

# **ANÁLISE DA VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA DA IMPLANTAÇÃO DE UM ROTEIRO TURÍSTICO RURAL E ECOLÓGICO NO DISTRITO DE SANTO IZÍDRO EM SÃO NICOLAU - RS**

## ***ANALYSIS OF ECONOMIC AND FINANCIAL FEASIBILITY OF IMPLEMENTING A RURAL AND ECOLOGICAL SIGHTSEEING TOUR IN SANTO ISIDRO DISTRICT IN SÃO NICOLAU - RS***

**Alisson Braga Stallbaun**

Bel em Administração pela URI

E-mail: [astaadm@santoangelo.uri.br](mailto:astaadm@santoangelo.uri.br)

**William Jonny Ortaça Portela**

Bel em Administração pela URI

E-mail: [wporadm@santoangelo.uri.br](mailto:wporadm@santoangelo.uri.br)

**Rosane Maria Seibert**

Ms. em Administração PUC/RJ

Professora do Mestrado Profissional de Gestão Estratégica das Organizações da URI – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões.

E-mail: [rseibert@santoangelo.uri.br](mailto:rseibert@santoangelo.uri.br)

### **RESUMO**

O turismo rural e ecológico vem surgindo como alternativa para o desenvolvimento econômico de algumas regiões. Considerando que o distrito de Santo Izidro em São Nicolau – RS tem potencial para esta modalidade de turismo, o objetivo deste estudo foi analisar a viabilidade econômica e financeira para implantação de um roteiro de turismo rural e ecológico na comunidade de pescadores ribeirinhos do Rio Uruguai. Para tanto, realizou-se um estudo de natureza quantitativa descritiva. Inicialmente um estudo em bases secundárias foi realizado, seguido de uma pesquisa de campo com 100 possíveis clientes moradores da grande região das Missões. A relevância do estudo se dá por oportunizar ao empreendedorismo turístico uma forma objetiva de avaliar o investimento e constatar, com os resultados, a viabilidade econômica e financeira de implementação da proposta.

**Palavras –chave:** Análise de viabilidade econômica e financeira; roteiro turístico rural e ecológico.

### **ABSTRACT**

*The rural and ecological tourism is emerging as an alternative to the economic development of certain regions. Whereas the district of Santo Isidro in São Nicolau - RS has the potential for this type of tourism, the aim of this study was to analyze the economic and financial feasibility of implementing a roadmap for rural and ecological tourism in the coastal fishing community of the Uruguai River. To this end, we performed a quantitative descriptive study. Initially a study was conducted in secondary bases, followed by a field survey with 100 residents' prospects of large region of the Missions. The relevance of the study is given by the tourism entrepreneurship create opportunities an objective way to evaluate the investment and to find, with the results, the economic and financial feasibility of implementing the proposal.*

**Keywords:** *Analysis of economic and financial viability; route of ecological and rural tourism.*

## **1 Introdução**

O turismo é uma opção de desenvolvimento endógeno sustentável, pois consegue conjugar múltiplos subsídios fundamentais para o desenvolvimento econômico e cultural, local e regional (BNDES, 2000). Ele também se destaca como um dos setores socioeconômicos mais significativos do mundo, incluindo as viagens de negócios, para

estudos, religião, saúde, eventos, além das tradicionais viagens de férias e visitas a amigos e familiares (BENI, 2002).

Dentro de uma perspectiva estratégica de desenvolvimento rural não voltada somente à produção de larga escala, a diversificação do setor primário e o surgimento de atividades e serviços não agrícolas no meio rural, ocupam cada vez mais destaque no cenário produtivo das regiões. Dentre os serviços que estão sendo motivo de investimentos privados e apoio governamental, o turismo representa um forte apelo para empreendedores do campo (BENI, 2002).

A intenção de avaliar a implantação do roteiro turístico surge da necessidade de complementação da renda das famílias dos pescadores ribeirinhos do Rio Uruguai e a criação de alternativas à pesca tradicional, além de o município estar inserido na região das Missões Jesuítico-Guaranis, no interior do Rio Grande do Sul e já atrair visitantes. Sendo assim, a pergunta de pesquisa foi: “É viável econômica e financeiramente a implantação de um roteiro de turismo rural e ecológico na comunidade de pescadores ribeirinhos do Rio Uruguai membros da Associação de Pescadores de São Nicolau no Distrito de Santo Izidro no município de São Nicolau”? Para responder a pergunta se faz necessário que os indicadores de análise de investimentos sejam positivos, o que significa que o VPL – Valor presente líquido – deverá ser maior do que zero e que a TIR – Taxa interna de retorno – deverá ser maior do que o custo do capital.

Para tanto se buscou analisar os pontos fortes e fracos, as oportunidades e ameaças do mercado para a implantação do roteiro de turismo rural e ecológico; propor as principais características e atratividades do empreendimento, considerando a viabilidade técnica de transformação dos recursos em atrativos e das potencialidades existentes; elaborar os fluxos de caixa futuros do projeto de viabilidade de investimento; e analisar a viabilidade econômica e financeira da implantação do roteiro por meio dos métodos tradicionais de análise de investimentos e análise de cenários para minimizar o risco envolvido na proposta.

A proposta se justifica por oportunizar a permanência dos pescadores e das suas famílias no meio rural por meio da busca de complemento de renda que viabilize esta permanência e porque o trabalho alternativo é favorecido em razão dos recursos naturais apresentados na região.

O crescimento do turismo no meio rural com objetivos recreacionistas e de descanso vem sendo percebido como uma forma de obtenção de renda alternativa à da produção primária tradicional do campo, a qual tem dificuldades na manutenção de renda e de captação

de recursos. A mais forte percepção de que o campo, enquanto meio de vida, vem perdendo espaço na esteira do desenvolvimento globalizado são as taxas de permanência no campo e da migração para as áreas urbanas ocorridas nas últimas 5 décadas no Brasil.

