por meio de um plano de negócios, a viabilidade de implantação de uma unidade de hospedagem em propriedade rural no formato de temporada, integrando contato com a natureza, arquitetura e sustentabilidade.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Investigar as tendências do setor de turismo na região da Chapada dos Veadeiros;
- b) Identificar o perfil do público-alvo potencial para o empreendimento;
- c) Desenvolver estratégias de posicionamento de marca, marketing e operação condizentes com o conceito do negócio;
- d) Levantar os custos estimados para a implantação e operação do projeto;

e) Projetar o retorno financeiro esperado e o prazo de payback;

1.3 JUSTIFICATIVA

Para o autor, a realização deste plano de negócios é de grande relevância por permitir a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos ao longo da graduação em Administração, com ênfase nas áreas de finanças, marketing, produção e estratégia. Trata-se de uma oportunidade de integrar teoria e prática por meio do desenvolvimento de um projeto real, com potencial de implantação no curto a médio prazo.

A Chapada dos Veadeiros, localizada no estado de Goiás, é hoje considerada um dos principais destinos de ecoturismo do Brasil, atraindo visitantes em busca de natureza, espiritualidade, bem-estar. A região combina paisagens naturais deslumbrantes com uma crescente oferta turística, ainda marcada por disparidade na qualidade das experiências oferecidas.

A proposta da Casa Bruma surge como resposta a esse cenário competitivo, buscando se destacar por meio de um modelo de hospedagem autônoma e cuidadosamente planejada. O plano de negócios visa identificar oportunidades de diferenciação por meio da arquitetura integrada à paisagem, do silêncio como ativo da experiência e da estética voltada à contemplação.

Embora o terreno para a implantação do empreendimento ainda esteja em processo de definição, o plano considera as características ideais da localização: uma área rural próxima ao Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros, com acesso razoável, paisagem e vegetação preservadas, bem como potencial para construção de uma estrutura integrada à natureza. A escolha criteriosa do local será um fator estratégico para garantir a qualidade da experiência proposta e a viabilidade operacional do negócio.

A implantação da Casa Bruma também tem potencial de contribuir para o desenvolvimento local, incentivando o consumo de insumos regionais e movimentando a economia de forma sustentável. No campo acadêmico, este trabalho atende aos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Administração e tem como foco central a análise da viabilidade de uma unidade de hospedagem diferenciada no meio rural do Cerrado goiano.

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

Este capítulo inicial estabeleceu a contextualização e os objetivos do plano de negócios, caracterizando o cenário de implantação do empreendimento e os fatores que influenciaram a escolha da Chapada dos Veadeiros como localização estratégica.

O segundo capítulo apresenta o referencial teórico, abordando conceitos fundamentais sobre planos de negócios, planejamento estratégico, análise de mercado, marketing e estruturação financeira, com foco no setor turístico e hoteleiro. O terceiro capítulo detalha a metodologia utilizada, incluindo as técnicas de investigação e os procedimentos de coleta e análise de dados.

O quarto capítulo constitui o núcleo do trabalho, desenvolvendo o plano de negócios da Casa Bruma através de cinco seções: sumário executivo; análise de mercado, incluindo estudo detalhado do perfil dos visitantes da Chapada dos Veadeiros; plano de marketing; plano operacional; e plano financeiro, contemplando análises de VPL, TIR e Payback em três cenários, com inclusão da valorização patrimonial.

O quinto capítulo apresenta a conclusão, consolidando os achados da pesquisa e a análise de viabilidade do empreendimento. O trabalho é finalizado com as referências bibliográficas e apêndices contendo informações complementares.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 PLANO DE NEGÓCIOS

De acordo com o SEBRAE (2013), o plano de negócio é elaborado para apresentar a viabilidade de um projeto, contendo as características do negócio e servindo para que o empreendedor tenha uma visão mais ampla sobre a empresa e o mercado no qual está inserida. Esse documento direciona para a forma que organização deve atuar para conquistar seu espaço no mercado, com foco nas necessidades e no perfil dos clientes. Trata-se, portanto, de uma ferramenta que não apenas organiza as ideias do empreendedor, mas também reduz os riscos e as incertezas inerentes à atividade empresarial.

Para que a gestão de um negócio seja eficaz, é indispensável a constante avaliação da compatibilidade entre a empresa e o ambiente em que está inserida. Conforme Wright, Kroll e Parnell (2000), o planejamento consiste em estimar cenários futuros e delinear os caminhos necessários para atingir os objetivos estabelecidos, criando estratégias em todos os níveis de gestão para assegurar a vantagem competitiva. Isso implica a identificação de oportunidades e ameaças no ambiente externo e a análise de pontos fortes e fracos no ambiente interno, estabelecendo assim a missão, a visão e os objetivos da organização.

Além da análise mercadológica e estratégica, o plano de negócios deve contemplar um planejamento financeiro bem estruturado. Segundo o SEBRAE (2013), é essencial projetar os investimentos necessários para a implantação do empreendimento, incluindo materiais, equipamentos, infraestrutura e recursos humanos. O capital a ser investido, o fluxo de caixa projetado e o retorno esperado sobre o investimento devem estar descritos, permitindo ao empreendedor avaliar a viabilidade econômico-financeira do projeto antes mesmo de sua implementação.

Dessa forma, Sertek (2007) reforça que o plano de negócio possibilita ao empreendedor prever todos os passos antes de abrir o empreendimento, proporcionando uma visão integrada do projeto, com a definição de caminhos e estratégias para atingir os objetivos estabelecidos. Para isso, diversas estruturas podem ser adotadas, sendo a

proposta pelo SEBRAE (2012) uma das mais conhecidas e utilizadas, contemplando sumário executivo, análise de mercado, plano de marketing, plano operacional e plano financeiro.

O sumário executivo é o primeiro item do plano e objetiva apresentar, de forma sucinta, os aspectos mais relevantes do projeto. Segundo Silva e Monteiro (2013), ele descreve brevemente a ideia e os elementos que a justificam, sendo capaz de despertar o interesse de potenciais parceiros e investidores. Um bom sumário executivo resume as informações essenciais, oferecendo uma visão geral convincente do negócio.

Por fim, o plano financeiro é o componente que verifica a viabilidade econômica da empresa. Dornelas (2011) afirma que esse plano deve incluir projeções financeiras, como investimento inicial, capital de giro, fluxo de caixa, faturamento, despesas, ponto de equilíbrio e demonstrações de resultados, além da análise de viabilidade utilizando indicadores como Taxa Interna de Retorno (TIR), Valor Presente Líquido (VPL) e Payback. Conforme destaca o SEBRAE (2019), esse documento permite ao empreendedor avaliar se o negócio é financeiramente viável, estimar custos, despesas e receitas, e planejar o capital necessário para iniciar e sustentar a atividade.

2.1 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Segundo Chiavenato e Sapiro (2009), o planejamento estratégico representa uma oportunidade ímpar para que as organizações realizem uma leitura crítica, completa e sistemática de sua realidade, sendo esse processo indispensável para orientar sua atuação e maximizar resultados.

De forma geral, o planejamento estratégico consiste na definição de objetivos organizacionais e na escolha dos meios e cursos de ação para alcançá-los, considerando as condições internas e externas à organização (Oliveira, 2018). Essa prática não apenas organiza a gestão e o controle das operações, mas também funciona como um instrumento de redução de deficiências, ampliação da eficiência e potencialização de oportunidades mercadológicas. Como bem pontua Pereira (2010), planejar é pensar, projetar e criar, ou seja, controlar de forma estratégica os possíveis futuros de uma organização.

Com a filosofia organizacional estruturada, o passo seguinte é a realização de um diagnóstico estratégico, que visa analisar a situação atual da empresa, identificar suas principais características e posicionamento de mercado. Essa análise envolve o estudo de fatores internos, como recursos e competências, e externos, como oportunidades e ameaças do ambiente, sendo fundamental para a formulação de estratégias eficazes (LIMA, 2018). Dentre as ferramentas disponíveis, destaca-se a análise SWOT, proposta por Andrews (1971), que permite categorizar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, oferecendo à gestão uma visão abrangente e facilitando a tomada de decisão.

A SWOT, conforme Kotler e Keller (2006), é imprescindível para monitorar o ambiente externo e interno da organização, proporcionando a possibilidade de converter fraquezas em forças e ameaças em oportunidades. Esse mapeamento detalhado permite priorizar ações e minimizar riscos, alinhando-se com a proposta de Oliveira (2018) de que o planejamento estratégico deve, além de apontar direções, prever movimentos necessários para mitigar possíveis adversidades.

Diante disso, Oliveira (2018) enfatiza que o planejamento estratégico é a base metodológica que orienta a alta direção na identificação das melhores direções a serem tomadas, considerando as condições atuais e a evolução esperada do ambiente corporativo. Essa prática, quando conduzida de maneira sistemática e fundamentada, contribui para reduzir a incerteza no processo decisório e aumenta significativamente a probabilidade de alcance dos objetivos organizacionais.

2.2.1 Análise de Mercado

A análise de mercado é um processo sistemático e organizado que permite identificar, compreender e antecipar os movimentos e características do mercado no qual se pretende atuar. Mais do que um levantamento de informações, é uma ferramenta estratégica que orienta a tomada de decisões e contribui para a construção de negócios sólidos e sustentáveis.

Dentro dessa perspectiva, Salim (2010) destaca três tópicos primordiais que devem compor a análise de mercado: o estudo dos clientes, dos concorrentes e dos fornecedores. O estudo dos clientes busca identificar as características, interesses,

comportamentos e motivações do público-alvo, além de mapear onde essas pessoas se encontram. Esse levantamento é fundamental para definir estratégias de marketing, precificação, canais de comunicação e ações promocionais que dialoguem de forma eficaz com o perfil de consumo identificado.

O estudo dos concorrentes, por sua vez, é imprescindível para que o empreendedor compreenda o ambiente competitivo em que está inserido. Conhecer quem são os concorrentes, sua localização, produtos ou serviços ofertados, bem como suas vantagens e desvantagens competitivas, permite a formulação de estratégias que valorizem os diferenciais do próprio negócio. Conforme argumenta Salim (2010), a partir dessa análise é possível estabelecer vantagens no produto, no preço e nas promoções, além de criar estratégias de relacionamento com fornecedores e clientes.

Por fim, cabe ressaltar que, para realizar uma análise de mercado efetiva, é necessário estabelecer, primeiramente, o objetivo do planejamento e definir com clareza o público-alvo. Esse conhecimento direciona a construção de ações mais assertivas, alinhadas às necessidades e expectativas dos consumidores, como defende Salim (2010). Além disso, como destacam Kouzes e Posner (2012), nenhuma estratégia será bem-sucedida se os líderes não estiverem motivados por um propósito claro e inspirador, capaz de mobilizar suas equipes e criar valor para a sociedade.

2.3 PLANO DE MARKETING

O termo “marketing”, oriundo do idioma inglês, combina a palavra *market* (mercado) com o sufixo *ing*, que indica ação, significando, portanto, o mercado em movimento ou mercado em ação (Kotler, 2012). Com isso, o marketing representa a prática de lidar com as variações mercadológicas e de compreender como essas mudanças ocorrem, para que as organizações consigam se adaptar e atender com eficiência às demandas do público.

Para Kotler (2012), o plano de marketing opera em dois níveis distintos: estratégico e tático. O plano estratégico define os objetivos amplos da organização, como o público-alvo a ser alcançado e a proposta de valor que será oferecida a esse público. Já o plano tático detalha as ações específicas que serão adotadas para concretizar as diretrizes

estratégicas, incluindo aspectos como características do produto, política de preços, promoção, merchandising e definição dos canais de distribuição e serviços.

Churchill Jr. (2017) ressalta que as definições de marketing estão em constante evolução, evidenciando a natureza dinâmica dessa área. Segundo o autor, o marketing deve ser entendido como uma filosofia empresarial, centrada na satisfação das necessidades dos consumidores, utilizando-se de um amplo conjunto de ferramentas e recursos disponíveis para alcançar esse objetivo. Complementando essa perspectiva, Kotler (2021) conceitua o marketing como um mecanismo econômico e social pelo qual indivíduos e grupos satisfazem suas necessidades e desejos, por meio da criação e troca de produtos e outros elementos de valor.

2.4 PLANO OPERACIONAL

Para além dos números, o processo operacional de uma organização abrange todas as atividades práticas envolvidas na realização e entrega de produtos ou serviços ao mercado. Dornelas (2011) destaca que o processo operacional refere-se “ao fazer, realizar, produzir com materiais, com informações, com máquinas e equipamentos, com métodos e processos de trabalho”, o que demonstra sua abrangência e importância na estrutura organizacional. Nesse sentido, o plano operacional também contempla aspectos como a forma de produção, os métodos de comercialização e a capacidade de atendimento do empreendimento, fatores que impactam diretamente a experiência do cliente e a reputação da marca.

Para Biagio (2013), o plano operacional precisa, obrigatoriamente, descrever de forma clara como será realizado o atendimento ao cliente, quais serão as políticas de venda e financiamento, os sistemas de entrega adotados, o relacionamento com o público, a seleção de fornecedores, bem como as políticas de compras e controle de estoque. Essas definições estabelecem padrões de funcionamento e conduta que orientam as equipes operacionais, assegurando a uniformidade e a eficiência nos processos internos e no contato com os clientes.

Portanto, um plano operacional bem elaborado contribui significativamente para a consolidação de processos internos mais eficientes, reduzindo desperdícios, otimizando

recursos e minimizando erros. Além disso, permite a construção de uma relação de confiança com os clientes, fornecedores e demais parceiros comerciais, fatores indispensáveis para a competitividade e o crescimento sustentável de qualquer organização. Nesse cenário, o planejamento operacional não deve ser encarado como uma formalidade burocrática, mas sim como um instrumento estratégico capaz de transformar a rotina operacional e garantir resultados mais consistentes e satisfatórios. Assim, conforme enfatizado por Dornelas (2011) e Biagio (2013), investir em um planejamento operacional estruturado é investir na perenidade e competitividade da organização no cenário empresarial atual.

2.4.3 Processos Operacionais

Entre os elementos fundamentais de um plano de negócios, destacam-se os processos operacionais, que consistem no detalhamento de todas as atividades que a empresa executará para produzir seus bens ou serviços e manter suas rotinas administrativas em funcionamento. Esses processos são responsáveis por estruturar a operação do empreendimento, definindo como cada tarefa será realizada, por quem e com quais recursos.

