



**MESTRADO EM**  
**CIÊNCIAS EMPRESARIAS**  
**TRABALHO FINAL DE MESTRADO**

**TRABALHO DE PROJETO**

**PLANO DE NEGÓCIOS “QUINTA DO VALE” –**  
**TURISMO EM ESPAÇO RURAL**

**CATARINA ALEXANDRA PIRES MARTINS**

**OUTUBRO 2024**



**MESTRADO EM**  
**CIÊNCIAS EMPRESARIAS**  
**TRABALHO FINAL DE MESTRADO**

**TRABALHO DE PROJETO**

**PLANO DE NEGÓCIOS “QUINTA DO VALE” –**  
**TURISMO EM ESPAÇO RURAL**

**CATARINA ALEXANDRA PIRES MARTINS**

**ORIENTADO POR:**

**PROFESSOR DOUTOR PEDRO VERGA MATOS**

**OUTUBRO 2024**

## Resumo

No seguinte trabalho de projeto foi elaborado um plano de negócios para a criação de um Alojamento de Turismo Rural No Parque Natural da Serra da Estrela, mais precisamente em Famalicão da Serra, no concelho da Guarda. A “Quinta do Vale” pretende ser sustentável e economicamente rentável, valorizando a proteção e preservação da natureza e das tradições locais.

O trabalho projeto foi estruturado conforme a metodologia proposta por Harvard (2007). Inicialmente, foi elaborada uma revisão de literatura onde foram apresentados os conceitos de plano de negócios, empreendedorismo, turismo, turismo rural e Teoria da Mudança. Posto isto, foi elaborada uma exposição de dados relativamente ao estado do sector do turismo em Portugal, comparando sempre os dados de 2022 com a época Pré-covid19 (2019), como forma de observar a evolução do turismo. Foram ainda elaborados um plano de marketing e um plano operacional e pessoal.

Por último, foi elaborada a análise financeira do projeto, com um Excel desenvolvido pela empreendedora, com o apoio do orientador. Após a análise financeira, verifica-se que o projeto apresenta um VAL de 25.203,48€ para uma TIR de 10%, e um Payback de 7 anos, sendo que o resultado líquido é positivo em todos os anos, exceto no primeiro ano do projeto.

Palavras-Chave: Empreendedorismo; Plano de Negócios; Turismo Rural; “Quinta do Vale”

## Abstract

In the following project work, a business plan was drawn up for the creation of a Rural Tourism Accommodation in the Serra da Estrela Natural Park, more precisely in Famalicão da Serra, in the municipality of Guarda. Quinta do Vale' aims to be sustainable and economically profitable, while valuing the protection and preservation of nature and local traditions.

The project was structured according to the methodology proposed by Harvard (2007). Initially, a literature review was carried out in which the concepts of business plans, entrepreneurship, tourism, rural tourism and the Theory of Change were presented. This was followed by a presentation of data on the state of the tourism sector in Portugal, always comparing data from 2022 with the pre-covid19 era (2019), as a way of observing the evolution of tourism. A marketing plan and an operational and personnel plan were also drawn up in order to produce the most accurate financial analysis possible.

Finally, the project's financial analysis was drawn up using an Excel spreadsheet developed by the entrepreneur with the support of her supervisor. After the financial analysis, it can be seen that the project has an NPV of €25,203.48 for an IRR of 10%, and a Payback of 7 years, with the Net Results being positive in all years except the first year of the project.

Keywords: Entrepreneurship; Business Plan ;Rural Tourism ; 'Quinta do Vale'

## Agradecimentos

Quero agradecer ao Professor Pedro Verga Matos pela disponibilidade e por toda a orientação ao longo deste trabalho final de mestrado.

Para além disso, quero agradecer a minha família, em especial aos meus pais que me demonstraram total apoio para que concluísse a dissertação, incentivando-me a entregar a mesma no tempo devido.

Agradecer também aos meus amigos, por me incentivarem sempre a concluir a dissertação e por estarem sempre disponíveis a ajudar.

E por último agradecer aos meus colegas de trabalho, por todo o incentivo que me deram e pela compreensão demonstrada ao longo deste ano.