Este trabalho foi desenvolvido junto aos pescadores ribeirinhos do Rio Uruguai membros da Associação de Pescadores de São Nicolau no Distrito de Santo Izidro no Município de São Nicolau-RS, com o objetivo de propor um roteiro de turismo rural e ecológico e analisar a viabilidade econômica e financeira da implantação do mesmo, além de oportunizar uma alternativa de renda aos pescadores que tem na atividade pesqueira sua principal fonte.

Nesse sentido, a organização social amplia sua relevância como ferramenta eficaz, não apenas de representação política fortalecendo determinadas classes e interesses, mas principalmente como estrutura adequada para minimização dos obstáculos para obtenção de renda e promoção do desenvolvimento local.

## **2 Revisão da literatura**

Antes de analisar a viabilidade econômica e financeira da implementação do roteiro turístico, se faz necessário apresentar alguns aspectos teóricos.

### **2.1 Turismo Rural e Ecológico**

O turismo rural é o uso ou aproveitamento turístico do entorno não urbano, atendendo-se às premissas do desenvolvimento sustentável, gerando efeitos positivos como a conservação do patrimônio e a proteção do meio. Incluindo a população local como atores culturais (com estilos de vida, linguagem, trabalho, arte e artesanato, crenças, etc.) e buscando promover a participação e o contato cultural, com a intencionalidade de valorizar as áreas rurais como algo mais do que produtoras de alimentos (ZDEPSKI, 2001).

O turismo rural é uma das alternativas mais promissoras para a diversificação das atividades no campo perante o risco, à incerteza e à exaustão dos fatores de produção tradicionais. A busca do campo constitui uma necessidade das populações concentradas em grandes centros urbanos, as quais tem se conscientizado que o contato com a natureza e com a vida simples, autêntica e peculiar do campo que viabilizam a recuperação de energias indispensáveis para o enfrentamento das dificuldades características da vida moderna (ZART e SANTOS, 2006).

Com relação ao turismo ecológico Beni (2007) diz que ele é o deslocamento de pessoas a espaços naturais delimitados e protegidos pelo Estado, de iniciativa privada ou controlados em parceria com associações locais e organizações não governamentais. Pressupõe sempre uma utilização controlada da área com uso sustentável de seus recursos naturais e culturais, por meio de estudos de impacto ambiental, estimativas da capacidade de carga e suporte do local, monitoramento e avaliação constante, com plano de manejo e sistema de gestão responsável. O turismo ecológico tem como objetivo promover o encontro das pessoas com a natureza de forma mais direta. Pode ser definido como uma prática de turismo de lazer, esportivo ou educacional, em áreas naturais, que se utiliza de forma sustentável dos patrimônios natural e cultural, incentiva a sua conservação, promove a formação de consciência ambientalista e garante o bem estar das populações envolvidas (SEBRAE, 2008).

Estas modalidades de turismo objetivam o atendimento de grupos menores e devem ser feitas de maneira especializada e individualizada. A interpretação ambiental, social e cultural são fatores importantes durante a experiência turística. Os empreendedores do turismo rural e ecológico são responsáveis por informar e conscientizar os turistas quanto à preservação e sustentabilidade do ambiente.

## **2. 2 Produto Turístico**

O produto turístico, segundo Ruschmann (apud OLIVEIRA, 2002, p.17), “é um conjunto de bens e serviços, unidos por relações de interação e interdependência, que o torna extremamente complexo”.

Oliveira (2002) ressalta que as singularidades do produto turístico o distinguem dos bens industrializados e do comércio, como também dos demais tipos de serviços, uma vez que se trata de um produto imaterial e intangível, cujo resíduo, é uma experiência vivencial, dessa forma não pode ser avaliado de acordo com seu tamanho, peso, formato ou cor. É apresentado aos consumidores potenciais por meio de descrições e fotos, e o que induz o cliente a sua compra são as promessas de satisfação (KOTLER e ARMSTRONG, 2007).

A maneira pela qual o produto é apresentado, ou a promessa é retratada, nas ações publicitárias e promocionais, é fundamental para a decisão de compra. A heterogeneidade da demanda faz com que as expectativas, sejam altamente diversificadas, tornando a sua apreciação sujeita às mais diversas interpretações. Para melhor entender o produto turístico, pode-se dividi-lo em três itens (OLIVEIRA, 2002):

As atrações: têm importância fundamental no processo de escolha da destinação. Refere-se ao ambiente cultural da propriedade ou região, ambiente natural e, eventualmente, eventos específicos.

As facilidades: não são importantes a ponto de se transformarem no motivo da viagem, mas sua ausência pode pesar negativamente na decisão final, principalmente quando propriedades ou regiões semelhantes são comparadas.

Os acessos: devem ser compostos por vias e meios de transporte disponíveis, para que os turistas possam se locomover até a destinação escolhida. São integrantes da infraestrutura do núcleo receptor e, normalmente, de responsabilidade do Poder Público.

De acordo com Oliveira, (2002, p. 22)

a formatação do turismo rural não significa a artificialização da ruralidade ou tampouco a criação de falsas realidades para 'enganar turista'. Trata-se tão-somente de formatar uma beleza pura e rústica em algo possível de ser consumido por pessoas com pouca ou nenhuma experiência no ambiente rural, mas ávidas por participar da rotina visitada.

O turismo no meio rural constitui-se numa forma de valorização do território, pois ao mesmo tempo em que depende da gestão do espaço rural para o seu sucesso, contribui para a proteção do meio ambiente e para a conservação do patrimônio natural, histórico e cultural do meio, além de beneficiar a população local direta e indiretamente envolvida com as atividades turísticas (CAMPANHOLA e GRAZIANO DA SILVA, 2000).