Segundo o Sebrae (2013), os processos operacionais correspondem ao momento de registrar como a empresa funcionará, sendo necessário descrever detalhadamente como as atividades serão executadas, passo a passo. Essa etapa garante a padronização dos procedimentos e facilita a compreensão das responsabilidades e demandas de cada setor. Por meio dessa definição clara, a organização consegue assegurar maior eficiência no uso de recursos, melhorar o controle das atividades e minimizar erros operacionais.

Portanto, os processos operacionais representam a base organizacional que sustenta as atividades cotidianas e estratégicas de um empreendimento. Como destaca o Sebrae (2013), ao registrar de forma sistematizada como a empresa funcionará, descrevendo cada atividade passo a passo, é possível estabelecer um modelo de gestão mais eficiente, transparente e alinhado com os objetivos do negócio. Assim, o plano operacional se torna um instrumento essencial não apenas para a fase inicial da empresa,

mas também para seu desenvolvimento contínuo e para a conquista de melhores resultados no longo prazo.

2.5 PLANO FINANCEIRO

De acordo com Oliveira (2012), o plano financeiro deve estar presente em todo plano de negócios, pois ele é a base para guiar as futuras decisões e ações da empresa, assegurando a capacidade de manter-se operacional e competitiva no mercado.

Embora a estrutura de um plano financeiro não seja rígida e padronizada, cabendo adaptações conforme o tipo de negócio e suas especificidades, como ressalta Pereira (2020), é justamente essa flexibilidade que permite que o planejamento financeiro seja ajustado à complexidade de cada organização. Trata-se de um processo essencial para identificar os recursos necessários, estimar custos, projetar receitas e avaliar a viabilidade econômica de um empreendimento antes mesmo de sua implementação.

Segundo Gitman (2004), o planejamento financeiro representa um dos processos administrativos mais relevantes para qualquer empresa, pois envolve a análise de investimentos, despesas fixas e variáveis, projeções de captação de clientes e análises de rentabilidade, estabelecendo diretrizes para o alcance dos objetivos organizacionais no curto e no longo prazo. Para tornar as decisões mais assertivas, Dornelas (2008) recomenda a utilização de demonstrações financeiras, como fluxo de caixa, indicadores de viabilidade e ponto de equilíbrio, ferramentas fundamentais para acompanhar o desempenho econômico e garantir a sustentabilidade do negócio.

Além disso, Dornelas (2011) enfatiza que o planejamento financeiro permite realizar uma avaliação econômica completa da empresa, identificando a capacidade de manter-se estável financeiramente, os custos envolvidos, a viabilidade econômica e a previsão de retorno sobre o investimento. Para isso, o plano deve conter projeções detalhadas sobre investimento inicial, capital de giro, fluxo de caixa, faturamento, despesas e lucro, além de análises de viabilidade financeira por meio de indicadores como Taxa Interna de Retorno (TIR), Payback e Valor Presente Líquido (VPL).

Além disso, o SEBRAE (2013) destaca a importância de estimar custos de comercialização, mão de obra, depreciação e custos operacionais fixos mensais. Essas

informações permitem calcular o ponto de equilíbrio, a lucratividade, a rentabilidade e o prazo de retorno do investimento — indicadores fundamentais para avaliar a viabilidade econômica do empreendimento e a segurança financeira do investimento.

2.5.1 Investimentos Pré-Operacionais

Segundo Biagio e Batocchio (2012), os investimentos pré-operacionais consistem nos valores aplicados pelo empreendedor para preparar o ambiente e as condições necessárias ao funcionamento da empresa, antecedendo a operação comercial propriamente dita.

De acordo com o SEBRAE (2013), os investimentos pré-operacionais abrangem os gastos realizados antes da abertura oficial do negócio, sendo indispensáveis para que a empresa esteja regularizada, estruturada e apta a atender seu público. Entre os exemplos mais comuns de despesas pré-operacionais estão as reformas no espaço físico, que podem incluir pintura, adequações elétricas e hidráulicas, instalação de equipamentos, troca de piso, entre outros. Além disso, também fazem parte desse grupo as taxas e despesas burocráticas, como registro da empresa em órgãos competentes, emissão de alvarás de funcionamento e demais licenças exigidas por legislações municipais, estaduais e federais.

A correta identificação e estimativa desses custos é essencial para a elaboração de um planejamento financeiro eficiente, evitando surpresas que possam comprometer o início das atividades. O SEBRAE (2013) destaca que, após estimar os investimentos pré-operacionais, é fundamental que o empreendedor defina as fontes de recursos que financiarão esses gastos. Nesse sentido, é necessário avaliar se o capital será proveniente de recursos próprios, de terceiros ou de uma combinação de ambos, estabelecendo a porcentagem correspondente a cada modalidade.

2.5.2 Tempo de Recuperação do Capital (Payback)

De acordo com Motta e Calôba (2002), o payback é utilizado como referência para avaliar a atratividade relativa das opções de investimento, determinando o tempo

necessário para que o valor investido inicialmente seja integralmente recuperado através dos retornos gerados pelo projeto.

Embora seja uma técnica bastante difundida e simples de aplicar, o payback não possui um padrão ideal de tempo de retorno, visto que sua análise deve considerar fatores internos e econômicos específicos de cada organização. Segundo Assaf Neto (2015), o período de recuperação precisa ser compatível com as expectativas dos gestores e com a estratégia da empresa, respeitando os prazos aceitáveis de retorno estabelecidos de acordo com a natureza do investimento e os resultados almejados pela instituição.

Apesar de sua utilidade, o payback possui limitações importantes. Ele não considera os fluxos de caixa gerados após o período de recuperação e, por isso, não permite uma análise completa sobre a rentabilidade total do projeto ao longo de sua vida útil. Além disso, quando utilizado isoladamente, pode induzir decisões equivocadas, principalmente em investimentos de longo prazo que exigem maior tempo de maturação, mas que oferecem retornos expressivos após o prazo de payback.

2.5.3 Capital de Giro

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2013), o capital de giro compreende os recursos necessários para viabilizar as atividades cotidianas de uma empresa. Para determinar o montante ideal desse capital, é necessário calcular a diferença entre o valor do estoque inicial — composto pelas matérias-primas essenciais ao funcionamento do negócio — e a previsão de caixa mínimo, destinada a assegurar a liquidez para as operações iniciais. A esse valor somam-se os compromissos de curto prazo, como o total de fornecedores e outras obrigações financeiras a serem quitadas em um período reduzido.

Para Assaf Neto (2015), a administração do capital de giro vai além da simples definição dos recursos disponíveis. Ela envolve a gestão articulada das contas de ativos e passivos circulantes e das relações entre eles. Esse controle minucioso é indispensável para manter a solvência da empresa e prevenir problemas como a falta de recursos para pagamento de fornecedores, funcionários e despesas operacionais. Nesse sentido, a

gestão do capital de giro requer planejamento e análise constantes, permitindo antecipar necessidades de caixa e tomar decisões estratégicas sobre financiamentos, aplicações financeiras e condições de pagamento a clientes e fornecedores.

A importância do capital de giro está, portanto, diretamente associada à saúde financeira e à capacidade de continuidade da organização. Empresas que não dispõem de um capital de giro adequado enfrentam dificuldades para cumprir suas obrigações, realizar investimentos e aproveitar oportunidades de crescimento. Além disso, a ausência de planejamento nessa área aumenta o risco de inadimplência, endividamento excessivo e comprometimento da imagem junto a fornecedores e instituições financeiras.

2.5.4 Demonstração de Resultados do Exercício (DRE)

Entre os principais demonstrativos contábeis, destaca-se a Demonstração de Resultados do Exercício (DRE), que se configura como um importante instrumento de avaliação do desempenho econômico de uma entidade ao longo de um período específico. A DRE evidencia as operações realizadas pela organização, apontando seus reflexos no Patrimônio Líquido e, conseqüentemente, na geração de lucro ou prejuízo.

De acordo com Ludícibus (2015), a DRE apresenta de forma dedutiva um resumo das receitas e despesas, demonstrando os acréscimos e decréscimos no Patrimônio Líquido, ocasionados pelas atividades da empresa em determinado período. Essa característica permite que gestores, investidores, credores e demais usuários da informação contábil tenham uma visão clara dos resultados obtidos, possibilitando análises sobre a eficiência operacional e a rentabilidade da organização.

No contexto das instituições financeiras e de empresas inseridas em mercados de alta competitividade, a análise da Demonstração de Resultados do Exercício ganha relevância estratégica. Assaf Neto (2015) ressalta que a DRE evidencia as apurações da empresa, retratando as movimentações das receitas e despesas de forma clara e objetiva. Esse processo de análise permite identificar as particularidades do segmento, possibilitando a realização de diagnósticos precisos e o suporte adequado à tomada de decisões gerenciais, financeiras e estratégicas.

Diante disso, a Demonstração de Resultados do Exercício não se limita apenas a atender exigências legais ou contábeis, mas se consolida como ferramenta indispensável para o planejamento e controle organizacional. Por meio dela, é possível acompanhar a rentabilidade do negócio, mensurar o desempenho operacional, avaliar a eficiência na gestão de custos e despesas e projetar cenários futuros com maior segurança.

3. METODOLOGIA

Este capítulo apresenta os procedimentos metodológicos adotados para o desenvolvimento do presente estudo de viabilidade da Casa Bruma. A metodologia define o caminho percorrido para alcançar os objetivos propostos, estabelecendo os critérios e técnicas utilizadas na coleta e análise das informações necessárias para a elaboração do plano de negócios.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

O presente trabalho caracteriza-se como uma pesquisa aplicada, uma vez que busca gerar conhecimentos para aplicação prática, direcionados à solução de problemas específicos relacionados à viabilidade de implementação de um empreendimento de hospedagem rural (GIL, 2010). O estudo visa fornecer subsídios concretos para a tomada de decisão quanto à abertura da Casa Bruma na região da Chapada dos Veadeiros.

Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa descritiva, que busca descrever as características do mercado de turismo rural, o perfil dos potenciais clientes e as condições do ambiente de negócios na região estudada. Segundo Vergara (2016), a pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou fenômeno, estabelecendo correlações entre variáveis e definindo sua natureza.

A abordagem metodológica adotada combina elementos qualitativos e quantitativos. A abordagem qualitativa permite uma compreensão mais profunda dos aspectos subjetivos relacionados às expectativas dos clientes e às particularidades do mercado de ecoturismo. Já a abordagem quantitativa possibilita a análise de dados financeiros, projeções de demanda e indicadores de viabilidade econômica do empreendimento (CRESWELL, 2014).

3.2 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

A coleta de dados foi estruturada em diferentes etapas, utilizando fontes primárias e secundárias de informação. As fontes secundárias incluem pesquisa bibliográfica em

livros, artigos científicos, relatórios setoriais e dados estatísticos oficiais sobre turismo na região Centro-Oeste e especificamente na Chapada dos Veadeiros.

Para a análise do mercado consumidor, foram consultados estudos sobre o perfil dos visitantes da Chapada dos Veadeiros, dados do Ministério do Turismo e pesquisas sobre tendências do ecoturismo no Brasil. A análise da concorrência foi realizada através de pesquisa em websites, redes sociais e visitas técnicas a empreendimentos similares na região, permitindo identificar práticas de mercado, estrutura de preços e diferenciais competitivos.

As informações coletadas foram organizadas e analisadas de forma a subsidiar cada componente do plano de negócios. Os dados sobre o mercado consumidor orientaram a definição do público-alvo e estratégias de marketing. As informações sobre concorrentes contribuíram para o posicionamento competitivo e definição de preços. Os dados operacionais e financeiros embasaram as projeções de investimento, custos e receitas, permitindo a avaliação da viabilidade econômico-financeira do projeto.

4. PLANO DE NEGÓCIOS

4.1 SUMÁRIO EXECUTIVO

O Plano de Negócios da Casa Bruma tem início a partir do Sumário Executivo, sendo estruturado nos tópicos apresentados a seguir.

4.1.1 Resumo dos Principais Pontos do Plano de Negócios

A Casa Bruma, desenvolvida neste presente plano de negócios, trata-se de uma hospedagem sofisticada em meio ao bioma do Cerrado nos arredores do Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros, em Goiás. A proposta consiste na criação de um espaçoso e completo chalé que alie conforto, privacidade e máxima integração entre arquitetura e a natureza na qual está inserida.

Diferente das pousadas convencionais, o projeto se propõe a oferecer uma experiência de isolamento voluntário em meio a uma paisagem natural preservada, com estrutura projetada para valorizar momentos de qualidade e tranquilidade. A construção, de baixa intervenção ambiental, irá utilizar materiais sustentáveis e locais sempre que possível, bem como incorporar elementos naturais do próprio terreno em meio ao projeto.

A localização escolhida, próxima a vilarejos como São Jorge e Alto Paraíso de Goiás, é estratégica por oferecer fácil acesso aos principais atrativos da região como o próprio parque nacional, trilhas, cachoeiras e restaurantes, ao mesmo tempo em que permite uma vivência mais reservada e exclusiva. Uma outra vantagem quanto a acessibilidade é a facilidade de acesso do aeroporto de Brasília, a menos de três horas de carro de Alto Paraíso de Goiás por uma estrada com visual impactante, que impulsiona significativamente o potencial turístico da região.

O público-alvo são turistas de diferentes regiões não só do país, mas também do mundo, que buscam experiências autênticas aliando lazer, bem-estar e contato íntimo com a natureza bruta do cerrado goiano. Como a Casa Bruma oferece uma experiência *premium*, naturalmente o perfil de hóspedes a ser alcançado são pessoas de poder

aquisitivo mais alto, podendo atender desde casais, famílias e grupos com pessoas de todas as idades.

O projeto se configura não apenas como uma fonte de receita por meio de aluguéis de temporada, mas também como um investimento patrimonial de longo prazo. A expectativa é de valorização do imóvel ao longo dos anos, impulsionada tanto pelo crescimento do turismo na região quanto pela demanda crescente por propriedades integradas à natureza com infraestrutura de qualidade. Assim, o empreendimento é pensado como um ativo com potencial de valorização contínua em uma das regiões naturais mais emblemáticas do país, além de oferecer a possibilidade de usufruto pelos sócios em períodos de vacância.