# Índice

1.Introdução.....	1
2. Revisão de Literatura.....	1
2.1. Empreendedorismo .....	1
2.2. Plano de negócios.....	3
2.3. Turismo .....	4
2.4. Turismo Rural.....	6
2.5. Teoria da Mudança – Análise de Impacto .....	8
3. Metodologia .....	9
4. Descrição do Negócio.....	10
4.1. Sumário Executivo .....	10
4.2. História da Empresa e Promotores .....	11
4.3. Missão, visão e valores .....	12
4.4. Análise Ambiental.....	13
4.4.1. Envoltente Politico-legal .....	13
4.4.2. Envoltente Económica .....	14
4.4.3. Envoltente Social.....	14
4.4.4. Envoltente Tecnológica .....	15
4.4.5. Envoltente Ambiental.....	15
5. Análise Setorial.....	16

5.1. Setor do Turismo .....	16
5.2. Setor do Turismo em espaço rural e de habitação .....	18
6. Análise Competitiva .....	20
6.1. Concorrentes .....	20
6.1.1. Concorrentes Diretos.....	20
6.1.2. Concorrentes Indiretos .....	21
6.2. Fatores Críticos de Sucesso .....	22
6.3. Vantagens Competitivas.....	22
6.4. Modelo das 5 forças de Porter .....	22
7. Plano de Marketing.....	23
7.1. Análise SWOT .....	23
7.2. Segmentação e Público-alvo.....	23
7.3. Posicionamento .....	23
7.4 Marketing Mix .....	24
7.4.1. Produto.....	24
7.4.2. Preço .....	25
7.4.3. Comunicação e promoção.....	25
7.4.4. Distribuição.....	26
7.4.5. Pessoas.....	26
7.4.6. Processos.....	27
7.4.7. Evidencia Física .....	27

8. Plano Operacional .....	27
8.1. Modelo de Negócio e Estrutura Legal da Empresa .....	27
8.2. Localização, Layout e Equipamento.....	28
9. Plano Pessoal.....	28
9.1. Equipa de Gestão.....	28
9.2. Recrutamento, Seleção, Formação, Contrato e Desempenho .....	28
9.3. Funções e Competências.....	29
9.4. Remuneração.....	29
10. Plano Financeiro .....	29
10.1. Estimativa de Procura .....	29
10.2. Fornecimentos e Serviços Externos (FSE).....	31
10.3. Gastos com Pessoal.....	31
10.4. Investimento Inicial.....	31
10.5. Demonstração de Resultados .....	32
10.6. Mapa de Cash Flows – Avaliação .....	32
10.7. Análise de Sensibilidade .....	33
11. Teoria da Mudança – Análise de Impacto.....	33
12. Calendarização.....	34
13. Conclusão.....	34
14. Bibliografia.....	36
Anexos.....	44

## Índice de Tabelas

Tabela 1 - Tipos de empreendimentos de turismo em espaço rural.....	8
Tabela 2 - Calendarização.....	34
Tabela 3 - Planos de Negócios.....	44
Tabela 4 - Concorrentes Diretos.....	45
Tabela 5 - Concorrentes Indiretos.....	46
Tabela 6 - 5 forças de Porter.....	47
Tabela 7 - Análise SWOT.....	47
Tabela 8 - Marketing Mix: Processos.....	48
Tabela 9 - Business Model Canvas.....	49
Tabela 10 - Vendas (Cenário Base).....	50
Tabela 11 - Vendas (Cenário Favorável).....	50
Tabela 12 - Vendas (Cenário Desfavorável).....	51
Tabela 13 - Gastos (FSE'S e gastos com pessoal).....	51
Tabela 14 - Investimento inicial.....	53
Tabela 15 - Demonstração de Resultados (Para todos os cenários).....	53
Tabela 16 - CAPEX.....	54
Tabela 17 - Mapa dos Cash Flows (Todos os cenários) .....	54
Tabela 18 - Fundo de Maneio.....	55
Tabela 19 - Impostos.....	56
Tabela 20 - Análise de sensibilidade.....	56

# 1. Introdução

O presente trabalho projeto de final de mestrado, pretende a criação de um plano de negócios, para um Alojamento de Turismo rural. Esta ideia partiu da vontade da promotora, natural da cidade da Guarda, de dar a conhecer a sua região. Com este projeto pretende-se a criação de um Alojamento de Turismo Rural, em Famalicão da Serra (zona entregada no Parque Natural da Serra da Estrela), numa antiga quinta, atualmente desabitada, mas com elevado potencial, com todas as comodidades, mas respeitando sempre o espaço envolvente.