As características do campo são os motivadores do turismo e é imprescindível mantê-las em equilíbrio para que o próprio negócio possa ter continuidade. Essa manutenção é muito ampla, e está relacionada ao conceito de desenvolvimento sustentável. Os quatro elementos básicos que configuram a sustentabilidade (economia, cultura, sociedade e meio ambiente) têm no desenvolvimento turístico das áreas rurais uma dupla importância; ao mesmo tempo em que gera renda pelo desenvolvimento da atividade turística, há a conservação dos recursos e atrativos naturais e então, da sociedade e da cultura (BRAGA, 2009).

### **2. 3 Turismo e Desenvolvimento Regional**

De modo geral, o desenvolvimento tem sido considerado por muitos, meramente como desenvolvimento econômico que, de acordo com Souza (1997), é formado pelo crescimento econômico (mensurável por meio do crescimento do PIB) e pela modernização tecnológica que poderá ocorrer sem que haja a superação dos problemas sociais. O autor compreende o desenvolvimento sócio espacial

como um processo de superação de problemas e conquistas de condições culturais, técnico- tecnológicas, político-institucionais, espaços-territoriais propiciadoras de maior felicidade individual e coletiva, o desenvolvimento exige a consideração simultânea das diversas dimensões constituintes das relações sociais (cultura, economia, política) e, também, do espaço natural e social. (Souza, 1997, p.18-19).

O turismo constitui uma atividade de desenvolvimento econômico para a região, tanto pela atividade em si quanto pela dinamização de outras atividades que com ele interagem. A contribuição positiva para a melhoria da economia rural pode ser expressa através da diversificação das atividades ligadas à exploração agrícola e o desenvolvimento de novos serviços, manutenção, criação e diversificação de empregos, em particular dos agricultores, em tempo parcial; a sobrevivência de pequenos agregados populacionais; o apoio à arte e ao artesanato rural e a recuperação do patrimônio histórico (ZDEPSKI, 2001).

Freitas (2001, p.97) sugere que:

O Turismo Rural e seus desdobramentos em atividades produtivas, e por vezes em pequena escala, ajustam-se perfeitamente a esta proposta. Entre outros aspectos, ressaltamos os benefícios decorrentes da possibilidade de minimização de custos através da coletivização da infraestrutura adequada – tanto física quanto organizacional; gestão de estratégias integradas de marketing e inserção no mercado, incorporação de elementos diferenciadores de produtos e serviços.

Há a necessidade de infraestrutura para atender as necessidades do turismo, provendo assim, o desenvolvimento dessas atividades, como exemplo se tem a região Serrana do Rio Grande do Sul, que ao longo dos anos tem direcionado seus esforços à imagem das regiões turísticas europeias, atraindo um número crescente de turistas.

## **2.4 O processo empreendedor**

“O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais” (DORNELAS, 2005, p.39). Dessa forma, o empreendedor é aquele que percebe a oportunidade para implantar um negócio e ganhar dinheiro com ele. O processo empreendedor consiste em atividades e ações envolvidas com o processo de criação de algo novo, de valor, no comprometimento de tempo e esforço para fazer o negócio crescer e na capacidade para assumir os riscos e tomar as decisões necessárias (SEBRAE, 2008).

Ideias revolucionárias são raras e exigem um perfil mais arrojado do investidor, ou seja, um empreendedor deve tomar a iniciativa e correr riscos (SEBRAE, 2008). Por outro lado, concorrentes com certeza existirão, mas, no mercado do turismo, foco desse estudo, as atratividades dos roteiros devem servir para motivar as escolhas dos clientes (BENI, 2000).

O importante é transformar a ideia em um produto ou serviço. Dornelas (2005), afirma que uma ideia pode se transformar em oportunidade quando responder as algumas perguntas como: quais são os clientes que comprarão o produto/serviço da empresa? Qual o tamanho atual do mercado? O mercado está em crescimento, estável ou estagnado? Quem são os seus concorrentes? Se essas perguntas básicas iniciais não forem respondidas com dados concretos, tem-se apenas uma ideia e não uma oportunidade de investimento (DORNELAS, 2005 e WOILER e MATHIAS, 2008).

## **2.5 Plano de negócios**

Um projeto pode ser visto de várias formas: pode ser uma viagem, uma pesquisa ou um empreendimento. Eles são empreendimentos finitos, que têm objetivos claramente definidos em função de um problema, de uma oportunidade ou do interesse de uma pessoa ou organização (MAXIMIANO, 2010, p. 20). Já para Woiler e Mathias (2008, p. 14) “um projeto pode ser entendido como um conjunto de informações coletadas e processadas, de modo que simulem uma dada alternativa de investimento para testar sua viabilidade”.

Casarotto Filho (2011, p. 207) diz que, durante a elaboração do plano de negócios deve-se “analisar o ambiente externo da empresa para se identificar oportunidades e ameaças. Depois, analisa-se o ambiente interno para se verificar os pontos fortes e os pontos fracos”.

Mattar (2008) e Woiler e Mathias (2008) salientam que no estudo de mercado são obtidos elementos importantes, pois através do confronto entre demanda e oferta, se obtêm informações como: a região geográfica em que o produto poderá ser comercializado; o preço de venda que poderá ser praticado; os custos de comercialização e os estoques necessários nos canais de distribuição, que são elementos fundamentais na elaboração de um plano de negócios.

As empresas precisam conhecer o mercado em que atuam. Isso quer dizer conhecer a capacidade de consumo, a concorrência, o comportamento dos consumidores e se o produto ainda está competitivo. Com essas informações permite-se que a empresa antecipe os problemas e tenha condições de tomar decisões para manter seu valor de mercado (KOTLER e ARMSTRONG, 2007 e MATTAR, 2008).