Somado à proposta estética e ambiental, o negócio também tem potencial de contribuir para o desenvolvimento socioeconômico local, gerando oportunidades de trabalho, consumo de insumos regionais e valorização do turismo sustentável em meio ao Cerrado. A análise de mercado, os custos estimados e os possíveis retornos financeiros serão detalhados nos capítulos seguintes.

4.1.2 Dados dos Empreendedores, Experiência Profissional e Atribuições

Sócio 1: Misael Pereira de Oliveira Junior

Idade: 32

Endereço: Rua A, nº 1 – Goiânia – Goiás – Brasil.

Telefone: (48) 11111-1111

Perfil - Currículo:

- Cursando Administração - Bacharelado na UFSC, com término previsto para 2025;
- Realizou intercâmbio acadêmico na SRH Hochschule, em Berlim na Alemanha, durante o último ano do curso;
- Experiência pessoal com hospitalidade, sendo anfitrião em uma casa compartilhada em Florianópolis resultando no título *Superhost* pelo *Airbnb* ao

final do primeiro verão; experiência com planejamento e gestão de pequenos eventos com foco em música e arte,

Atribuições do sócio 1:

Misael será responsável pela administração geral do empreendimento, incluindo controle de reservas, atendimento remoto aos hóspedes, relacionamento com fornecedores e supervisão das operações. Ficarà encarregado também da parte financeira e organizacional, incluindo a gestão de pagamentos, logística e documentação necessária para o funcionamento do negócio. Além disso, contará com o apoio dos pais em demandas de manutenção e suporte estrutural do imóvel bem como outras demandas organizacionais do empreendimento.

Sócio 2: Misael Pereira de Oliveira

Idade: 64

Endereço: Rua A, nº 1 – Goiânia – Goiás – Brasil.

Telefone: (48) 11111-1111

Perfil - Currículo:

- Servidor público aposentado.
- Experiência como investidor na área de construção civil.
- Conhecedor do mercado, de fornecedores e mão de obra local;

Atribuições do sócio 2:

Misael será responsável pela supervisão de obras e manutenção da edificação quando necessário, garantindo que a estrutura do empreendimento esteja sempre em perfeitas condições de uso. Ele também atuará na resolução de quaisquer questões estruturais que possam surgir, utilizando sua experiência e rede de contatos com fornecedores e prestadores de serviços. Além disso, ficará encarregado de cuidar dos aspectos burocráticos e legais do negócio, incluindo licenças, alvarás, documentação fiscal e demais exigências regulatórias necessárias para o funcionamento adequado da

Casa Bruma. Sua atuação será crucial para assegurar a integridade física do estabelecimento, a conformidade legal e a qualidade dos serviços oferecidos.

Sócia 3: Eliete do Nascimento Gonçalves

Idade: 62

Endereço: Rua A, nº 1 – Goiânia – Goiás – Brasil.

Telefone: (48) 11111-1111

Perfil - Currículo:

- Servidora pública em atividade;
- Experiência em hospitalidade, organização de estabelecimentos e planejamento de eventos de pequeno e médio porte;
- Atuação em áreas que envolvem a qualidade da estadia, limpeza e hospitalidade em geral.

Atribuições da sócia 3:

Eliete do Nascimento Gonçalves será responsável pela definição dos padrões de organização geral do estabelecimento, assegurando que todos os aspectos ligados à hospitalidade, limpeza e qualidade da estadia sejam mantidos em alto padrão. Sua experiência contribuirá para garantir que o ambiente ofereça uma experiência acolhedora aos hóspedes, buscando atender às expectativas de conforto e bem-estar.

4.1.3 Dados do Empreendimento

O empreendimento receberá o nome de Casa Bruma, nome escolhido por seu caráter simbólico. O termo “bruma” remete à névoa suave que paira sobre paisagens naturais nas primeiras horas do dia, evocando mistério, quietude e introspecção — sentimentos que estão no cerne da proposta de hospedagem oferecida. A palavra “casa” foi adotada no lugar de termos como ‘pousada’ ou ‘hotel’ com o objetivo de aproximar o hóspede da ideia de acolhimento, pertencimento e intimidade com o espaço.

O nome foi pensado para refletir o conceito de uma estadia autônoma, integrada à natureza e distante de experiências turísticas mais convencionais. A escolha por um

nome em português também reforça a conexão com o território, com a cultura brasileira e com o idioma original da região, sem recorrer a estrangeirismos ou traduções literais.

Para a criação da identidade visual da Casa Bruma, buscou-se unir os elementos de forma minimalista. A logo apresenta formas orgânicas estilizadas que remetem a uma paisagem emoldurada pela bruma: colinas suaves, uma lua crescente e linhas onduladas que representam a neblina. O conjunto é disposto dentro de um arco que remete tanto a janelas quanto a portais — símbolos arquitetônicos de passagem e abertura.

Figura 1 - Logo da Casa Bruma



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

As cores escolhidas foram o azul profundo, evocando o céu noturno, e o *off-white*, remetendo à leveza da névoa e à neutralidade dos interiores planejados para o chalé. A tipografia é serifada, com traços marcantes e elegantes, dialogando com a estética contemporânea de ambientes de refúgio e descanso. O logotipo foi pensado para facilitar sua aplicação em materiais gráficos, bordados, sinalizações e materiais para as redes sociais, mantendo sempre a clareza na transmissão da identidade visual.

4.1.4 Missão, Visão e Valores da Empresa

Nesta seção será apresentada a missão, visão e valores da Casa Bruma.

Missão

Oferecer uma experiência de hospedagem que promova reconexão com a natureza, conforto sensorial e tranquilidade, em um ambiente acolhedor, privativo e integrado ao cerrado, com atenção aos detalhes e respeito ao ritmo de cada hóspede.

Visão

Ser reconhecida como uma referência em hospedagem diferenciada no Cerrado brasileiro, valorizando o contato íntimo com a natureza, a simplicidade sofisticada e o cuidado com o território, promovendo impacto positivo local e autenticidade nas vivências oferecidas.

Valores

A Casa Bruma se orienta por valores que refletem sua proposta de integração com a natureza e acolhimento aos visitantes. São princípios fundamentais do empreendimento a hospitalidade personalizada, o respeito ao meio ambiente e à cultura local, a valorização do conforto aliado a sofisticação, o compromisso com a sustentabilidade e com práticas conscientes no uso do território, além da busca por uma estética harmônica e coerente com o entorno natural. Ética, autonomia e respeito também estão no centro das relações que se pretende cultivar com hóspedes, fornecedores e comunidade.

Setores de Atividade

A Casa Bruma presta serviços diretamente ao consumidor final, dessa forma, o empreendimento se enquadra no setor terciário da economia, por atuar com a oferta de serviços. Além disso, por se tratar de uma iniciativa privada com fins lucrativos, a Casa

Bruma também integra o segundo setor, compondo o conjunto de empresas que visam retorno financeiro a partir da oferta de valor ao mercado.

4.1.6 Forma Jurídica

A forma jurídica adotada para a Casa Bruma será a de uma sociedade por cotas de responsabilidade limitada (LTDA), composta por três sócios: Eliete do Nascimento Gonçalves, Misael Pereira de Oliveira e Misael Pereira de Oliveira Júnior. A responsabilidade de cada sócio será proporcional à sua participação no capital social da empresa, sendo também solidária pelo total do capital.

Os sócios Eliete e Misael serão os responsáveis pelos aportes financeiros necessários à implantação do empreendimento, atuando como sócios investidores. Já Misael Júnior, idealizador do projeto, não realizará aporte financeiro inicial, mas integrará a sociedade com participação no patrimônio e será responsável direto pela gestão e operação da empresa. Sua atuação como sócio gestor será futuramente remunerada por meio de pró-labore, em função do trabalho desempenhado no dia a dia do negócio.

A escolha da estrutura jurídica como LTDA. visa garantir maior segurança legal para os sócios e flexibilidade na organização e crescimento do empreendimento, sendo adequada ao porte e às características da operação prevista.

4.1.7 Enquadramento tributário

O enquadramento tributário mais adequado para a Casa Bruma será, inicialmente, o Simples Nacional, por se tratar de uma microempresa em fase inicial, com faturamento estimado dentro do limite permitido por esse regime. O Simples Nacional possibilita a unificação de tributos federais, estaduais e municipais, facilitando o processo de arrecadação, contabilidade e cumprimento das obrigações fiscais.

4.1.8 Capital Social

O capital social da Casa Bruma será constituído com um investimento inicial estimado em R\$ 1.400.000.000 (um milhão e quatro centos mil reais) valor que contempla a aquisição do terreno e a construção da unidade inicial de hospedagem.

Os recursos serão aportados pelos sócios Eliete Nascimento e Misael Oliveira, que atuarão como sócios investidores e financiarão a implantação do empreendimento. O sócio Misael Júnior terá participação na sociedade em razão de sua atuação como idealizador e gestor do negócio.

Tabela 1 - Divisão do Capital Social.

Sócios	Nome do Sócio	Valor (R\$)	% da Participação
Sócio 1	Misael Junior	140.000	10
Sócio 2	Misael Oliveira	630.000	45
Sócio 3	Eliete Nascimento	630.000	45
Total		R\$ 1.400.000	100

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

4.1.9 Fonte de Recursos

Os recursos financeiros destinados à implantação da Casa Bruma serão provenientes de capital próprio dos sócios investidores. Ambos aportarão valores oriundos de seu patrimônio pessoal, em especial de outros imóveis já pertencentes aos sócios, utilizados como fonte de liquidez ou reinvestimento para viabilizar o projeto.

A utilização de recursos próprios confere maior autonomia à estrutura societária e permite que o empreendimento seja executado com mais liberdade, reduzindo a necessidade de financiamento externo ou dependência de instituições financeiras. Isso proporciona maior estabilidade ao plano de implantação e reduz os riscos operacionais e financeiros nos primeiros anos de atividade.

4.2 ANÁLISE DE MERCADO

Esta seção apresenta o mercado no qual a pousada estará inserida, com foco na análise dos potenciais clientes, concorrentes e fornecedores

4.2.1 Estudo dos Clientes

Para compreender o perfil dos potenciais clientes da Casa Bruma, foram analisados dois estudos complementares realizados pelo Observatório do Turismo do Estado de Goiás sobre a região da Chapada dos Veadeiros, cada um com metodologias e períodos distintos que oferecem perspectivas valiosas sobre o comportamento e características dos visitantes.

4.2.1.1 Metodologia dos Estudos Analisados

O primeiro estudo, "Pesquisa de Perfil do Visitante do Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros", foi realizado presencialmente entre 2017 e 2019, através de fichas preenchidas pelos visitantes na entrada do parque. Com uma amostra robusta de 62.821 registros (29,1% da população total de visitantes), este estudo oferece dados comportamentais reais de visitação, representando o período pré-pandemia e capturando o perfil efetivo dos turistas que frequentam a região.

O segundo estudo, "Pesquisa de Melhores Práticas de Sanitização para Receber os Turistas/Visitantes", foi conduzido online entre junho e julho de 2020, durante o período pandêmico, com 146 respondentes interessados em visitar a Chapada dos Veadeiros. Esta pesquisa captura não apenas visitantes habituais, mas também pessoas que demonstraram interesse na região, oferecendo insights sobre expectativas, preferências de hospedagem e perfil socioeconômico do público potencial.

4.2.1.2 Origem Geográfica

A análise da origem dos visitantes revela um público bem definido e geograficamente concentrado. Segundo os dados presenciais (2017-2019), os principais visitantes nacionais são originários do Distrito Federal (29,38%), São Paulo (24,20%), Goiás (15,58%), Rio de Janeiro (11,08%) e Minas Gerais (3,91%). Especificamente, a

cidade de Brasília representa 22,92% do total de visitantes, evidenciando a proximidade geográfica como fator determinante na escolha do destino.

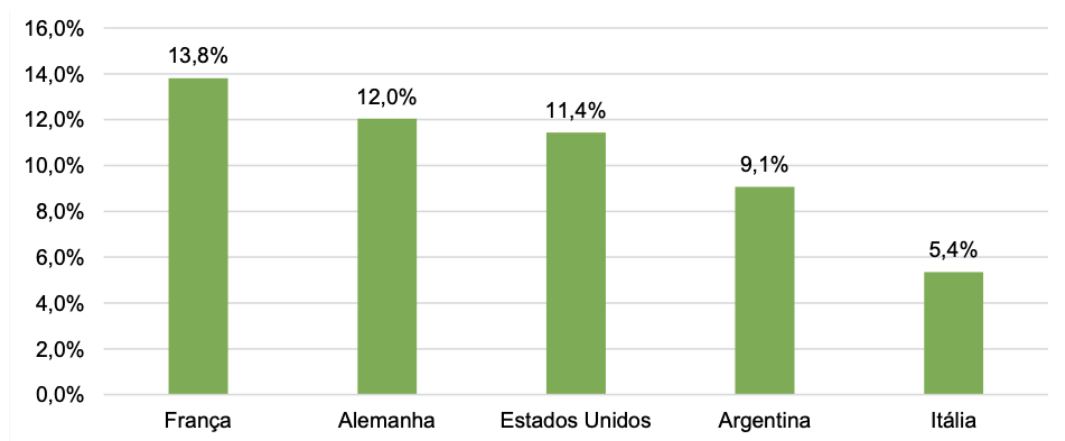
Figura 2 - Principais estados que visitam o Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros



Fonte: Pesquisa de Perfil do Visitante do Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros (2019).

No segmento internacional, que representa 2,62% do total de visitantes, destacam-se turistas da França (13,8% dos estrangeiros), Alemanha (12,0%), Estados Unidos (11,4%), Argentina (9,1%) e Itália (5,4%), demonstrando o apelo da região para o ecoturismo internacional, especialmente entre europeus interessados em experiências na natureza.

Figura 3 - Principais países que visitam o Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros

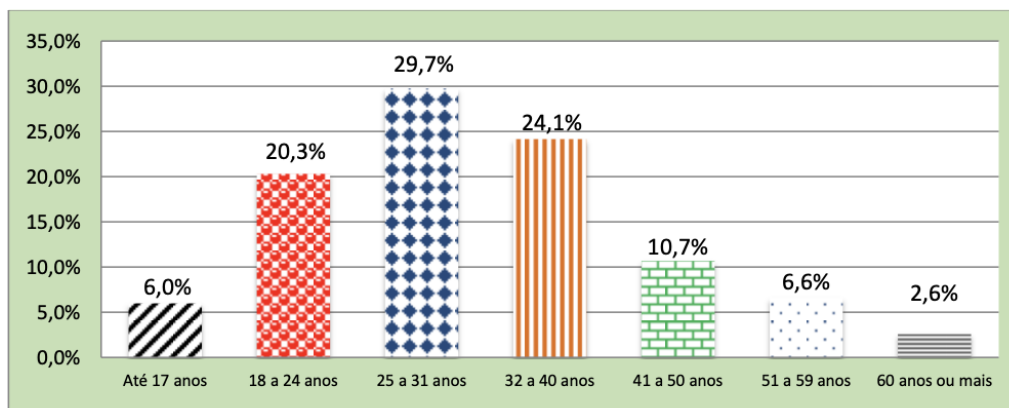


Fonte: Pesquisa de Perfil do Visitante do Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros (2019).