Este trabalho encontra-se dividido em vários capítulos. Inicialmente, é apresentada a revisão de literatura onde se exploram variados conceitos relacionados com o projeto. Posto isto, é apresentada a metodologia utilizada para a elaboração do trabalho, e é desenvolvido todo o plano de negócios tendo em conta a metodologia escolhida, que foi a de Harvard (2007). Pretendesse assim realizar uma análise o mais detalhada possível para averiguar se existe uma oportunidade de negócio.

Por último, é apresentada a conclusão onde se apresentam os principais argumentos a retirar da realização deste trabalho projeto.

## 2. Revisão de Literatura

### 2.1. Empreendedorismo

O empreendedor é alguém que preza a sua independência e realização pessoal, procurando novas oportunidades de negócio e que possui iniciativa,

criatividade e conhecimentos, que lhe permitem encarar a incerteza, transformando a oportunidade em criação de valor (IAPMEI, 2016). Apenas a paixão e a energia dos empreendedores serão capazes de permitir o ressurgimento económico, pois estes permitem a criação de inovação, quer dentro, quer fora das organizações, alimentado as economias (F. Kuratko, 2011).

A primeira etapa para um empreendedor iniciar o seu negócio passa por reconhecer a oportunidade a explorar. Contudo, é crucial que ele entenda que os recursos não são utilizados pela sociedade de forma eficiente, pelo que, se conseguir otimizar o seu uso, pode satisfazer necessidades que atualmente não o são. É por isso que, regra geral, os empreendedores tendem a desenvolver negócios dentro de setores que já conhecem (E. Stuart & Sorenson, 2005). O processo de empreendedorismo envolve criar, desenvolver e gerir um negócio, assumindo riscos financeiros e pessoais, podendo ser empreendedorismo por necessidade ou por oportunidade. Os principais motivos para empreender são: oportunidade, realização pessoal, insatisfação com o emprego, falta de oportunidade no mercado de trabalho, família e influência externa. No entanto, a conclusão é que seja qual for a motivação para o projeto, para o negócio ter sucesso é necessário que exista preparação e conhecimento na área (Bandeira & Silva, 2023).

O Manual do empreendedor (IAPMEI, 2020), considera essencial entender que todos temos competências, motivações, realidades e características distintas, não sendo necessário que o empreendedor reúna em si todas as competências necessárias ao desenvolvimento de um negócio. Devendo rodear-se de outros indivíduos com diferentes backgrounds, para

conseguir obter uma maior complementaridade de competências, enriquecendo o projeto (IAPMEI, 2020).

## 2.2. Plano de negócios

Existem várias definições sobre o que é um plano de negócios, interpretações diferentes e por vezes contraditórias. (Tucci & Afuah, 2017). Para McKeever, (2011), um plano de negócios é uma declaração escrita que visa descrever e analisar um negócio, apresentando projeções detalhadas sobre o futuro, enquanto analisa aspetos financeiros – quanto dinheiro é necessário? Como se vai pagar?

Zott, Amit & Massa, (2011) consideram que o plano de negócios permite as organizações alargar as ideias centrais da estratégia empresarial, representando uma nova forma de inovação, que se complementa com os temas tradicionais de processo, produto e inovação organizacional, criando formas de cooperação e colaboração. A longo prazo, os autores M. DaSilva & Trkman, (2014), consideram que os gestores que desejem ultrapassar os seus concorrentes devem concentrar-se em: 1) escolher um plano de negócios adequado as circunstâncias atuais; 2) executar o plano de negócio de uma forma sublime; 3) desenvolver e reforçar continuamente as suas capacidades; 4) e ter capacidade de alterar de forma eficaz e atempadamente o plano de negócios, assim que surja uma oportunidade ou ameaça.