Na continuidade da elaboração do plano de negócios têm-se os quadros financeiros e o principal deles é o fluxo de caixa. Ele é o instrumento financeiro que permite ao administrador monitorar a evolução das entradas e das saídas de dinheiro durante determinado período. Possibilita a adoção antecipada de medidas para assegurar a disponibilidade de

fundos para atendimento dos compromissos da empresa (ROSS, 2002; GITMAN e MADURA, 2003; HOJI, 2010 e CASAROTTO FILHO, 2011)

Para Martins (2011), mesmo que o empreendedor não seja o responsável pelas finanças do projeto, ele deve conhecer os controles financeiros básicos. O fluxo de caixa é um desses controles, uma ferramenta simples que apresenta, em uma linha de tempo, todas as receitas e despesas previstas para o projeto e cujo objetivo é demonstrar a liquidez do mesmo no período. O Fluxo de Caixa é a projeção baseada nas informações que se reuniu anteriormente. Basicamente o fluxo de caixa apresenta a soma das entradas, subtrai das saídas, apurando o resultado financeiro. Se as receitas forem maiores, haverá disponibilidade de recursos, do contrário a empresa necessitará de financiamento para cobrir suas despesas (GITMAN e MADURA, 2003 e HOJI, 2010).

Na composição do fluxo de caixa, é necessário considerar os investimentos iniciais que englobam os itens para abertura do negócio. Para isso, estima-se a quantidade de capital que o projeto exigirá no início e nos primeiros meses de atividades. Outro aspecto importante na elaboração do fluxo de caixa é a previsão das receitas. “A projeção das receitas decorre do estudo de mercado. A partir da análise do mercado e das projeções de vendas que serão determinadas as quantidades e o preço unitário de cada produto a ser vendido”. (WOILER e MATHIAS, 2008, p. 178). As receitas correspondem às vendas de mercadorias ou prestação de serviços. Ela é refletida no balanço através da entrada de dinheiro no caixa ou entrada em forma de direitos a receber (MARION, 2009).

Custos e Despesas referem-se a tudo aquilo que é utilizado para gerar receita. Os custos e as despesas representam aplicações ou usos de recursos que objetivam a obtenção de receitas de valor preferencialmente superior, de forma imediata ou futura. Eles podem ser classificados em relação à sistemática de cálculo adotada, de diversas formas, mas os principais são: custeio por absorção e custeio direto (WOILER E MATHIAS, 2008 e MARION, 2009).

Outros aspectos a considerar no fluxo de caixa são a depreciação e a tributação. Para Groppelli e Nikbakht (2010, p.42) “A depreciação é a distribuição ao longo de alguns anos, para propósitos contábeis e fiscais, do custo de aquisição de ativos imobilizados”, porém, ela não é um desembolso. Já a tributação pode ser feita sobre as vendas e sobre o lucro obtido, com desembolso em todos os períodos.

## **2. 6 Análise de investimentos**

As empresas, de modo geral, deparam-se constantemente com situações em que precisam decidir sobre qual o melhor investimento a ser executado, de forma que este maximize valor para ela (ROSS, 2002), portanto, depois de elaborado o fluxo de caixa do plano de negócios, deve ser feita a sua análise de viabilidade econômica e financeira (CASAROTTO FILHO, 2011).

Para Gitman e Madura (2003) o investidor deve avaliar toda a informação que possa afetar seus fluxos de caixa esperados, gerados pela taxa de retorno exigida, usada para descontar os fluxos de caixa. Essas informações podem ser divididas como pertencentes às condições econômicas, às condições setoriais, às condições globais, às condições de mercado ou às condições específicas de cada projeto.

Ross (2002), Woiler e Mathias (2008), assim como Casarotto Filho (2011) acreditam que o método do VPL - valor presente líquido é o melhor para avaliação de projetos de investimentos, principalmente por considerar todos os fluxos de caixa gerados pelo projeto e o valor do dinheiro no tempo. O período de retorno do investimento (*payback*), o retorno contábil médio, a TIR – taxa interna de retorno e o índice de lucratividade são outras formas clássicas de avaliação de investimentos. A TIR deve ser classificada acima do *payback* e da taxa de retorno contábil (LAPPONI, 2000). Na realidade, a TIR sempre leva à mesma decisão que o VPL quando as saídas iniciais de um projeto de investimentos independente são seguidas por uma série de entradas (CASAROTTO FILHO, 2011).

Para a decisão de investir, a conclusão deve ser de que quanto maior o retorno mais atrativo é o investimento dado o risco envolvido em qualquer alternativa que se apresente. Na oportunidade de investir, têm-se dois fatores atuando em sentidos opostos: Os retornos esperados atraem o investidor, e o risco, os afasta (ROSS, 2002, GITMAN e MADURA, 2003 e WOILER e MATHIAS, 2008). O risco envolvido é um fator importante a considerar na análise de investimentos. Carvalho (2002, p. 285) afirma que “o risco é um elemento indesejável para o investidor pelas consequências negativas que normalmente traz aos retornos do investimento. O dilema é que há decisões que precisam ser tomadas sob a égide do risco”. Para minimizar o risco, a proposta é que se faça uma análise de sensibilidade considerando cenários econômicos de recessão, de normalidade e de prosperidade, variando a probabilidade de acontecer cada um deles (LAPPONI, 2000 e CARVALHO, 2002).