4.2.1.3 Perfil Demográfico e Faixa Etária

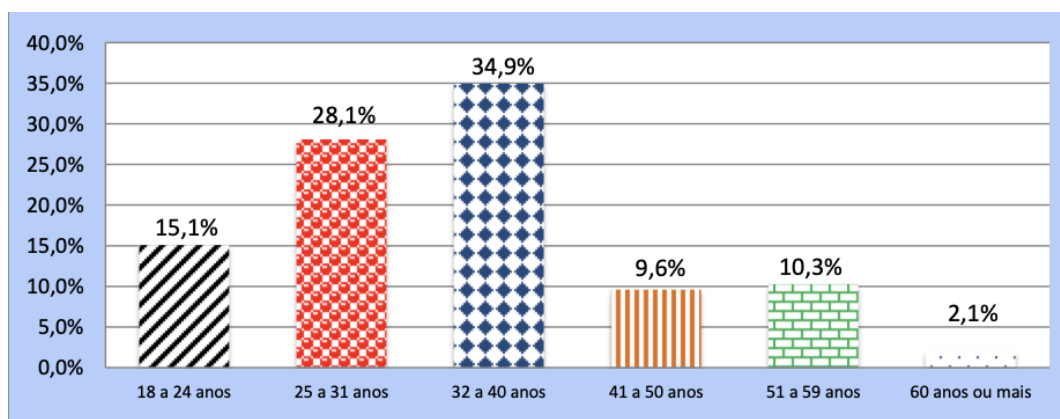
O cruzamento dos dados demográficos dos dois estudos revela características interessantes sobre o perfil etário dos visitantes. No estudo presencial (2017-2019), observa-se predominância de jovens adultos e adultos, com 29,7% na faixa de 25-31 anos, 24,1% entre 32-40 anos e 20,3% entre 18-24 anos, totalizando 80,1% dos visitantes com até 40 anos; enquanto no estudo on-line (2020), o total dos visitantes com até 40 anos é de 78,1% porém nesse total não estão considerados os visitantes com até 17 anos.

Figura 4 - Faixa Etária - Estudo Presencial



Fonte: Pesquisa de Perfil do Visitante do Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros (2019).

Figura 5 - Faixa Etária - Estudo Online.

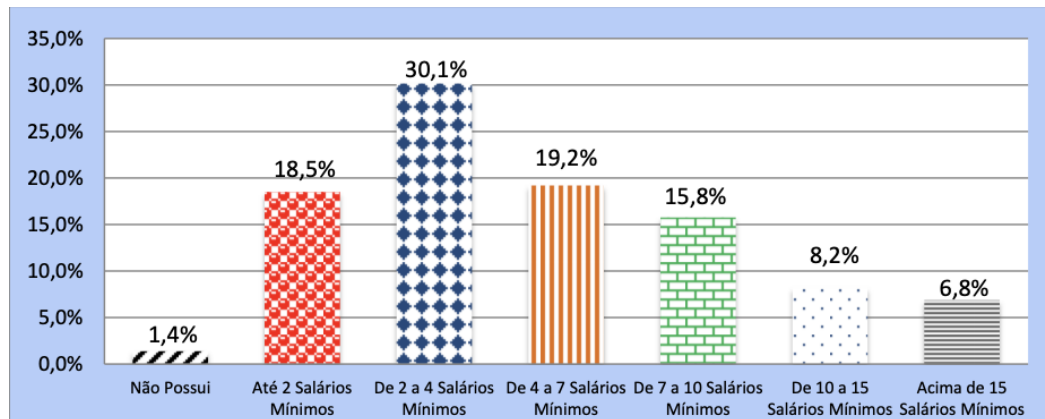


Fonte: Pesquisa de Melhores Práticas de Sanitização para Receber os Turistas (2020).

4.2.1.4 Perfil Socioeconômico

O estudo online de 2020 fornece dados detalhados sobre o perfil socioeconômico dos interessados na Chapada dos Veadeiros, revelando um público de alto poder aquisitivo. A renda mensal familiar média é de R\$ 6.045,29.

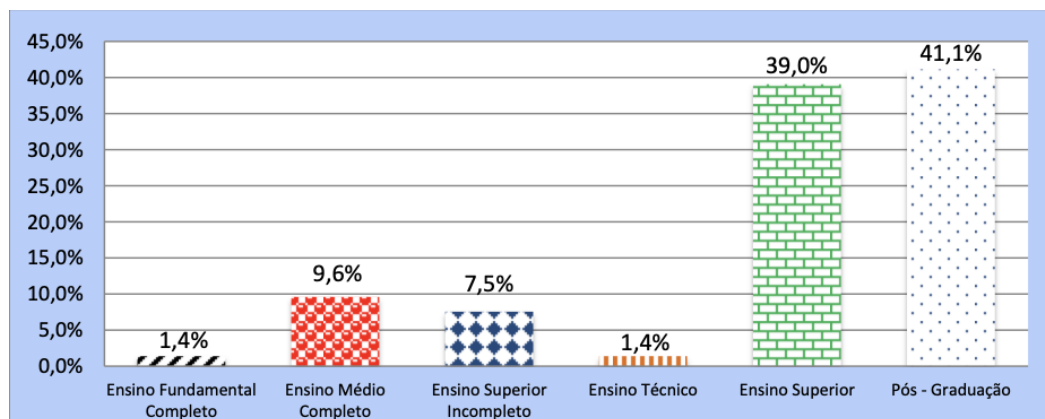
Figura 6 - Renda Mensal Familiar.



Fonte: Pesquisa de Melhores Práticas de Sanitização para Receber os Turistas (2020).

Quanto à escolaridade, o público apresenta alto nível educacional, com predominância de ensino superior completo e pós-graduação, confirmando o perfil de classe média alta interessada em experiências de ecoturismo diferenciadas.

Figura 7 - Escolaridade.



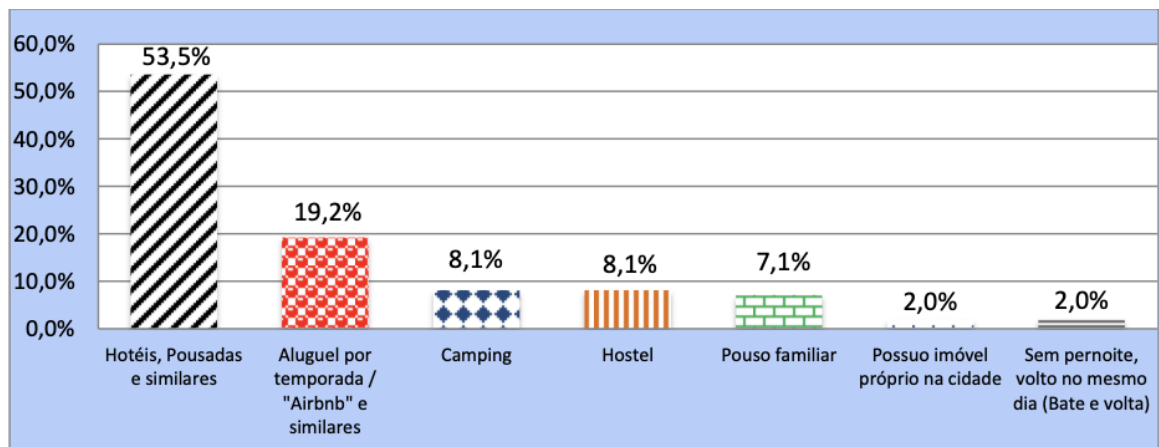
Fonte: Pesquisa de Melhores Práticas de Sanitização para Receber os Turistas (2020).

4.2.1.5 Hábitos de Viagem e Comportamento de Consumo

O meio de transporte preferencial é o carro próprio, utilizado por 56,2% dos respondentes, confirmando a importância da acessibilidade rodoviária e da autonomia para explorar a região.

Um dado crucial para a Casa Bruma é que 53,5% dos respondentes que visitam a Chapada dos Veadeiros se hospedam em hotéis e pousadas, enquanto 19,2% preferem estadia de aluguel por temporada, sugerindo que essa diferença pode representar possibilidade de crescimento de um em detrimento ao outro.

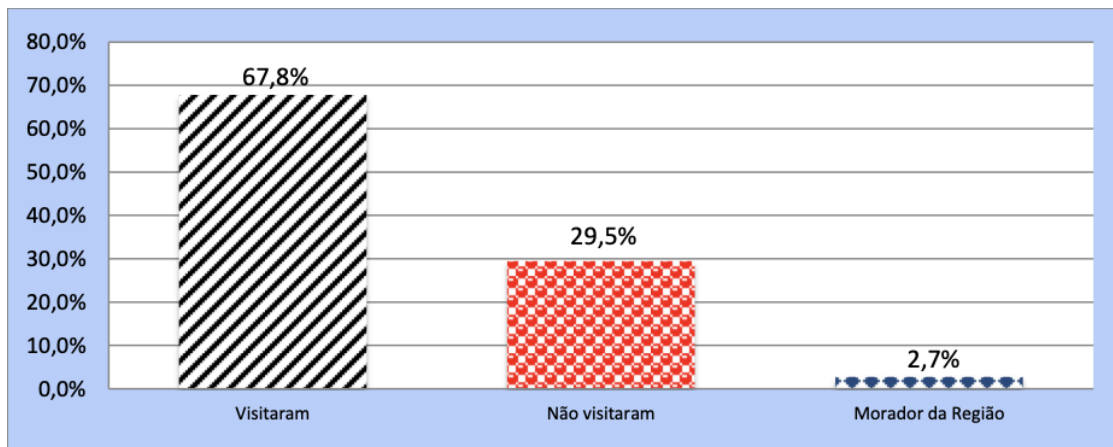
Figura 8 - Tipo de hospedagem o respondente utiliza nas viagens a Chapada dos Veadeiros.



Fonte: Pesquisa de Melhores Práticas de Sanitização para Receber os Turistas (2020).

Significativamente, 29,5% dos respondentes do estudo online ainda não visitaram a Chapada dos Veadeiros, representando um mercado potencial inexplorado de pessoas interessadas na região. Este dado sugere oportunidade de crescimento para empreendimentos que ofereçam experiências diferenciadas e de qualidade superior.

Figura 9 - Proporção de respondentes que visitaram a Região da Chapada dos Veadeiros.



Fonte: Pesquisa de Melhores Práticas de Sanitização para Receber os Turistas (2020).

4.2.2 Estudo dos Concorrentes

Os concorrentes da Casa Bruma podem ser divididos em duas categorias principais: pousadas e casas de temporada. Embora a região da Chapada dos Veadeiros ofereça diferentes formatos de hospedagem, este estudo concentra-se naqueles que apresentam perfil semelhante ao proposto pelo empreendimento — com foco em experiências autônomas, privacidade, conforto, imersão na natureza e partido arquitetônico diferenciado. Para compor a análise, foram selecionadas hospedagens localizadas na Chapada dos Veadeiros, com alto padrão de avaliação (nota igual ou superior a 4,85 nas plataformas digitais), que oferecem serviços e experiências alinhadas à proposta da Casa Bruma. A seguir, os principais concorrentes diretos:

Figura 10 - Concorrente A: Casa Ipê



Fonte: https://www.airbnb.com.br/rooms/1055932755635222712?source_impression_id=p3_1751488640_P3dGOogfi-VLvcGP&modal=PHOTO_TOUR_SCROLLABLE

Localização: São Jorge – GO, próxima ao acesso do Parque Nacional

Serviços ofertados (comodidades): Piscina aquecida, Wi-Fi, ar-condicionado, estacionamento, cozinha equipada, vista para montanhas e pôr do sol.

Estilo de acomodação: Casa moderna e minimalista, com arquitetura primorosa, para até quatro hóspedes.

Café da manhã: Não incluso

Média de preços: R\$ 1.886,00

Nota média: 5,00

Figura 11 - Concorrente B: Chalé Jardim do Alto



Fonte: https://www.airbnb.com.br/rooms/1145831231003594614?source_impression_id=p3_1751488713_P3YkCfeue19EKTot&modal=PHOTO_TOUR_SCROLLABLE&modalItem=1938939201

Localização: Zona rural, a 15 km de Alto Paraíso – GO

Serviços ofertados (comodidades): Vista panorâmica, Wi-Fi, TV com streaming, ar-condicionado, café da manhã incluso, redes de descanso, área de fogueira.

Estilo de acomodação: Chalé rústico-moderno e minimalista com janelas amplas e vista privilegiada.

Café da manhã: Incluso

Média de preços: R\$ 1.393,00

Nota média: 5,00

Figura 12 - Concorrente C: Experiência Casa-Céu



Fonte: https://www.airbnb.com.br/rooms/694683689681169482?source_impression_id=p3_1751492330_P3qQhWk9zxu68Sul&modal=PHOTO_TOUR_SCROLLABLE&modalItem=1749475299

Localização: Alto Paraíso de Goiás – GO, região central

Serviços ofertados (comodidades): Wi-Fi, ar-condicionado, jacuzzi externa, varanda com vista para as montanhas, cozinha equipada, área de trabalho, garagem privativa.

Estilo de acomodação: *Tiny house* elevada para até dois hóspedes, estilo minimalista requintado.

Café da manhã: Não incluso

Média de preços: R\$ 1.050,00

Nota média: 4,99

Figura 13 - Concorrente D: Cabana Átria



Fonte: https://www.airbnb.com.br/rooms/934147785760643499?source_impression_id=p3_1751488846_P3EVon17cno0phBa&modal=PHOTO_TOUR_SCROLLABLE&modalItem=1729196272

Localização: Zona rural, a 17 km de Alto Paraíso – GO

Serviços ofertados (comodidades): Wi-Fi, jacuzzi na varanda, ar-condicionado, área isolada com vista para montanhas, cozinha equipada.