Um plano de negócios tem duas funções relevantes: criar e captar talento. Torna-se então necessário definir uma série de atividades (como aquisição de matérias-primas ou a satisfação do consumidor final) que permitam que o produto ou serviço crie valor ao longo de todas as atividades que a organização

desenvolve e explora, caso contrário, não se conseguem manter a funcionar a longo prazo (Chesbrough, 2007). É essencial que as organizações criem planos de negócios, que permitam alcançar uma vantagem competitiva, quer através da exploração de um conjunto valioso de recursos, quer pela defesa de uma posição única. Contudo, existem variadas interações com outros intervenientes (concorrentes, fornecedores e/ou clientes), sendo que estes também estão a lutar para criar e manter valor, pelo que, o desenvolvimento de um plano de negócios inovadores é difícil de conseguir (Casadesus-Masanell & E. Ricart, 2011). Assim, planos de negócios inovadores, são fundamentais, pois permitirem as organizações aumentar a sua viabilidade a longo prazo, ajudando a melhorar o valor dos produtos e/ou serviços que oferecem (Keininghama et al., 2020).

### 2.3. Turismo

Segundo a Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 1994), o turismo compreende as atividades realizadas por singulares durante as suas viagens e estadias, em locais diferentes do seu ambiente habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, para fins de lazer, negócios e outros.

O turismo é um fenómeno complexo, global e crescente, que tem como principal premissa que as viagens sejam capazes de proporcionar benefícios, quer para o viajante (que procuram benefícios pessoais num destino) quer para o anfitrião do destino (que procura benefícios pessoais proporcionados pelo viajante) (F. McCool & Bosak, 2016). O turismo é uma indústria que influencia todos os setores da economia ao redor do mundo e que pode afetar positiva ou negativamente o PIB de um país. Permite a criação de muitos empregos, desempenhando um papel importante na redução da pobreza e na melhoria

socioeconómica do mundo. A beleza natural, os locais históricos, a segurança e a paz desempenham um papel importante no desenvolvimento desta indústria, permitindo o desenvolvimento económico dos países. No entanto, existem fatores como problemas com os vistos, problemas com os voos, preços elevados, perigos de terrorismo e/ou diferenças linguísticas que prejudicam esta indústria (Khan, et al. 2020).

Atualmente, existe uma preocupação crescente acerca do legado que a nossa sociedade pretende deixar as gerações futuras, uma vez que estes terão escolhas mais limitadas, bem como mais problemas e desafios que os poderão restringir. Assim, o tema da sustentabilidade é cada vez mais relevante, no entanto, a sustentabilidade, o desenvolvimento sustentável e o turismo sustentável são conceitos que, embora fáceis de compreender, são muito mais difíceis de aplicar, pois, o conceito de sustentável, varia de grupo para grupo, de pessoa para pessoa, de sociedade para sociedade. (F. McCool & Bosak, 2016). Para ser possível incremental um turismo sustentável, a longo prazo, é essencial que os governos se envolvam, e permitam um planeamento deliberativo, bem como o acesso à tomada de decisão por parte dos afetados. O governo deve permitir o desenvolvimento económico, a inclusão social e a proteção do ambiente. No entanto, os turistas também são relevantes nesta matéria, uma vez que, são estes que fornecem informação sobre a sua experiência e dão feedback, fornecendo dados valiosos para melhorar o comportamento dos visitantes e a tomada de decisões no domínio do turismo sustentável (Rasoolimanesh, et al., 2020).

## 2.4. Turismo Rural

O turismo rural é um meio de regeneração e de desenvolvimento económico e social, que permite a criação de novos postos de trabalho, enquanto aumenta os rendimentos das comunidades locais, onde as indústrias agrárias tradicionais entraram em declínio (Sharpley, 2022). O turismo baseado nas comunidades locais, pode desempenhar um papel fulcral na redução da pobreza nestas zonas, melhorando assim a sua qualidade de vida (Aref & S Gill, 2009). Este tipo de turismo é especializado e de pequena escala, exigindo elevados investimentos comparativamente aos seus rendimentos, pelo que é difícil que os seus potenciais benefícios possam ser realizados e sustentados sem o apoio do governo (Sharpley, 2022).