## 2.7 Decisões de Financiamento

Outro fator importante na hora de decidir investir está em decidir quais serão as fontes de financiamentos e qual o grau de alavancagem do projeto (ROSS, 2002; GITMAN e MADURA, 2003 e WOILER e MATHIAS, 2008). Isso consiste na captação de recursos para o financiamento dos ativos correntes e não correntes, considerando-se a combinação adequada da estrutura de capital. As decisões de financiamento refletem-se nas atividades de investimentos, pois a alavancagem, se positiva, pode aumentar o retorno para os investidores, caso contrário, ela não deve ser feita (GITMAN e MADURA, 2003).

As fontes de financiamento designam o conjunto de capitais internos, como por exemplo a retenção de resultados e externos à organização – como empréstimos bancários, ou a busca por novos sócios, utilizados para financiamento dos investimentos realizados. Casarotto Filho (2011, p. 162) diz que: “políticas de negócios relativas à formação do capital, reinvestimento, novos aportes, endividamento e custo de empréstimos de longo prazo devem orientar a previsão de fontes e quantidade de recursos para financiar projetos”.

A estrutura de capital que consiste em recursos próprios e de terceiros para financiar o projeto, pode alavancar financeiramente a organização. “A alavancagem financeira é positiva quando a utilização de capital de terceiros produz uma rentabilidade do capital próprio maior do que a rentabilidade do investimento” (SANTOS, 2010, p. 105)

### **3 Metodologia**

Para delinear a pesquisa, utilizou-se a taxionomia apresentada por Vergara (2011), que classifica a pesquisa em dois aspectos.

Quanto aos fins, a pesquisa foi de natureza: descritiva, porque expôs características específicas do roteiro turístico proposto; explicativa, porque buscou tornar inteligível e justificar os motivos, além de esclarecer quais fatores contribuíram para a elaboração da proposta de implantação do roteiro turístico; e aplicada, pois a pesquisa foi motivada pela necessidade de estudar a viabilidade econômica e financeira do roteiro turístico no distrito de Santo Izidro.

Quanto aos meios, a pesquisa foi bibliográfica, quando foi feita a fundamentação teórica; a pesquisa de campo foi feita por meio da aplicação de questionário (MATTAR, 2008) à amostra (survey); e a pesquisa também foi um estudo de caso múltiplo (YIN, 2011), pois foi circunscrito a 4 propriedades rurais, tendo caráter de profundidade e detalhamento na proposição em estudo, onde a técnica de pesquisa utilizada foi a observação.

Os dados coletados foram tratados de forma quantitativa e sistematizados por meio da elaboração de um fluxo de caixa com a utilização do software *MakeMoney*. O questionário foi tabulado e os índices de análise de investimentos foram calculados para concluir pela viabilidade da proposta usando o software EXCEL (CORREIA NETO, 2011). Também foram tratados de forma qualitativa, através de análise de conteúdo (VERGARA, 2010), quando da interpretação dos questionários e quando da análise das fortalezas e fraquezas, das ameaças e oportunidades do roteiro turístico.

O estudo apresentou limitações na medida em que os pesquisadores escolheram a amostra para a realização da pesquisa de campo por acessibilidade, porém, julga-se que não houveram distorções significativas nos resultados (VERGARA, 2011).

### 3. 1 Definição da população e da amostra

A população para a survey foi prováveis turistas do turismo rural e ecológico. Considerou-se o somatório dos habitantes dos municípios que ficam a um raio de 70 km do local previsto para o roteiro turístico, ou seja municípios da grande região das Missões do RS. Ela abrangeu as populações dos municípios (IBGE 2010) de São Nicolau (5.727 habitantes); Dezesseis de Novembro (2.866 habitantes); Santo Antônio das Missões (11.210 habitantes); Garruchos (3.234 habitantes); Pirapó (2.757 habitantes); Roque Gonzales (7.203 habitantes); São Luiz Gonzaga (34.556 habitantes) e São Pedro do Butiá (2.873 habitantes); que totalizou 70.426 pessoas. A amostra foi extraída da população, considerando um erro amostral de 10% (BARBETTA, 2006).

$$n_0 = \frac{1}{E^2} = \frac{1}{0,10^2} = 100; \quad e \quad n = \frac{N \times n_0}{N + n_0} = \frac{70.426 \times 100}{70.426 + 100} = 100$$

Portanto a amostra foi de 100 pessoas residentes nesses municípios.

## 4 Resultados da pesquisa

O Roteiro de Turismo Rural e Ecológico Rio Uruguai-Missões foi formatado, inicialmente, por quatro propriedades rurais ribeirinhas pertencentes a pescadores membros da Associação de Pescadores de São Nicolau, escolhidas mediante a disposição de seus proprietários em participar do projeto. A seguir são apresentados os resultados obtidos pelos questionários, com análise qualitativa e, na sequência os resultados quantitativos, com a elaboração do fluxo de caixa projetado e análise da viabilidade econômica e financeira.

#### 4.1 Análise FOFA (SWOT) das propriedades rurais

A partir dos questionários e observações feitas identificou-se os pontos fortes formados pelas belezas naturais como o Rio Uruguai, a mata nativa que possibilita a criação de trilhas ecológicas, os animais do campo, riqueza histórica e cultural ligada as Missões e o modo de vida típico da população do interior, o que desperta muito interesse aos turistas.

Os pontos fracos identificados foram a infraestrutura incipiente para recebimento dos visitantes, péssimas condições das estradas e acessos às propriedades, baixo nível de escolaridade dos empreendedores, baixo nível de segurança por se tratar de região de fronteira e distante da cidade.

As oportunidades identificadas foram o potencial turístico da região muito pouco explorado, crescimento da procura de turistas por roteiros de turismo rural e ecológico, necessidade, por parte dos moradores dos grandes centros urbanos, de “fugir” do caos e do cotidiano conturbado das grandes cidades.