Estilo de acomodação: Chalé moderno, minimalista e isolado, com alta privacidade, para até dois hóspedes.

Café da manhã: Opcional, pago à parte

Média de preços: R\$ 925,00

Nota média: 4,97

Figura 14 - Concorrente E: Casa Poema



Fonte: https://www.airbnb.com.br/rooms/699290946341060598?source_impression_id=p3_1751489148_P36wniurboIFeU2t&modal=PHOTO_TOUR_SCROLLABLE&modalItem=1480925586

Localização: Zona rural, a 12 minutos de Alto Paraíso – GO, próxima à Cachoeira Macaquinhos

Serviços ofertados (comodidades): Piscina aquecida, fogueira, deck com churrasqueira, vista para o vale, Wi-Fi, estacionamento, TV com streaming.

Estilo de acomodação: Casa moderna e minimalista requintada, composta por duas unidades: uma casa principal com área social e cozinha integrada a uma suíte, e uma casa anexa com duas suítes adicionais, liberadas conforme número de hóspedes.

Café da manhã: Incluso

Média de preços: R\$ 1.661,00

Nota média: 4,95

Figura 15 - Concorrente F: Cabana Lume



Fonte: https://www.airbnb.com.br/rooms/919651551969796836?source_impression_id=p3_1751499967_P3_ca0MrT0n1eKqL&modal=PHOTO_TOUR_SCROLLABLE&modalItem=1907110709

Localização: Alto Paraíso de Goiás – GO, próxima ao centro

Serviços ofertados (comodidades): Piscina aquecida privativa, Wi-Fi, TV com streaming, ar-condicionado, varanda com deck, estacionamento.

Estilo de acomodação: Cabana moderna em dois pavimentos, com acabamentos refinados e vista para bosque e montanhas.

Café da manhã: Não incluso

Média de preços: R\$ 1.120,00

Nota média: 4,85

Tabela 2 - Nota, preço e diferenciais de cada concorrente.

Hospedagem	Nota	Preço Médio (R\$)	Diferenciais
Casa Ipê	5.0	1.886	• Piscina aquecida • Conceito casa suspensa • Vista pôr do sol
Chalé Jardim do Alto	5.0	1.393	• Vista panorâmica • Café da manhã incluso • Área de fogueira
Casa-Céu	4.99	1.050	• Conceito tiny house • Jacuzzi externa
Cabana Átria	4.97	925	• Localização isolada • Jacuzzi na varanda • Vista livre das montanhas
Casa Poema	4.95	1.661	• Piscina aquecida com borda infinita • Arquitetura diferenciada • Café da manhã incluso
Cabana Lume	4.85	1.120	• Piscina privativa aquecida • Acabamento refinado

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

4.2.3 Estudo dos Fornecedores

A Casa Bruma terá como prioridade a contratação de fornecedores locais da região da Chapada dos Veadeiros, tanto para alimentos quanto para os demais insumos operacionais. A escolha por produtores e comerciantes da própria região visa garantir qualidade, reduzir custos logísticos e fortalecer a economia local.

Os alimentos utilizados terão sempre origem que preze pela qualidade e procedência confiável, com preferência por produtores da região identificados por meio de contato direto em feiras e pequenos comércios locais. Sempre que possível, haverá cultivo no próprio terreno para frutas, hortaliças e temperos de uso frequente.

Produtos como pães, bolos e itens de confeitaria serão adquiridos em parceria com uma padaria e confeitaria reconhecida da cidade, garantindo frescor e regularidade nas entregas. Já os materiais relacionados às *amenities* (como sabonetes, xampus e

condicionadores), bem como itens de lavanderia e limpeza, poderão ser adquiridos em lojas especializadas e entregues por correio, especialmente quando envolverem fornecedores de produtos específicos de maior qualidade de fora da região.

Optou-se por não criar total dependência de um único fornecedor por categoria, a fim de evitar riscos operacionais em casos de falha ou impossibilidade temporária no fornecimento. Ainda assim, parcerias de médio e longo prazo serão estimuladas, visando alcançar acordos mais competitivos e vantajosos em termos de custo e regularidade.

A seleção de todos os fornecedores será pautada por critérios como qualidade dos produtos, confiabilidade na entrega, bom custo-benefício e alinhamento com a proposta do empreendimento

4.2.4 Análise da Matriz FOFA

Com o objetivo de compreender de forma mais estratégica o ambiente onde a Casa Bruma será implantada, foi elaborada a Matriz FOFA, ferramenta que permite visualizar os principais fatores internos e externos que podem impactar positiva ou negativamente o desempenho do empreendimento.

Por meio da análise da matriz, foram identificadas as Forças e Fraquezas relacionadas à estrutura interna do negócio, bem como as Oportunidades e Ameaças oriundas do ambiente externo e do mercado de hospedagem na região da Chapada dos Veadeiros. A ferramenta possibilita uma reflexão aprofundada sobre os elementos que precisam ser potencializados e os que demandam atenção estratégica.

Quadro 1 - Matriz FOFA

Fatores Internos		Fatores Externos
Pontos Fortes	Forças	Oportunidades
	• Conceito arquitetônico diferenciado e sofisticado • Padrão de serviço superior em relação a concorrência • Atendimento de qualidade ao hóspede	• Crescimento turístico consistente na região do Parque Nacional • Demanda crescente por hospedagens de luxo na região • Plataformas digitais (Airbnb, redes sociais) como canais de marketing e vendas
Pontos Fracos	Fraquezas	Ameaças
	• Investimento inicial elevado para padrão proposto • Inexperiência dos sócios no setor hoteleiro • Terreno ainda não definido no momento do plano	• Flutuações econômicas podem afetar o público premium • Concorrência crescente • Sazonalidade do turismo na região • Riscos ambientais (queimadas)

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Entre os principais riscos identificados na Matriz FOFA, destacam-se o alto investimento inicial exigido pelo padrão construtivo proposto, a sazonalidade do turismo na Chapada dos Veadeiros, a concorrência crescente no setor de hospedagens alternativas, e possíveis alterações na legislação ambiental e turística que podem impactar o modelo de operação. Além disso, riscos ambientais como queimadas e secas prolongadas representam ameaças diretas à atratividade e funcionalidade do empreendimento.

4.3 PLANO DE MARKETING

Esta seção apresenta o plano de marketing da Casa Bruma, detalhando os serviços oferecidos, a estratégia de precificação e as formas de comunicação com o público-alvo. As definições aqui propostas foram baseadas na análise de mercado realizada anteriormente, considerando o perfil dos clientes, os concorrentes e os fornecedores locais. Também são descritos os canais de venda e divulgação, bem como

as ações planejadas para promover o empreendimento em alinhamento com sua proposta e localização

4.3.1 Descrição dos Serviços

Com a finalidade de atender aos visitantes da Chapada dos Veadeiros que buscam uma experiência de hospedagem mais privativa e autônoma, a Casa Bruma foi concebida para oferecer uma estrutura funcional e serviços essenciais voltados ao conforto e à praticidade do público-alvo. A operação será realizada sem recepção formal, com foco em autonomia, porém com equipe de apoio residente na casa anexa, disponível para eventuais necessidades.

a) Recepção: A Casa Bruma não possui recepção formal. O check-in é feito de forma autônoma pelo próprio hóspede, que recebe previamente as instruções de acesso à propriedade. A equipe de apoio, residente em casa anexa ao imóvel principal, permanece disponível para atendimento em caso de dúvidas ou intercorrências durante a estadia.

b) Hospedagem: A casa principal é destinada prioritariamente a casais e oferece: cama de casal, armário, luminária, poltrona, ar-condicionado, banheiro com espelho amplo, sabonete, xampu e condicionador, além de roupas de cama (lençóis, cobertor, edredom, fronhas) e roupas de banho (toalhas de corpo, rosto, tapetes e roupões). A área interna conta com sala de estar equipada com um grande sofá e televisão, integrada à cozinha equipada com utensílios, fogão, geladeira, adega, mesa de jantar e todos os itens necessários para preparo de refeições. Uma segunda casa anexa, com capacidade para até dois casais, será disponibilizada conforme demanda e tipo de reserva. Essa estrutura anexa é composta por dois dormitórios independentes, cada um com seu respectivo banheiro privativo, garantindo conforto e privacidade aos hóspedes adicionais.

c) Café da Manhã: Servido em forma de cesta entregue na mesa externa da casa pela manhã. A seleção inclui: pães variados, pão de queijo, bolo, geléias, frutas frescas (da estação), queijo, suco natural, iogurte natural, granola, aveia, leite e café. Restrições alimentares podem ser informadas no momento da reserva ou posteriormente, para ajustes na composição dos itens.

d) Manutenção da Unidade Habitacional: A equipe realiza limpeza superficial semanal da unidade, com arrumação, varrição e organização dos ambientes. As roupas de cama e banho são trocadas a cada quatro dias ou sob solicitação do hóspede. A reposição de materiais de higiene e utensílios ocorre conforme a necessidade.

e) Áreas de lazer: A área externa da Casa Bruma dispõe de piscina, churrasqueira, jardim, área para redes, espaço para fogueira e solário. A varanda conta com mesa de jantar externa multiuso.

4.3.2 Preços

A definição do preço da diária da Casa Bruma foi realizada com base em uma análise comparativa com os principais concorrentes da região da Chapada dos Veadeiros. Os empreendimentos selecionados apresentam média de preço de **R\$ 1.339,33** por diária para duas pessoas. Com o objetivo de posicionar-se de maneira competitiva no mercado e ampliar o alcance do empreendimento no período inicial de operação, optou-se por praticar um valor abaixo da média de mercado.

Dessa forma, o valor base da diária será de R\$ 1250,00 para duas pessoas, com acréscimo de R\$ 200,00 por hóspede adicional, até o limite máximo de seis hóspedes. A casa anexa será disponibilizada conforme o número de hóspedes indicados na reserva. Essa estrutura de precificação flexível visa atender diferentes perfis de clientes, ao mesmo tempo em que garante a viabilidade financeira do empreendimento.

Tabela 3 - Preços da Casa Bruma

Número de Hóspedes	Valor da Diária (R\$)
2 pessoas	1.250,00
3 pessoas	1.450,00
4 pessoas	1.650,00
5 pessoas	1.850,00
6 pessoas	2.050,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Observação: Em períodos de alta demanda, como feriados prolongados, festas regionais e temporada de férias, os valores das diárias poderão sofrer reajustes conforme a ocupação e o comportamento do mercado local. Promoções sazonais e descontos para estadias prolongadas também poderão ser aplicados conforme critérios definidos pela administração.

4.3.3 Estratégias Promocionais

As estratégias promocionais da Casa Bruma terão como foco principal os meios digitais, com destaque para as redes sociais e plataformas de hospedagem online. A divulgação será concentrada em canais como Instagram e campanhas impulsionadas no google, que são amplamente utilizados pelo público-alvo e permitem uma comunicação direta, visual e constante. A produção de conteúdo será voltada à apresentação da proposta de valor do empreendimento destacando diferenciais como privacidade, integração com a natureza e conforto.

Além disso, está prevista a criação de um site oficial com informações detalhadas sobre o espaço, tarifas, disponibilidade e formas de contato, bem como a integração com sistemas de reserva online. De forma complementar, a Casa Bruma buscará estabelecer parcerias com influenciadores do nicho de turismo e *lifestyle*, além de manter relacionamento com operadores turísticos da região da Chapada dos Veadeiros para ampliar o alcance e fortalecer sua rede de divulgação.

4.3.4 Estruturas de Comercialização

A comercialização das estadias na Casa Bruma será realizada por meio de diferentes canais integrados, com o objetivo de ampliar o alcance do empreendimento e facilitar o processo de reserva. Os principais meios utilizados serão as plataformas *Airbnb*, *Booking*, o perfil oficial da Casa Bruma no Instagram que constará link para direcionamento ao site próprio da hospedagem. Este último reunirá informações detalhadas sobre o conceito da hospedagem, estrutura, serviços e diferenciais, além de centralizar o processo de reservas permitindo também o contato direto via WhatsApp.

Também serão buscadas parcerias com agências de turismo e canais de divulgação local na região da Chapada dos Veadeiros, com o objetivo de diversificar os pontos de contato com o público e fomentar a visibilidade do empreendimento.

Cada canal adota sua própria política de pagamento e cancelamento, conforme as diretrizes específicas das plataformas. No site próprio, onde há maior controle do processo, a confirmação da reserva será condicionada ao pagamento de um sinal de 30% do valor total no momento da solicitação. Já que não existe repasse a intermediadores via plataforma própria, é possível trabalhar descontos a fim de aumentar a competitividade ao passo que se aumentam os ganhos.

O restante da reserva, correspondente a 70%, será pago no momento do check-in, podendo ser realizado via cartão de crédito, débito ou pix. Reservas feitas diretamente pelo site poderão ser canceladas até sete dias após sua confirmação, com reembolso integral do valor pago como sinal. Após esse prazo, o valor não será reembolsado. A confirmação da reserva com todas as demais informações relevantes será enviada por e-mail assim que o pagamento do sinal for identificado.

4.3.5 Localização

Embora o terreno exato para a implantação da Casa Bruma ainda não tenha sido definido, a área de interesse já foi delimitada. O empreendimento busca se estabelecer na região entre os municípios de Alto Paraíso de Goiás e São Jorge, estendendo-se também para áreas próximas a Colinas e Moinho. A escolha por essa localização estratégica baseia-se em diversos fatores relevantes para a proposta do negócio.

A região é caracterizada por forte apelo turístico, inserida em uma faixa de Cerrado marcada por paisagens de campos abertos, formações rochosas, rios, cachoeiras e montanhas. A proximidade com o Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros, localizado em São Jorge, é um diferencial importante pois se trata de um dos principais atrativos naturais do Brasil, reconhecido como Patrimônio Natural da Humanidade pela UNESCO.

Outro fator decisivo é a proximidade com Alto Paraíso de Goiás, município com infraestrutura de comércio, gastronomia e serviços voltados ao turismo. A Via

será de seis pessoas, sendo a ocupação padrão voltada para casais e pequenos grupos familiares. Não será permitida a adição de hóspedes extras além desse limite.