O termo Turismo em Espaço Rural (TER), corresponde ao conjunto de modalidades de hospedagem realizadas em espaço rural, com vista a exploração de recursos naturais e culturais. Este tipo de alojamento turístico, resultou do processo de desruralização, que se intensificou nos anos 60 e que levou o Estado Português e a União Europeia a intervirem, no sentido de inverter esta situação (Silva, 2006). Assim, em 1986 foi criado o TER, com o intuito de promover o turismo rural, apresentando-se como um produto sustentável e familiar, distinto do que existia no mercado (Pato, 2015). Atualmente, as políticas de desenvolvimento rural, têm-se centrado mais no turismo, especialmente no turismo rural, através de investimentos públicos em projetos com o intuito de reverter o despovoamento nos territórios rurais (Pereiro, 2018). Ao longo dos últimos anos, o turismo em espaço rural tem ganhado mais relevância, sendo cada vez mais procurado por turistas que procuram fugir ao turismo de massas,

enquanto desejam um imaginário rural, com natureza e paz, que dificilmente encontrariam noutra lugar (R. Gomes, 2016).

Tendo em atenção a legislação vigente, mais precisamente a Portaria Nº937/2008, que estabelece os requisitos mínimos a observar pelos estabelecimentos de Turismo de Habitação e de Turismo no Espaço Rural, observamos que esta define os empreendimentos de Turismo em Espaço Rural como "...estabelecimentos que se destinam a prestar, em espaços rurais, serviços de alojamento a turistas, dispendo para o seu funcionamento de um adequado conjunto de instalações, estruturas, equipamentos e serviços complementares, tendo em vista a oferta de um produto turístico completo e diversificado no espaço rural ." Definindo o espaço rural como "as áreas com ligação tradicional e significativa à agricultura ou ambiente e paisagem de carácter vincadamente rural". Refere ainda que existem vários tipos de empreendimentos de turismo em espaço rural, que se classificam por grupos, conforme indicado na Tabela 1.

Casa de campo	Agroturismo	Hotel Rural
Imóveis situados em aldeias e espaços rurais que prestem serviços de alojamento a turistas e se integrem, pela sua traça, materiais de construção e demais características, na arquitetura típica local.	Imóveis situados em explorações agrícolas que prestem serviços de alojamento a turistas e permitam aos hóspedes o acompanhamento e conhecimento da atividade agrícola, ou a participação nos trabalhos aí desenvolvidos, de acordo com as regras estabelecidas pelo seu responsável.	Hotéis situados em espaços rurais que, pela sua traça arquitetónica e materiais de construção, respeitem as características dominantes da região onde estão implantados, podendo instalar-se em edifícios novos que ocupem a totalidade de um edifício ou integrem uma entidade arquitetónicas única e respeitem as mesmas características.

Tabela 1- Fonte: Decreto-Lei 228/2009.

## 2.5. Teoria da Mudança – Análise de Impacto

Vivemos numa sociedade em constante mudança, é por isso relevante refletir sobre os impactos socioambientais que estas alterações trazem, tendo as organizações o dever de assegurar a sustentabilidade de fatores sociais, económicos e ambientais (Sugahara & Rodrigues, 2019). Num ambiente organizacional, o desenvolvimento de projetos requer mecanismos que permitam averiguar o impacto das suas ações. Assim surgiu a Teoria da Mudança, que permite definir o escopo de atuação de projetos e acompanhar o impacto das ações desenvolvidas (Rodrigues et al., 2021).

### 3. Metodologia

Há várias estratégias possíveis para a elaboração de um Plano de Negócios, sendo necessário examinar cada uma delas para entender as suas especificidades. Assim, apresentamos, no Anexo 1 algumas das metodologias mais utilizadas, nomeadamente a da consultora Deloitte & Touche (2003) e ainda as desenvolvidas por Harvard (2007), Kuratko (2010) e pelo IAPMEI (2016). Apesar de, todas as metodologias descritas anteriormente apresentarem diferenças entre si, todas pretendem a realização de um plano de negócios. Devendo a escolha ser feita, consoante a necessidade do empreendedor e o tipo de projeto que este deseja desenvolver, auxiliando-o assim na tomada de uma decisão final mais sustentada.

Após uma análise das metodologias apresentadas, considerou-se que o modelo de Harvard (2007) seria o mais adequado, uma vez que, este descreve de forma pormenorizadamente e mais completa os pontos essenciais a elaboração de um plano de negócios. Exigindo uma pesquisa mais rigorosa, dando especial atenção a envolvente externa ao negócio, que não esta dependente dos promotores, mas que afeta como o negócio se vai inserir no mercado.