As ameaças identificadas foram a pouca capacidade de união e colaboração entre os moradores da região para oferecer atendimento de qualidade aos visitantes, pouco apoio do poder público, outras opções de roteiros turísticos, parques, balneários, entre outros, já existentes e com melhor infraestrutura, local distante das grandes cidades e pouco conhecido.

Constata-se que os empreendedores terão que vencer alguns desafios para viabilizarem a proposta de roteiro turístico devido as ameaças e pontos fracos, porém, existem fortalezas e oportunidades a serem exploradas que devem servir de motivação para o empreendimento turístico.

#### 4.2 Descrição das propriedades, dos produtos e serviços oferecidos no roteiro

As 4 propriedades rurais dispõem de área de mata nativa na costa do rio e área gramada, formando uma área de aproximadamente 40 hectares. Algumas propriedades têm cabanas para receber os turistas. Caracterizam-se por serem pequenas propriedades rurais, onde se desenvolvem atividades de pesca, pecuária e agricultura para subsistência. Todas possuem potencial para receber turistas em atividades de camping, passeios a cavalo, trilhas na mata, passeios de barco no rio, alimentação típica e hospedagem.

Os produtos e serviços ofertados na propriedade em estudo, são:

<b>Tabela nº 01: Produtos e serviços</b>		
PRODUTO	DESCRIÇÃO	Preço Venda
Hospedagem	Serão disponibilizados quartos com uma cama de casal e beliche, e banheiro coletivo, além de café da manhã	R\$ 50,00

	incluso no pacote.	
Camping	Será disponibilizado local para o turista acampar na costa do rio	R\$ 8,00
Passeio Náutico	Será feito em barco com capacidade para quatro pessoas com duração de vinte minutos se roteiro definido	R\$ 10,00
Passeio a cavalo	Passeio acompanhado por guia com duração de quinze minutos. Serão disponibilizados três cavalos para essa atividade	R\$ 4,00
Café da Manhã	Será disponibilizado aos turistas que optaram pelo serviço de camping e aos que chegarem no horário da manhã. Já está incluso no pacote da hospedagem	R\$ 7,00
Almoço	Comida típica da região.	R\$ 10,00
Jantar	Comida típica da região.	R\$ 11,00

Fonte: Dados da pesquisa

Atividades como banho no rio e passeio em trilhas na mata fazem parte da proposta, porém, não terão valor adicional para o turista.

#### 4.4 Perfil dos turistas

O questionário composto por questões de múltipla escolha, aplicado à amostra, possibilitou a coleta de informações sobre os hábitos e preferências dos potenciais turistas, a fim de se construir um cenário e projetar as vendas futuras.

As principais informações obtidas são apresentadas a seguir: 76% dos respondentes são homens; 28% estão na faixa etária entre 18 e 25 anos, 44% de 26 a 39 anos e 28% de 40 a 59 anos; 40% dos respondentes possui ensino médio e 18% possui mais do que ensino médio; 34% são agricultores, 9% estudantes e o restante distribuídos em profissionais liberais, empresários e funcionários da iniciativa privada.

A renda dos questionados está distribuída com 70% para renda até 5 salários mínimos; 67% tem até 3 pessoas na família; 52% viajam pelo menos uma vez por ano sendo que 49% viajam nas férias; 48% ficam até 5 dias fora e os demais até 10 dias; 61% viajam com a família; 52% vão de carro próprio; e 58% decidem viajar para locais que tenham atrativos naturais para visitar.

#### 4.5 Fluxo de caixa do projeto de investimento

Para a elaboração do fluxo de caixa do plano de negócios se fez necessário o levantamento dos investimentos iniciais – como necessidade de adequação da infraestrutura, das receitas – calculadas a partir dos preços dos produtos ofertados, dos custos e despesas – relacionados às atividades do turismo, considerando que o roteiro turístico funcionará durante

5 meses ao ano: janeiro, fevereiro, março, novembro e dezembro, por serem os meses quentes do ano nessa região. Também foi considerado um percentual de ociosidade e crescimento progressivo em cada um dos 5 anos projetados, horizonte do projeto, pois é período suficiente para recuperação do investimento inicial (LAPPONI, 2000 e WOILER E MATHIAS, 2008).

O fluxo de caixa apresentado a seguir (tabela nº 02) é referente a uma das quatro propriedades rurais e deve-se considerar que tanto o investimento quanto os resultados deverão ser replicados para cada uma das demais propriedades participantes no projeto. Além disso, este é o cenário esperado (LAPPONI, 2000) da proposta de investimento.

Para análise dos cenários otimista e pessimista (LAPPONI, 2000) foi considerada uma variação de mais 15% e menos 15%, para as receitas e impostos, respectivamente, mantendo-se os custos variáveis, demais custos e despesas nos mesmos valores.

#### **4.6 Análise do projeto de investimento**

Para analisar o investimento foram calculados os métodos tradicionais de análise de investimento (LAPPONI, 2000 e WOILER e MATHIAS, 2008). O VPL ficou em R\$ 52.153,58, considerando um custo de oportunidade de 12% ao ano – caracterizado pelo retorno esperado pelos empreendedores devido ao risco do projeto, significando que, para esse custo de oportunidade, o investimento é viável e renderá aos proprietários mais do que 12% ao ano, já que o VPL é maior do que zero.

Também se calculou o *payback* descontado (PBD) que informa quanto tempo é necessário para recuperar o investimento inicial. Esse tempo ficou em 3 anos, 6 meses e 26 dias, portanto, a recuperação do investimento inicial e o pagamento da remuneração desse capital acontece antes dos cinco anos projetados, tempo considerado limítrofe para a recuperação do capital nessa proposta (CASAROTTO FILHO, 2011).

Ainda, para concluir pela viabilidade do projeto, foi calculada a TIR, que ficou em 30,76%, superior ao custo do capital e o Índice de Lucratividade que é de 1,61 confirmando a viabilidade do projeto de implantação do roteiro turístico rural e ecológico no Distrito de Santo Izidro no município de São Nicolau, no interior do Rio Grande do Sul.