A casa anexa só será disponibilizada conforme o número de hóspedes da reserva, permitindo a gestão eficiente dos recursos e maior controle da operação. A unidade principal é mais ampla e completa, contando com cozinha equipada (fogão, forno, micro-ondas, coifa, geladeira, utensílios de cozinha), sala de jantar, sala de estar, banheiro com banheira e varanda privativa, além de ar-condicionado e iluminação funcional. As suítes da unidade anexa são independentes, com banheiro privativo, ar-condicionado, frigobar e varanda com vista para a vegetação.

Além das unidades voltadas aos hóspedes, o terreno contará com uma unidade anexa para equipe residente, com capacidade para até duas pessoas. A unidade possui configuração flexível, com os equipamentos básicos necessários para moradia: fogão, geladeira, cama, armário e banheiro funcional. A presença dessa unidade garante suporte diário às operações sem comprometer a privacidade dos hóspedes, além de contribuir para a sensação de segurança apesar do isolamento da propriedade.

A casa de suporte também contará com uma área de lavagem e serviços, equipada com máquina de lavar, tanque e utensílios de limpeza e organização, utilizada tanto para a manutenção das unidades quanto para o apoio às rotinas operacionais da equipe. A estrutura externa do empreendimento incluirá piscina, deck com mesa externa, área de redes, local para fogueira e espaço para café da manhã ao ar livre, servido diariamente por volta das 8h30. O check-in será a partir das 14h, e o check-out até 10h.

A Casa Bruma será implantada em um terreno com no mínimo 4 hectares — metragem mínima exigida para que o imóvel possua toda a documentação de registro necessária — o que também permite uma possível expansão futura, desde que sejam respeitados os critérios de privacidade e isolamento entre unidades, utilizando a vegetação nativa do Cerrado como barreira natural. A arquitetura adotará uma abordagem rústico-moderna, com uso de materiais naturais e estética integrada ao ambiente.

O estacionamento contará com três vagas cobertas e área descoberta adicional para outros veículos. Animais de estimação serão bem-vindos, desde que previamente comunicados no momento da reserva para devido preparo do espaço. Eventuais danos

causados pelos animais serão de responsabilidade do hóspede, estando sujeitos à aplicação de multa, conforme as regras de uso da propriedade.

4.4.2 Processos Operacionais

Os processos operacionais da Casa Bruma estão organizados de acordo com a proposta de hospedagem autônoma e privativa. Cada procedimento é conduzido por uma equipe residente no local, com atuação pontual e discreta, respeitando a autonomia dos hóspedes. A seguir, são descritas as principais rotinas operacionais:

a) Acolhimento e Check-in: O acolhimento se dá de forma remota. Após a confirmação da reserva, o hóspede recebe um conjunto de instruções por e-mail e WhatsApp, contendo orientações sobre o acesso à propriedade, uso dos ambientes e canais de suporte. O check-in é realizado pelo próprio hóspede, por meio de chave física deixada em local indicado ou tranca eletrônica com senha. A equipe responsável, que reside na casa anexa, permanece disponível para atendimento e resolução de eventuais demandas, sem contato direto obrigatório.

b) Café da Manhã: Como este serviço será servido exclusivamente na varanda do chalé principal, sua execução seguirá os seguintes procedimentos:

(1) Realizar o pré-preparo dos alimentos até as 08:00, garantindo que todos os itens estejam devidamente organizados e acondicionados na cesta; (2) Montar a cesta com os seguintes itens: pães, pão de queijo, bolo caseiro, frutas frescas, mel, aveia, granola, iogurte natural, torradas, manteiga, geleia, leite integral ou sem lactose, jarra com café e jarra com suco natural. A composição da cesta pode ser ajustada previamente em caso de restrições alimentares informadas no momento da reserva; (3) Levar a cesta até a varanda da casa principal, posicionando-a sobre a mesa externa, de forma discreta e sem contato direto com o hóspede; (4) A retirada da cesta será feita ao final do dia pela equipe de apoio, durante a rotina diária de vistoria e manutenção.

c) Manutenção da Unidade Habitacional: O serviço de manutenção será realizado pela equipe residente, com foco em manter a limpeza, organização e conforto dos ambientes. Os procedimentos seguirão a seguinte rotina:

(1) Realizar uma limpeza geral da casa uma a três vezes por semana conforme fluxo de reservas, incluindo a varrição e limpeza do chão, remoção de pó das superfícies, organização do espaço e arrumação da cama; (2) Efetuar a troca de roupas de cama e de banho a cada três dias ou mediante solicitação do hóspede, incluindo lençóis, fronhas, cobertores, edredons, toalhas de rosto, corpo, tapetes e roupões; (3) Vistoriar a casa ao final de cada estadia, verificando a integridade dos itens disponibilizados, o estado de conservação dos ambientes e a necessidade de reposição de insumos como sabonetes, shampoo e condicionador; (4) Em caso de permanência prolongada (mais de 4 dias), realizar uma limpeza intermediária conforme combinado previamente com o hóspede, respeitando a proposta de estadia autônoma e privativa do espaço.

d) Área Externa: A manutenção da área externa será realizada periodicamente, com foco na limpeza, organização e bom funcionamento dos espaços de uso comum. As atividades operacionais incluirão:

(1) Realizar a limpeza da piscina com frequência adequada para garantir a qualidade da água, especialmente antes da chegada de novos hóspedes e durante estadias prolongadas; (2) Limpar e organizar a área da churrasqueira, o deck externo, a mesa de jantar ao ar livre e as áreas de redes, ao fim de cada estadia assegurando que estejam prontas para uso do próximo hóspede; (3) Manter o jardim podado e as plantas irrigadas, com verificação semanal do estado da vegetação e corte da grama sempre que necessário; (4) Verificar o estado da fogueira e garantir que esteja limpa e segura para uso, providenciando lenha seca, caso esteja incluída no pacote; (5) Inspecionar toda a área externa ao final de cada estadia, identificando necessidades de manutenção ou reposição de mobiliário e itens de decoração.

4.4.3 Necessidade de Pessoal

Com base nos processos operacionais descritos anteriormente, identifica-se a necessidade de uma equipe enxuta e multifuncional para atender às rotinas do empreendimento. Considerando o modelo de hospedagem voltada para um público de casais e pequenos grupos, as funções serão inicialmente desempenhadas pelos próprios

sócios-empresendedores e pelos colaboradores residentes. Abaixo estão descritas as principais funções e atribuições:

- Função: Apoio geral e governança (residente)

Qualificação: Ensino médio completo, experiência com rotinas de limpeza, organização de ambientes e atendimento. Perfil proativo, cuidadoso e atencioso. Essa função envolve a limpeza e organização interna da unidade habitacional, o preparo e entrega do café da manhã, e o atendimento pontual aos hóspedes. Será desempenhada por um colaborador residente na casa anexa à propriedade.

- Função: Apoio externo (residente)

Qualificação: Experiência prévia em manutenção, jardinagem e organização de áreas externas. A função compreende o cuidado contínuo com o espaço externo da Casa Bruma, incluindo jardinagem, manutenção da piscina, limpeza da área de redes, fogueira, churrasqueira, deck e demais estruturas ao ar livre. Essa função também poderá ser desempenhada por um segundo residente na casa anexa.

- Função: Administração e gestão remota

Qualificação: Formação ou experiência em administração, com domínio de ferramentas de gestão de hospedagem (Airbnb, Booking, reservas diretas), comunicação com hóspedes, controle de fornecedores e organização financeira. Será desempenhada pelo sócio gestor de forma remota, com presença ocasional para acompanhamento geral do funcionamento do empreendimento.

4.5 PLANO FINANCEIRO

Esta seção apresenta uma projeção dos recursos financeiros necessários para a implantação da Casa Bruma, considerando investimentos iniciais, custos operacionais e estimativas de faturamento. Com base nesses dados, são calculados indicadores de viabilidade econômica, como VPL, TIR e Payback, que auxiliam na análise do retorno esperado e da sustentabilidade do empreendimento.

4.5.1 Investimento Inicial

O investimento inicial é o montante necessário para dar início às atividades do empreendimento e é composto por investimentos fixos, capital de giro e uma reserva financeira. Os investimentos fixos referem-se aos bens essenciais para o funcionamento da operação desde o início. Os investimentos fixos relativos à Casa Bruma podem ser visualizados na tabela seguinte:

Tabela 4 - Investimentos fixos.

Item	Quantidade	Valor Unitário (R\$)	Valor Total (R\$)
Terreno (4 hectares)	1	350.000,00	350.000,00
Construção - Casa Principal (90m²)	90	4.500,00	405.000,00
Construção - Edícula (60m²)	60	2.500,00	150.000,00
Construção - Casa de Apoio (50m²)	50	2.000,00	100.000,00
Piscina	1	50.000,00	50.000,00
Paisagismo	1	10.000,00	10.000,00
Total Construção/Construção			1.065.000,00
Cama Casal Premium (Casa Principal)	1	4.500,00	4.500,00
Camas Casal (Edícula)	3	2.500,00	7.500,00
Marcenaria Minimalista (Cozinha, Sala e Quartos)	1	35.000,00	35.000,00
Mesa de Jantar com Dois Bancos Longos	1	5.000,00	5.000,00
Mesa Menor para Varanda com 6 Cadeiras	1	3.500,00	3.500,00
Armário Suíte Principal com Cabideiro	1	2.000,00	2.000,00
Arara de Roupas com Banco para Malas (Edícula)	2	450,00	900,00
Sofá	1	6.000,00	6.000,00
Luminárias	10	500,00	5.000,00
Tapetes (Quartos e Sala)	4	1.000,00	4.000,00
Redes para Descanso (Varanda)	4	400,00	1.600,00
Espelhos Grandes (Banheiros)	3	1.000,00	3.000,00
Mobiliário e Decoração - Casa de Apoio	1	15.000,00	15.000,00
Peças de Arte de Artistas Locais	10	1.000,00	10.000,00
Total Mobiliário/Decoração			103.000,00
Jogos de Cama Premium	3	2.000,00	6.000,00
Almofadas Diversas	12	150,00	1.800,00
Toalhas Premium	18	80,00	1.440,00
Total Roupas de Cama/Banho			9.240,00
Jogo de Talheres Premium (6 pessoas)	1	450,00	450,00
Jogo de Copos Premium (6 pessoas)	1	230,00	230,00
Jogo de Café da Manhã em Cerâmica (6 pessoas)	1	1.000,00	1.000,00
Utensílios de Cozinha	1	3.000,00	3.000,00
Total Utensílios/Louças			17.160,00
TV 55"	1	5.000,00	5.000,00
Cooktop	1	2.000,00	2.000,00
Forno	1	3.000,00	3.000,00
Liquidificador	1	500,00	500,00
Sistema de Som Bluetooth	1	1.500,00	1.500,00
Geladeira	1	5.000,00	5.000,00
Coifa	1	2.500,00	2.500,00
Microondas	1	1.000,00	1.000,00
Ar Condicionados	5	3.000,00	15.000,00
Frigobares	2	1.500,00	3.000,00
Notebook	1	3.500,00	3.500,00
Telefone	1	2.500,00	2.500,00
Eletrodomésticos e Equipamentos - Casa de Apoio	1	8.000,00	8.000,00
Equipamentos para Lavanderia (Máquina de Lavar,	1	8.000,00	8.000,00
Total Eletrodomésticos/Equipamentos			60.500,00
Sistema de Energia Solar	1	30.000,00	30.000,00
Sistema de Captação de Água	1	12.000,00	12.000,00
Fechaduras Eletrônicas	1	3.000,00	3.000,00
Sistema de Câmeras	1	6.000,00	6.000,00
Kit Starlink (Internet)	1	2.400,00	2.400,00
Total Sistemas e Tecnologia			53.400,00

Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

Tabela 5 - Investimentos fixos.

Resumo por Categoria		Valor Total (R\$)
Terreno e Construções		1.063.000,00
Mobiliário e Decoração		103.000,00
Roupas de Cama e Banho		9.240,00
Utensílios de Cozinha		17.160,00
Eletrodomésticos e Equipamentos		60.500,00
Sistemas e Tecnologia		53.400,00
Total Geral		1.306.300,00

Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

O investimento em terreno e construções representa a maior parcela dos investimentos fixos da Casa Bruma. Neste projeto, foi considerada a aquisição de um terreno de 4 hectares com valor estimado de R\$ 350.000,00, valor médio consultado na principal imobiliária de Alto Paraíso.

As construções foram planejadas considerando três edificações distintas:

1. Casa Principal (90m²): Construção de alto padrão, com valor estimado de R\$4.500,00/m², totalizando R\$ 405.000,00. Este valor está alinhado com os padrões construtivos *premium* para a região, conforme pesquisa de mercado realizada em 2025.

2. Edícula (60m²): Construção complementar, com valor estimado de R\$2.500,00/m², totalizando R\$150.000,00. A edícula amplia a capacidade de hospedagem e oferece privacidade adicional para grupos maiores.

3. Casa de Apoio (50m²): Construção de padrão mais simples, com valor estimado de R\$2.000,00/m², totalizando R\$100.000,00. Esta edificação é fundamental para o modelo operacional proposto, permitindo a presença permanente de uma dupla de funcionários (preferencialmente um casal) responsáveis pela manutenção, limpeza, lavanderia e preparação do café da manhã para os hóspedes.

4.5.2 Capital de Giro

O capital de giro representa o valor necessário para garantir o funcionamento contínuo da Casa Bruma, mesmo em períodos de baixa ocupação. Ele cobre as despesas operacionais básicas (custos fixos) e garante que o empreendimento possa manter suas atividades regulares sem depender do faturamento imediato.

Tabela 6 - Custos fixos.

Item	Valor Mensal (R\$)
Internet Starlink	200,00
Energia (consumo mínimo)	600,00
Impostos Fixos	650,00
Seguro do Imóvel	700,00
Insumos para Café da Manhã	1.300,00
Salário dos Colaboradores	3.000,00
Encargos Trabalhistas	2.400,00
Total	8.850,00

Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

Tabela 7 - Capital de Giro

Custos Fixos	R\$ 8.850,00
Reserva (x6)	R\$ 53.100,00
Capital de Giro	R\$ 61.950,00

Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

4.5.3 Investimentos Pré-Operacionais

Os investimentos pré-operacionais compreendem todos os desembolsos financeiros realizados antes do efetivo início das atividades comerciais do empreendimento. No caso da Casa Bruma, estes recursos foram direcionados principalmente para a edificação das estruturas físicas, implementação de soluções sustentáveis, regularização legal e ações iniciais de comunicação e marketing.