Foi ainda realizado um inquérito a possíveis consumidores, mas devido as poucas respostas o mesmo acabou por não ser considerado para a realização deste trabalho.

## 4. Descrição do Negócio

### 4.1. Sumário Executivo

Este trabalho apresenta um plano de negócios, destinado à criação de um alojamento de Turismo Rural na aldeia de Famalicão da Serra, concelho da Guarda. Pretende-se reabilitar uma antiga quinta agrícola, atualmente desabitada, mas com elevado potencial. A propriedade possui uma casa principal de dois andares, no entanto, por esse espaço ser insuficiente, este projeto será ainda constituído por 6 cabanas independentes, de tipologia T1, com capacidade até 6 pessoas. A casa principal será um local de convívio e lazer para os hóspedes, existindo também uma piscina, bem como uma pequena horta e um pequeno estábulo com alguns animais agrícolas.

Tenciona-se manter os traços originais da propriedade e utilizar materiais típicos da região, contudo, tendo sempre em conta o conforto de quem nos visita, para oferecer uma experiência o mais enriquecedora possível.

A fundadora será a gerente do alojamento, contando com o apoio de um colaborador a full time, não descartando a possibilidade de ser necessário contratar mais pessoas durante a época alta.

Para a realização deste trabalho, foi elaborada uma análise ao sector turístico existente num raio de cerca de 30km. Assim, identificaram-se quatro unidades turísticas semelhantes ao projeto da “Quinta do Vale”, mas que devido as diferentes características que possuem não assentam totalmente no conceito. Relativamente a preços, definiu-se um valor base de 105€ para a época alta e de 85€ para a época baixa, sendo que para alcançar estes valores se teve em

consideração os preços oferecidos pelos principais concorrentes e as características que nos diferenciam.

A propriedade encontra-se desabitada pelo que necessita de obras de reparação/ conservação, sendo ainda necessário a compra e instalação das cabanas, bem como de todos os equipamentos necessários ao normal funcionamento do alojamento, com um investimento de 380.000€, realizado apenas com capitais próprios.

O projeto apresenta ainda um VAL de 25.203,48€, para uma TIR de 10% e um playback de 7,32 anos. De destacar ainda, que este projeto apresenta um resultado líquido positivo em todos os anos, com exceção do primeiro ano do projeto.

## 4.2. História da Empresa e Promotores

A ideia deste projeto partiu da promotora Catarina Martins, natural da Guarda, licenciada em Finanças e Contabilidade pelo ISCTE-IUL e atualmente a concluir o mestrado em Ciências Empresariais no ISEG.

A ideia de desenvolver um projeto para um alojamento de turismo rural partiu do gosto pela área do turismo, aliado aos conhecimentos em gestão, fatores que são uma mais-valia para a implementação deste projeto. Este pretende a valorização do interior, cada vez mais afastado dos grandes centros urbanos, mas com elevado potencial. Cidades e aldeias que outrora foram de uma enorme importância para o nosso país, hoje são espaços cada vez mais isolados, mas que guardam uma beleza natural e arquitetónica única, aliados a tradição do saber receber e do saber fazer.

Com este projeto, pretende-se reabilitar uma antiga quinta, atualmente desabitada, localizada perto da aldeia de Famalicão da Serra, aldeia integrada no Parque Natural da Serra da Estrela. Além disso, esta perto de várias cidades, vilas e aldeias de interesse como a Guarda, o Sabugal ou Belmonte, permitindo aos visitantes, visitar diferentes espaços durante todo o ano, devido à variedade de atividades que o meio envolvente oferece. É um projeto que visa a preservação do património, permitindo aos visitantes envolverem-se e conectarem-se com o ambiente rural. Mas acima de tudo, é uma oportunidade de dar conhecer do que melhor existe nesta zona do país, longe da agitação das grandes cidades e onde se mantém muitas tradições antigas.

#### 4.3. Missão, visão e valores

**Missão:** A criação deste projeto de turismo rural, chamado “Quinta do Vale” pretende proporcionar uma experiência enriquecedora aos seus visitantes, aliando a tradição ao conforto e a modernidade, preservando o meio envolvente e permitindo o desenvolvimento das comunidades locais.