Com relação à análise de cenários obteve-se um VPL de R\$ 8.618,68 para o cenário pessimista ou de recessão e R\$ 95.688,50 para o cenário otimista ou de prosperidade. Mantendo-se assim, a proposta com probabilidade de acontecer um VPL positivo num intervalo variando de 8.618,68 até 95.688,50, confirmando a viabilidade de investimento, mesmo em momento de crise econômica (LAPPONI, 2000).

**Tabela nº 02: Projeção do Fluxo de Caixa do projeto**

	Descrição	Até 31-12-12	TOT. ANO I	TOT. ANO II	TOT. ANO III	TOT. ANO IV	TOT. ANO V	TOTAL
<b>1</b>	<b>TOTAL ENTRADAS</b>		<b>74.035,00</b>	<b>81.226,00</b>	<b>84.776,00</b>	<b>90.697,00</b>	<b>133.280,42</b>	<b>464.014,32</b>
1,1	Receita de Vendas / Serviços		74.035,00	81.226,00	84.776,00	90.697,00	97.055,00	427.789,00
	Valor Residual						36.225,42	36.225,42
<b>2</b>	<b>TOTAL SAÍDAS</b>	<b>(85.665,32)</b>	<b>(46.770,09)</b>	<b>(49.494,38)</b>	<b>(52.217,57)</b>	<b>(55.225,54)</b>	<b>(58.448,25)</b>	<b>(262.155,83)</b>
<b>2,1</b>	<b>DESPESAS com PRODUÇÃO</b>		<b>(25.034,90)</b>	<b>(26.791,80)</b>	<b>(28.666,37)</b>	<b>(30.670,80)</b>	<b>(32.818,71)</b>	<b>(143.982,58)</b>
2,1,1	Compras/Insumos		(25.034,90)	(26.791,80)	(28.666,37)	(30.670,80)	(32.818,71)	(143.982,58)
<b>2,2</b>	<b>DESPESAS com PESSOAL</b>		<b>(8.320,46)</b>	<b>(8.902,89)</b>	<b>(9.526,09)</b>	<b>(10.192,91)</b>	<b>(10.906,42)</b>	<b>(47.848,77)</b>
2,2,1	Pessoal Produção		(6.465,00)	(6.917,55)	(7.401,78)	(7.919,90)	(8.474,30)	(37.178,53)
2,2,5	Encargos Sociais		(1.855,46)	(1.985,34)	(2.124,31)	(2.273,01)	(2.432,12)	(10.670,24)
<b>2,3</b>	<b>DESPESAS ADMINISTRATIVAS</b>		<b>(10.083,15)</b>	<b>(10.144,52)</b>	<b>(10.210,19)</b>	<b>(10.280,46)</b>	<b>(10.355,64)</b>	<b>(51.073,96)</b>
2,3,2	Marketing e Publicidade		(2.066,40)	(2.066,40)	(2.066,40)	(2.066,40)	(2.066,40)	(10.332,00)
2,3,4	Manutenção & Conservação		(3.600,00)	(3.600,00)	(3.600,00)	(3.600,00)	(3.600,00)	(18.000,00)
2,3,6	Água, Luz e Telefone		(2.100,00)	(2.100,00)	(2.100,00)	(2.100,00)	(2.100,00)	(10.500,00)
2,3,7	Outras Despesas		(2.316,75)	(2.378,12)	(2.443,79)	(2.514,06)	(2.589,24)	(12.241,96)
<b>2,4</b>	<b>INVESTIMENTOS</b>	<b>(85.665,32)</b>						<b>(85.665,32)</b>
2,4,02	Instalações	(54.166,50)						(54.166,50)
2,4,04	Máquinas, móveis e Utens.	(18.294,35)						(18.294,35)
2,4,06	Veículos	(4.415,82)						(4.415,82)
2,4,09	Outros	(8.788,65)						(8.788,65)
<b>2,5</b>	<b>DESPESAS TRIBUTÁRIAS</b>		<b>(3.331,58)</b>	<b>(3.655,17)</b>	<b>(3.814,92)</b>	<b>(4.081,37)</b>	<b>(4.367,48)</b>	<b>(19.250,52)</b>
2,5,1	Impostos a Pagar		(3.331,58)	(3.655,17)	(3.814,92)	(4.081,37)	(4.367,48)	(19.250,52)
<b>3</b>	<b>FLUXO DO PERÍODO</b>	<b>(85.665,32)</b>	<b>27.264,91</b>	<b>31.731,62</b>	<b>32.558,43</b>	<b>35.471,46</b>	<b>74.832,17</b>	<b>116.193,27</b>
<b>4</b>	<b>Saldo Acumulado de Caixa</b>	<b>(85.665,32)</b>	<b>(58.400,41)</b>	<b>(26.668,79)</b>	<b>5.889,64</b>	<b>41.361,10</b>	<b>116.193,27</b>	
<b>5</b>	<b>Valor Presente</b>	<b>(85.665,32)</b>	<b>24.343,67</b>	<b>25.296,25</b>	<b>23.174,45</b>	<b>22.542,75</b>	<b>42.461,78</b>	<b>52.153,58</b>
<b>6</b>	<b>Valor Presente Líquido</b>	<b>(85.665,32)</b>	<b>(61.321,65)</b>	<b>(36.025,40)</b>	<b>(12.850,95)</b>	<b>9.691,80</b>	<b>52.153,58</b>	

Fonte: Dados da pesquisa.