A tabela abaixo apresenta a distribuição dos recursos aplicados na fase que antecede a operação do negócio:

Tabela 8 - Investimentos Pré-Operacionais

Item	Valor (R\$)
Projeto arquitetônico completo (plantas, detalhes)	25.000,00
Projeto de instalações (elétrica, hidráulica, esgoto)	5.000,00
Projeto de sustentabilidade (energia solar)	3.000,00
Total Projeto Executivo	33.000,00
Registro da empresa (contrato social, CNPJ)	500,00
Inscrição estadual e municipal	500,00
Alvará de funcionamento	500,00
Licença ambiental	1.000,00
Licença sanitária	400,00
Licença do corpo de bombeiros	600,00
Taxas e emolumentos diversos	300,00
Total Taxas	3.800,00
Desenvolvimento de identidade visual	3.500,00
Criação de website responsivo	4.000,00
Campanha inicial de marketing digital	1.000,00
Total Marketing	8.500,00

Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

O principal componente dos investimentos iniciais refere-se às edificações, que contemplam a construção de dois módulos de hospedagem e um espaço central de convivência, totalizando aproximadamente 190m². O projeto arquitetônico privilegiou técnicas construtivas adaptadas ao clima local e materiais que minimizam o impacto ambiental, resultando em um custo médio de R\$ 1.308,00 por metro quadrado.

Tabela 9 - Investimentos Pré Operacionais

Item	Valor (R\$)
Projeto executivo	33.000,00
Taxas para abertura	3.800,00
Divulgação	8.500,00
Total	45.300,00

Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

Os sistemas ecológicos representam o segundo maior investimento, englobando painéis fotovoltaicos, captação de águas pluviais, tratamento natural de efluentes e soluções de conforto térmico passivo, que apesar de elevarem o custo inicial, alinham-se à proposta de valor da Casa Bruma e reduzem despesas operacionais futuras. Complementarmente, os recursos foram direcionados à regularização (taxas de formalização, licenças ambientais e autorizações específicas para áreas rurais) e à comunicação, que abrange o desenvolvimento da identidade visual, website responsivo e presença nas principais plataformas digitais de hospedagem.

4.5.4 Investimento Total

O investimento total representa a soma de todos os recursos financeiros necessários para viabilizar a implementação e o início das operações da Casa Bruma. Este montante engloba três categorias fundamentais de investimento: os investimentos fixos, relacionados à infraestrutura física e equipamentos; o capital de giro, destinado a sustentar as operações iniciais; e os investimentos pré-operacionais, que contemplam os desembolsos realizados antes da abertura do empreendimento.

Tabela 10 - Investimento total.

Item	Valor (R\$)	%
Investimentos Fixos	1.306.300,00	92,41%
Capital de Giro	61.950,00	4,38%
Investimentos Pré-Operacionais	45.300,00	3,20%
Total	1.413.550,00	100,00%

Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

4.5.5 Estimativa de Faturamento

Para estimar o faturamento mensal da Casa Bruma, foi considerada a sazonalidade característica da região da Chapada dos Veadeiros, que apresenta padrões de visitação distintos ao longo do ano. O período de abril a setembro foi identificado como alta temporada, coincidindo com a época de seca na região, quando as condições

climáticas são mais favoráveis para atividades ao ar livre, trilhas e visitação às cachoeiras, principais atrativos turísticos locais.

Tabela 11 - Projeção de ocupação realista nos primeiros 12 meses.

Mês	Valor Diária (R\$)	Média de Diárias	Valor Mensal (R\$)
Janeiro	1.450,00	8	11.600,00
Fevereiro	1.450,00	12	17.400,00
Março	1.450,00	14	20.300,00
Abril	1.450,00	16	23.200,00
Maio	1.450,00	18	26.100,00
Junho	1.450,00	20	29.000,00
Julho	1.450,00	25	36.250,00
Agosto	1.450,00	20	29.000,00
Setembro	1.450,00	18	26.100,00
Outubro	1.450,00	14	20.300,00
Novembro	1.450,00	12	17.400,00
Dezembro	1.450,00	8	11.600,00
Total Anual			268.250,00

Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

O faturamento de cada mês no primeiro ano no cenário pessimista representa uma redução de 15% em relação ao faturamento mensal do cenário realista, enquanto o cenário otimista projeta um crescimento de 25% comparado aos valores do cenário realista.

Tabela 12 - Projeção de cenários nos primeiros 12 meses.

Mês	Pessimista (R\$)	Realista (R\$)	Otimista (R\$)
Janeiro	9.860,00	11.600,00	14.500,00
Fevereiro	14.790,00	17.400,00	21.750,00
Março	17.255,00	20.300,00	25.375,00
Abril	19.720,00	23.200,00	29.000,00
Maio	22.185,00	26.100,00	32.625,00
Junho	24.650,00	29.000,00	36.250,00
Julho	30.812,50	36.250,00	45.312,50
Agosto	24.650,00	29.000,00	36.250,00
Setembro	22.185,00	26.100,00	32.625,00
Outubro	17.255,00	20.300,00	25.375,00
Novembro	14.790,00	17.400,00	21.750,00
Dezembro	9.860,00	11.600,00	14.500,00
Total Anual	228.012,50	268.250,00	335.312,50

Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

4.5.5 Estimativa do Faturamento dos 4 anos seguintes

No cenário pessimista, projeta-se uma redução de 10% no faturamento anual. No cenário realista, estima-se um crescimento anual de 15%, enquanto no cenário otimista a previsão é de um aumento de 25% ao ano.

Tabela 13 - Projeção de cenários nos primeiros 12 meses.

Ano	Pessimista (R\$)	Realista (R\$)	Otimista (R\$)
1	228.012,50	268.250,00	335.312,50
2	205.211,25	308.487,50	419.140,63
3	184.690,13	354.760,63	523.925,78
4	166.221,11	407.974,72	654.907,23
5	149.599,00	469.170,93	818.634,03

Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

4.5.6 Custos Fixos e Variáveis

Com base nos itens mencionados anteriormente ao longo do trabalho, estimou-se o custo médio dos insumos utilizados para compor a cesta de café da manhã oferecida pela Casa Bruma. A cesta é pensada para duas pessoas e inclui: pães variados, pão de queijo, bolo caseiro, frutas frescas da estação, mel, aveia, granola, iogurte natural, torradas, manteiga, geleias, queijo, leite (integral ou sem lactose), além de uma jarra com café e outra com suco natural.

Tabela 14 - Projeção de cenários nos primeiros 12 meses.

Item	Custo Fixo (R\$)	Custo Variável (R\$)
Energia elétrica		1.200,00
Água		2.400,00
Insumos café da manhã		15.600,00
Material de limpeza		4.800,00
Internet	2.400,00	
Streamings	1.200,00	
Sócios (3)	100.000,00	
Contabilidade	6.000,00	
Marketing	7.200,00	
IPTU	3.500,00	
Total	120.300,00	24.000,00

Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

4.5.7 Projeção do Fluxo de Caixa

A projeção do fluxo de caixa foi elaborada contemplando os primeiros 12 meses de operação da Casa Bruma e pode ser visualizada no Apêndice correspondente. Para sua projeção, considerou-se o recebimento de receitas à vista, bem como o pagamento dos custos fixos e variáveis mensais. O valor estimado para o IPTU será quitado em parcela única anual, sendo contabilizado exclusivamente no primeiro mês de cada exercício fiscal.

4.5.6 Projeção do Demonstrativo de Resultados (DRE)

O Demonstrativo de Resultados do Exercício (DRE) referente ao primeiro ano de operação da Casa Bruma foi elaborado com base nas estimativas financeiras previamente apresentadas, considerando a aplicação de 24% de Imposto de Renda e 9% de Contribuição Social sobre o lucro.

Tabela 15 - Projeção dos cenários da DRE no primeiro ano de Pousada.

	Pessimista (R\$)	Realista (R\$)	Otimista (R\$)
Receita Total	228.012,50	268.250,00	335.312,50
(-) Custos Variáveis	20.400,00	24.000,00	30.000,00
(=) Lucro Bruto	207.612,50	244.250,00	305.312,50
(-) Custos Fixos	120.300,00	120.300,00	120.300,00
(=) Lucro Operacional	87.312,50	123.950,00	185.012,50
(-) Imposto de Renda	13.096,88	18.592,50	27.751,88
(-) Contribuição Social	7.858,13	11.155,50	16.651,13
(=) Lucro Líquido	66.357,50	94.202,00	140.609,50
Total Anual	66.357,50	94.202,00	140.609,50

Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

Para a elaboração da DRE no cenário pessimista, foram utilizados os valores projetados considerando um declínio de 15% ao ano na receita, ao longo dos primeiros 4 anos de operação da Casa Bruma. Mantiveram-se os percentuais de 24% para o Imposto de Renda sendo 9% para a Contribuição Social sobre o lucro. Observa-se, nesse cenário, uma redução gradual na Receita Total, reflexo direto da queda prevista na taxa de ocupação ano após ano.

Tabela 16 - Projeção da DRE no cenário pessimista dos 5 anos do empreendimento.

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita Total	228.012,50	193.810,63	164.739,03	140.028,18	119.023,95
(-) Custos Variáveis	20.400,00	17.340,00	14.739,00	12.528,15	10.648,93
(=) Lucro Bruto	207.612,50	176.470,63	150.000,03	127.500,03	108.375,02
(-) Custos Fixos	120.300,00	120.300,00	120.300,00	120.300,00	120.300,00
(=) Lucro Operacional	87.312,50	56.170,63	29.700,03	7.200,03	-11.924,98
(-) Imposto de Renda	13.096,88	8.425,59	4.455,00	1.080,00	-1.788,75
(-) Contribuição Social	7.858,13	5.055,36	2.673,00	648,00	-1.073,25
(=) Lucro Líquido	66.357,50	42.689,68	22.572,02	5.472,02	-9.062,98
Total Anual	66.357,50	42.689,68	22.572,02	5.472,02	-9.062,98

Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

Para a elaboração da DRE no cenário realista, foram utilizados os valores projetados com base em um crescimento anual de 25% na receita ao longo dos primeiros três anos de operação da Casa Bruma. Aplicaram-se as alíquotas de 24% para o Imposto de Renda e 9% para a Contribuição Social. Esse cenário considera uma expansão gradual na ocupação e faturamento, refletindo o potencial de consolidação do negócio no mercado local.

Tabela 17 - Projeção da DRE no cenário realista dos 5 anos do empreendimento.

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita Total	268.250,00	335.312,50	419.140,63	523.925,78	654.907,23
(-) Custos Variáveis	24.000,00	30.000,00	37.500,00	46.875,00	58.593,75
(=) Lucro Bruto	244.250,00	305.312,50	381.640,63	477.050,78	596.313,48
(-) Custos Fixos	120.300,00	120.300,00	120.300,00	120.300,00	120.300,00
(=) Lucro Operacional	123.950,00	185.012,50	261.340,63	356.750,78	476.013,48
(-) Imposto de Renda	18.592,50	27.751,88	39.201,09	53.512,62	71.402,02
(-) Contribuição Social	11.155,50	16.651,13	23.520,66	32.107,57	42.841,21
(=) Lucro Líquido	94.202,00	140.609,50	198.618,88	271.130,59	361.770,24
Total Anual	94.202,00	140.609,50	198.618,88	271.130,59	361.770,24

Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

Para a elaboração da DRE no cenário otimista, considerou-se um crescimento anual de 35% na receita a partir do primeiro ano de operação da Casa Bruma. As alíquotas aplicadas foram de 24% para o Imposto de Renda e 9% para a Contribuição

Social. Esse cenário reflete um desempenho acima do esperado, com alta demanda e boa aceitação do empreendimento no mercado.

Tabela 18 - Projeção da DRE no cenário otimista dos 5 anos do empreendimento.

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita Total	335.312,50	452.671,88	611.107,03	824.994,49	1.113.742,56
(-) Custos Variáveis	30.000,00	40.500,00	54.675,00	73.811,25	99.645,19
(=) Lucro Bruto	305.312,50	412.171,88	556.432,03	751.183,24	1.014.097,38
(-) Custos Fixos	120.300,00	120.300,00	120.300,00	120.300,00	120.300,00
(=) Lucro Operacional	185.012,50	291.871,88	436.132,03	630.883,24	893.797,38
(-) Imposto de Renda	27.751,88	43.780,78	65.419,80	94.632,49	134.069,61
(-) Contribuição Social	16.651,13	26.268,47	39.251,88	56.779,49	80.441,76
(=) Lucro Líquido	140.609,50	221.822,63	331.460,34	479.471,26	679.286,01
Total Anual	140.609,50	221.822,63	331.460,34	479.471,26	679.286,01

Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

4.5.8 Valor Presente Líquido (VPL)

O Valor Presente Líquido (VPL) representa a diferença entre o valor presente dos fluxos de caixa futuros e o investimento inicial, descontados pela Taxa Mínima de Atratividade (TMA). Esta métrica é fundamental para avaliar a viabilidade econômica de projetos de investimento, indicando se o empreendimento gera valor para o investidor.

Para o projeto da Casa Bruma, a análise do VPL foi realizada considerando a Taxa Mínima de Atratividade de 10,50% ao ano, baseada na taxa Selic vigente. Dado que o empreendimento constitui um investimento imobiliário de alto padrão em região de crescente valorização turística, foi incorporado à análise o valor residual do empreendimento, representando a valorização patrimonial esperada ao final do período de análise.

4.5.8.1 Metodologia de Cálculo

O cálculo do VPL seguiu a fórmula padrão (ASSAF, 2012):

$$NPV = \left[\sum_{t=1}^n \frac{FC_t}{(1+K)^t} \right] - \left[I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{I_t}{(1+K)^t} \right]$$

FC_t= fluxo de caixa líquido de cada período;

K= taxa de desconto do projeto, representada pela rentabilidade mínima requerida;

I₀= investimento processado no momento zero;

I_t= valor do investimento previsto em cada período subsequente.

4.5.8.2 Valorização Patrimonial

A valorização patrimonial foi calculada considerando o investimento em ativos fixos de R\$ 1.306.300,00, aplicando uma taxa conservadora de valorização de 7% ao ano durante o período de cinco anos. Esta taxa baseia-se no histórico de valorização imobiliária da Chapada dos Veadeiros, no crescimento do turismo na região e na escassez de propriedades similares.

$$\text{Valor Residual} = \text{R\$ } 1.306.300,00 \times (1,07)^5 = \text{R\$ } 1.832.153,33$$

Análise por Cenário

Cenário Pessimista

O cenário pessimista considera uma redução de 15% no faturamento a cada ano, resultando em fluxos de caixa decrescentes e prejuízo no quinto ano da operação.