## 5 Observações Finais

Com a realização deste estudo foi possível conhecer os pescadores ribeirinhos do Rio Uruguai suas atividades e o potencial turístico da região e se procurou fazer um projeto com o intuito de agregar valor e renda aos pescadores. Percebe-se que a análise econômica e financeira é uma ferramenta imprescindível para qualquer empreendimento no qual se queira garantir o sucesso da implantação de um negócio.

De acordo com os resultados desse estudo pode-se afirmar que a implementação do roteiro de turismo rural e ecológico é viável econômica e financeiramente. Com a aplicação dos métodos de avaliação de investimentos obteve-se os seguintes resultados: a taxa interna de retorno, foi de 30,76%, bem superior ao custo de capital de 12%; O valor presente líquido foi de R\$ 52.153,58, demonstrando que depois de cobrir os custos gerais do projeto e os custos de capital ainda resta um valor considerável aos investidores; Além disso, o índice de lucratividade foi de 1,61, o que significa que para cada R\$ 1,00 investido há um retorno de R\$ 0,61 e o PBD – Tempo de retorno do investimento ficou em 3 anos, 6 meses e 26 dias, tempo considerado baixo pois o turismo tende a ser de longo prazo na região. Todos esses resultados demonstraram a viabilidade econômica e financeira da proposição de implantação do roteiro de turismo rural e ecológico no distrito de Santo Isidro, sendo essa a recomendação feita aos investidores.

Deixou-se de considerar neste estudo a possibilidade de coletivização da infraestrutura, optando-se por sua replicação nas propriedades para facilitar a elaboração do fluxo de caixa do plano de negócios. Também ficaram ao lado os impactos ambientais que podem ser gerados, porém, ambos podem ser foco de estudos futuros.

Este estudo apresenta uma oportunidade de investimento como alternativa de renda complementar que pode ser explorado por outras localidades com características semelhantes, porém, a projeção dos resultados deste estudo é específica para esta localidade considerando as características dessa região. Além disso, cabe aos governos municipal e estadual estimular esse tipo de atividade, já que ela é parte integrante da região das Missões do Estado do RS, onde o turismo histórico é relevante e bem desenvolvido.

## Referências Bibliográficas

BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística aplicada às Ciências Sociais**. 6 Ed. Florianópolis: Ed. UFSC, 2006.

BNDES. **Turismo ecológico: Uma atividade sustentável**. 2000. Retirado de: [http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/setorial/get4is10.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/setorial/get4is10.pdf) . Acesso em 02/01/2014.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 13. ed. São Paulo: SENAC, 2007.

BRAGA, Célia. **Contabilidade Ambiental: Ferramenta para a Gestão da Sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2009.

CAMPANHOLA, C. & GRAZIANO DA SILVA, J. **O agroturismo como nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro**. In: Joaquim Almeida; Mário Riedl. (Org.). **Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. Bauru: Ed. Sagrado Coração, 2000.

CARVALHO, Juracy Vieira de. **Análise econômica de Investimentos**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

CASAROTTO FILHO, Nelson. **Elaboração de Projetos Empresariais**. São Paulo: Atlas, 2011.

CORREIA NETO, Jocildo Figueiredo. **Excel para profissionais de finanças**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em negócios**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FREITAS, Márcio Lopes de. **Turismo Rural: pertinência e aplicabilidade da experiência cooperativa na promoção do desenvolvimento rural**. In: Congresso Brasileiro de Turismo Rural, 4, 2003, Piracicaba. **Anais**. Piracicaba: FEALQ. 2001. 95-104.

GITMAN, Lawrence Jeffrey e MADURA, Jeff. **Administração Financeira: Uma Abordagem Gerencial**. São Paulo: Addison Wesley, 2003.

GROPPELLI, A.A. NIKBAKHT, Ehsan. **Administração Financeira**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

HOJI, Masakazu. **Administração Financeira e Orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial**. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

IBGE Dados populacionais das cidades. Retirado de <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel>. Acesso em 05.09.2011.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

LAPPONI, Juan Carlos. **Avaliação de projetos de investimentos**. São Paulo: Ed. Lapponi, 2000.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Empresarial**. 15 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTINS, Carlos. **Plano de Negócios**. Disponível em: <<http://www.carlosmartins.com.br/bizplan/bizplan21.htm>> Acesso em 19 mar.2011.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de Marketing**. 4 Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Administração de Projetos**. São Paulo: Atlas, 2010.

ROSS, Stephen A. **Administração Financeira**. São Paulo: Atlas, 2002.

SANTOS, Edno Oliveira dos. **Administração financeira da pequena e média empresa**. 2 Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SEBRAE. **Cadeia produtiva do turismo. Cenários econômicos e estudos setoriais**. Recife: SEBRAE, 2008.

SOUZA OLIVEIRA, Cássio Garkalns. **Viabilidade e sustentabilidade do Turismo Rural**. Brasília: SESCOOP, 2002.

SOUZA, Marcelo. J. L. de. **Como pode o turismo contribuir para o desenvolvimento local?** In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e Desenvolvimento Local**, 1997, São Paulo. **Anais**. São Paulo: Hucitec, 1997. 17-22.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2010

VERGARA Silvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 13. Ed. São Paulo: Atlas, 2011.

WOILER, Samsão; MATHIAS, Washington Franco. **Projetos: planejamento, elaboração, análise**. 2.Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

YIN, Robert. **Estudo de caso**. São Paulo: Atlas, 2011.

ZART, Laudemir Luiz; SANTOS, Josivaldo Constantino dos. **Educação e sócio-economia solidária**. Cáceres-MT: Editora Unemat, 2006.

ZDEPSKI, Fabíola Bevervanço. **Aspectos determinantes da oferta para o desenvolvimento do Turismo Rural**. In: Congresso Brasileiro de Turismo Rural, 3, 2001. **Anais**. Piracicaba: FEALQ, 2001. 155-60.