Tabela 19 - VPL Cenário Pessimista com Valorização Patrimonial.

Ano	Fluxo Operacional	Valor Residual	Fluxo Total	Fator Desconto	Valor Presente
0	-R\$ 1.413.550,00	0,00	-1.413.550,00	1,00	-1.413.550,00
1	66.357,50	0,00	66.357,50	0,9050	60.053,54
2	42.689,68	0,00	42.689,68	0,8190	34.962,16
3	22.572,02	0,00	22.572,02	0,7412	16.729,53
4	5.472,02	0,00	5.472,02	0,6707	3.670,27
5	-9.062,98	1.832.153,33	1.823.090,35	0,6070	1.106.615,63
VPL TOTAL					-191.518,8638

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

O cenário pessimista apresenta VPL negativo de R\$ 191.509,64, indicando que, mesmo com a valorização patrimonial, este cenário não gera valor para o investidor. No entanto, a inclusão da valorização patrimonial reduz significativamente as perdas em comparação com a análise puramente operacional.

Cenário Realista

O cenário realista projeta crescimento de 15% no faturamento a cada ano, baseado nas tendências do mercado da região.

Tabela 20 - VPL Cenário Realista com Valorização Patrimonial

Ano	Fluxo de Caixa	Valor Residual	Fluxo Total	Fator Desconto	Valor Presente
0	-R\$ 1.413.550,00	0,00	-1.413.550,00	1,00	-1.413.550,00
1	94.202,00	0,00	94.202,00	0,9050	85.252,81
2	140.609,50	0,00	140.609,50	0,8190	115.156,94
3	198.618,88	0,00	198.618,88	0,7412	147.208,77
4	271.130,59	0,00	271.130,59	0,6707	181.856,74
5	361.770,24	1.832.153,33	2.193.923,57	0,6070	1.331.711,36
VPL TOTAL					447.636,6219

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

O cenário realista apresenta VPL positivo de R\$ 447.634,49, demonstrando que o projeto gera valor significativo para o investidor, confirmando sua viabilidade econômica.

Cenário Otimista

O cenário otimista considera crescimento de 25% no faturamento a cada ano, refletindo o potencial máximo de desenvolvimento do empreendimento.

Tabela 21 - VPL Cenário Otimista com Valorização Patrimonial

Ano	Fluxo de Caixa	Valor Residual	Fluxo Total	Fator Desconto	Valor Presente
0	-R\$ 1.413.550,00	0,00	-1.413.550,00	1,00	-1.413.550,00
1	140.609,50	0,00	140.609,50	0,9050	127.251,60
2	221.822,63	0,00	221.822,63	0,8190	181.669,19
3	331.460,34	0,00	331.460,34	0,7412	245.665,82
4	479.471,26	0,00	479.471,26	0,6707	321.598,10
5	679.286,01	1.832.153,33	2.511.439,34	0,6070	1.524.443,39
VPL TOTAL					987.078,1032

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

O cenário otimista apresenta VPL de R\$ 987.173,92, demonstrando excelente atratividade do investimento e confirmando o potencial de geração de valor do empreendimento.

4.5.9 Taxa Interna de Retorno (TIR)

A Taxa Interna de Retorno (TIR) é a taxa de desconto que iguala o valor presente dos fluxos de caixa futuros ao investimento inicial, resultando em um Valor Presente Líquido (VPL) igual a zero. Esta métrica permite avaliar a rentabilidade do projeto e compará-la com a Taxa Mínima de Atratividade (TMA).

Para o projeto Casa Bruma, utilizou-se como TMA a taxa Selic vigente de 10,50% ao ano. O cálculo da TIR foi realizado considerando os fluxos de caixa operacionais acrescidos da valorização patrimonial do empreendimento, uma vez que se trata de um investimento imobiliário de alto padrão em região de crescente valorização turística.

A valorização patrimonial foi estimada em 7% ao ano sobre o investimento em ativos fixos (R\$ 1.306.300,00), resultando em um valor residual de R\$ 1.832.153,33 ao final do quinto ano. Este valor foi incorporado ao fluxo de caixa do último período, representando o valor de venda estimado do empreendimento.

Tabela 22 - TIR em cada cenário

Cenário	TIR
Pessimista	7,13%
Realista	17,75%
Otimista	25,65%

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

A TIR da Casa Bruma apresenta-se positiva em todos os cenários analisados quando considerada a valorização patrimonial. No cenário pessimista, a TIR de 7,13% encontra-se abaixo da TMA de 10,50%, indicando rentabilidade insuficiente. Já nos cenários realista e otimista, com TIR de 17,75% e 25,65% respectivamente, o projeto supera significativamente a TMA, demonstrando alta atratividade do investimento.

Os resultados evidenciam que a viabilidade do projeto está intrinsecamente relacionada à valorização patrimonial do empreendimento, componente fundamental da rentabilidade total em investimentos imobiliários desta natureza.

4.5.10 Tempo de Recuperação do Capital (Payback)

Para o projeto Casa Bruma, o cálculo do payback foi realizado considerando o investimento inicial de R\$ 1.413.550,00 e os fluxos de caixa projetados para cada cenário ao longo de cinco anos. O método utilizado foi o payback descontado, que considera o valor do dinheiro no tempo através da aplicação de uma taxa de desconto de 10,5% ao ano, correspondente à Taxa Mínima de Atratividade (TMA) estabelecida.

Tabela 23 - Payback em cada cenário

Cenário	Payback
Pessimista	4,89 anos
Realista	3,78 anos
Otimista	2,95 anos

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

O payback da Casa Bruma apresenta-se favorável em todos os cenários analisados se considerada a valorização patrimonial, com recuperação do capital em período inferior a 5 anos até mesmo na projeção pessimista.

5 CONCLUSÃO

O presente plano de negócios teve como objetivo principal avaliar a viabilidade de construção e implantação de uma propriedade rural voltada ao turismo sustentável na região da Chapada dos Veadeiros, em Goiás. A análise do cenário turístico indica que, apesar da presença de concorrência estabelecida, há espaço para novos empreendimentos, especialmente diante da demanda crescente. Essa demanda se intensifica na alta temporada, concentrada no período seco, de abril a setembro, com pico em julho, quando coincidem as férias escolares e eventos culturais de relevância, como o Encontro de Culturas da Chapada dos Veadeiros. Nesse contexto, a diversidade natural e cultural da região reforça o potencial de um aproveitamento sustentável voltado à hospedagem.

A existência de empreendimentos com perfil semelhante representa um desafio competitivo, sobretudo no esforço de captar visitantes habituados a pousadas e hotéis convencionais. No entanto, os dados analisados sugerem o crescimento de um segmento interessado em experiências mais autênticas e em propostas de menor impacto ambiental — o que converge com os princípios da Casa Bruma. O projeto se propõe a oferecer hospedagem privativa em meio à natureza, com possibilidade de uso pessoal por parte dos sócios, o que confere ao imóvel uma dupla função: lazer e geração de receita.

O investimento estimado de R\$ 1.413.550,00 é significativo, mas torna-se mais viável ao considerar-se que parte relevante do capital será aportada por meio de patrimônio já existente, reduzindo o impacto de descapitalização. A propriedade a ser utilizada atualmente apresenta custo de manutenção sem retorno financeiro. Ao ser reconfigurada como unidade de hospedagem, passa a integrar um modelo que concilia uso pessoal e exploração econômica. A experiência prévia dos sócios investidores com incorporação imobiliária oferece respaldo adicional à execução do projeto.

Os indicadores financeiros obtidos no estudo apontam perspectivas favoráveis. Considerando uma valorização patrimonial média de 7% ao ano, o investimento demonstra retorno consistente tanto sob o ponto de vista econômico quanto prático. A

análise de viabilidade revelou uma TIR de 17,75% no cenário realista e 25,65% no cenário otimista, com payback estimado entre 2,95 e 4,89 anos.

Diante das evidências levantadas, conclui-se que o empreendimento possui viabilidade técnica, econômica e operacional. A proposta está alinhada a uma demanda emergente por hospedagens mais integradas ao ambiente natural e com menor escala, e os sócios demonstram condições para seguir com a execução do projeto. A Casa Bruma representa, portanto, uma alternativa viável dentro do contexto atual do turismo na Chapada dos Veadeiros, reunindo elementos que favorecem sua implantação com base em critérios de sustentabilidade, uso racional de recursos e valorização do patrimônio.

REFERÊNCIAS

- ASSAF NETO, A. **Estrutura e análise de balanços: um enfoque econômico-financeiro**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2015.
- BIAGIO, L. A. **Como elaborar o plano de negócios**. Barueri: Manole, 2013.
- BIAGIO, L. A.; BATOCCHIO, A. **Plano de negócios: estratégia para micro e pequenas empresas**. 2. ed. Barueri: Manole, 2012.
- CHIAVENATO, I. **Administração: teoria, processo e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Anhanguera, 2010.
- CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- CRESWELL, J. W. **Investigação qualitativa e projeto de pesquisa: escolhendo entre cinco abordagens**. 3. ed. Porto Alegre: Penso, 2014.
- CRUZ, B. C.; SILVA, R. V. O.; VENDRAME, F. C. **Plano de negócios e planejamento: sua importância para o empreendimento**. In: ENCONTRO CIENTÍFICO E SIMPÓSIO DE EDUCAÇÃO UNISALESIANO, 5., 2015, Lins – SP. Anais [...]. Lins: UNISALESIANO, 2015.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DORNELAS, J. C. A. **Plano de negócios: seu guia definitivo**. 3. reimp. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GITMAN, L. J. **Princípios de administração financeira**. 10. ed. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2004.
- GITMAN, L. J. **Princípios de administração financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.
- KOTLER, P. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.
- KOTLER, P. **Marketing para o século XXI**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Dirección de marketing**. Madrid: Pearson Educación, 2006.

LIMA, J. S. O planejamento estratégico como ferramenta de gestão. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, 2018. Disponível em: [10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/administracao/planejamento-estrategico](https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/planejamento-estrategico). Acesso em: 13 jun. 2025.

NAKAGAWA, M. **Ferramenta**: missão, visão, valores (clássico). 2014. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Missao-Visao-Valores.PDF. Acesso em: 13 jun. 2025.

OLIVEIRA, D. C. A importância do planejamento financeiro. **Revista Intellectus**, v. 20, p. 75-83, 2012.

OLIVEIRA, D. P. R. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia e práticas. 34. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

OLIVEIRA, J. S. et al. **Análise das maiores dificuldades enfrentadas pelos gestores no setor de governança**. 2014. Mestrado (Turismo) – Universidade do Estado do Amazonas. Disponível em: https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/analise_das_maiores_dificuldades.pdf. Acesso em: 13 jun. 2025.

PEREIRA, C.; LOPES, P. Plano de negócios. **Revista Episteme Transversalis**, v. 11, n. 1, 2020.

PEREIRA, M. F. **Planejamento estratégico**: teorias, modelos e processos. São Paulo: Atlas, 2010.

SALIM, C. S. **Construindo planos de empreendimentos**: negócios lucrativos, ações sociais e desenvolvimento local. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SANTOS, D. S.; SILVA, M. M. P. A importância do marketing empresarial para micro e pequenas empresas. **Revista FACIMA Digital - Gestão**, Maceió, v. 1, 2016.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: SEBRAE, 2012.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: SEBRAE, 2013.

SEBRAE. **Gostar de hospedar não é o bastante para empreender em hotelaria**. Recife: SEBRAE/PE, 2014. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/Perfil%20de%20negoci>. Acesso em: 13 jun. 2025.

SEBRAE. **Passo a passo para elaborar o plano de negócios de sua empresa.** 2019. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/passo-a-passo-para-elaborar-o-plano-de-negocios-de-sua-empresa,d7296a2bd9ded410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 13 jun. 2025.

SERTEK, P. **Empreendedorismo.** 4. ed. Curitiba: Ibpex, 2007.

SILVA, E. SÁ; MONTEIRO, F. **Empreendedorismo e plano de negócio [livro eletrônico].** Porto, 2013.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

WRIGHT, P.; KROLL, M. J.; PARNELL, J. **Administração estratégica: conceitos.** São Paulo: Atlas, 2000.

APÊNDICE

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total
Recebimentos													
Recebidos à vista	11.600,00	17.400,00	20.300,00	23.200,00	26.100,00	29.000,00	36.250,00	29.000,00	26.100,00	20.300,00	17.400,00	11.600,00	268.250,00
Receita Total	11.600,00	17.400,00	20.300,00	23.200,00	26.100,00	29.000,00	36.250,00	29.000,00	26.100,00	20.300,00	17.400,00	11.600,00	268.250,00
Pagamentos													
Custos Operacionais Variáveis													
Energia Elétrica	800,00	800,00	800,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	800,00	800,00	800,00	12.000,00
Água	160,00	160,00	160,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	160,00	160,00	160,00	2.160,00
Insumos Café da Manhã	1.300,00	1.300,00	1.300,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	22.800,00
Material de Limpeza	400,00	400,00	400,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	400,00	400,00	400,00	6.300,00
Total custos Ope. Variáveis	2.660,00	2.660,00	2.660,00	4.550,00	4.550,00	4.550,00	4.550,00	4.550,00	4.550,00	2.660,00	2.660,00	2.660,00	43.260,00
Custos Operacionais Fixos													
Internet	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
Sócios	3.333,00	3.333,00	3.333,00	3.333,00	3.333,00	3.333,00	3.333,00	3.333,00	3.333,00	3.333,00	3.333,00	3.333,00	39.996,00
Streamings	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
Contabilidade	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
Marketing	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00
IPTU	3.500,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.500,00
Total custos Ope. Fixos	8.233,00	4.733,00	4.733,00	4.733,00	4.733,00	4.733,00	4.733,00	4.733,00	4.733,00	4.733,00	4.733,00	4.733,00	60.296,00
Custo Total	10.893,00	7.393,00	7.393,00	9.283,00	9.283,00	9.283,00	9.283,00	9.283,00	9.283,00	7.393,00	7.393,00	7.393,00	103.556,00
Saldo de Caixa	707,00	10.007,00	12.907,00	13.917,00	16.817,00	19.717,00	26.967,00	19.717,00	16.817,00	12.907,00	10.007,00	4.207,00	