**Visão:** A “Quinta do Vale” pretende ser um alojamento de referência na região, oferecendo um serviço completo e de qualidade, permitindo o desenvolvimento das comunidades locais e a preservação ambiental.

**Valores:** Sendo a região da Guarda, uma zona de bem receber e familiar, os nossos valores centram-se na simpatia, na tradição, na genuinidade, na disponibilidade e na empatia.

## 4.4. Análise Ambiental

### 4.4.1. Envolvente Politico-legal

Em Portugal, as políticas públicas de turismo e a definição dos instrumentos para a sua execução são definidas pelo Decreto-Lei n.º 191/2009, de 17 de agosto. A área do Turismo é tutelada pelo Ministério da Economia e do Mar, através da Secretaria de Estado do Turismo, Comércio e Serviços, responsável pela definição das políticas na área e com jurisdição sobre todo o território nacional.

Atualmente, a estratégia vigente é a “Estratégia Turismo 2027 (ET2027)”, aprovada pela Resolução de Conselho de Ministros n.º 134/2017, de 27 de setembro, e visa promover o Turismo em Portugal na próxima década, tendo como objetivo que a procura turística seja mais homogénea em todo o território nacional, contribuindo para a coesão social e tendo como linha de atuação “Potenciar economicamente o património natural e rural e assegurar a sua conservação”.

Em Portugal, todos os empreendimentos turísticos são regulados pelo Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos (RJET), conforme o Decreto-Lei n.º 9/2021, de 29 de janeiro.

Uma vez que, este projeto irá ser realizado numa área protegida, é necessário ter em atenção a legislação vigente, nomeadamente a Portaria n.º 583/90, de 25 de julho, que aprova o Plano de Ordenamento do Parque Natural da Serra da Estrela.

#### 4.4.2. Envolvente Económica

Em 2022, o Produto interno Bruto (PIB) registou uma taxa de variação homóloga de 6,8%, superior ao registado em 2021 (5,7%). As projeções do Banco de Portugal, apontam para que este valor continue a crescer, embora de forma moderada. Segundo o INE, estima-se ainda, que apenas a atividade turística represente 12,2% do PIB, o que corresponde a cerca de 29,2 mil milhões de euros. Relativamente a Dívida Pública Bruta (% do PIB), em 2022, foi de 112,4%, o valor mais baixo desde 2011 (114,4%).

Contudo, 2023 foi um ano exigente, em que as taxas de inflação dispararam, chegando aos 8,7% (inflação homóloga) em março. Contudo, desde então, a inflação tem descido gradualmente e em janeiro de 2024 encontrava-se nos 3,8%. De destacar, o Consumo Privado (em % do PIB), que em 2022, segundo as projeções do INE, se encontrava nos 64,2%, sendo o ano em que o consumo privado foi mais elevado desde que há registos.

Relativamente a área do Turismo, segundo o Banco de Portugal, em 2022 existiam 79 270 empresas, que empregavam 379 951 pessoas, o que corresponde a cerca de 13% da população empregada.

#### 4.4.3. Envolvente Social

Segundo os Censos de 2021, Portugal tem hoje 10.343.066 residentes, menos 2,11% que em 2011. Um país de idosos, em que por cada 100 jovens há 182 idosos, + 20,6% do que 2011, sendo mais notório em lugares de baixa densidade populacional, como o concelho da Guarda. A taxa de desemprego fixou-se nos 8,1%, sendo os jovens os mais afetados, sobretudo a faixa etária dos 15 aos 24 anos, que apresentam uma taxa de desemprego de 18,7%. No

entanto, atualmente 19,8% da população têm o ensino superior, mais 5,9% do que em 2011. Portugal apresenta hoje a população mais instruída de sempre, no entanto, segundo os resultados do Inquérito às Condições de Vida e Rendimento, realizado em 2023 relativo aos rendimentos de 2022, 17,0% das pessoas encontravam-se em risco de pobreza, mais 0,6% do que em 2021 (Instituto Nacional de Estatística, 2023), situando-se a remuneração bruta total mensal média por trabalhador em 1.411 € e na área do Turismo em 1.412 €.

De destacar ainda, que Portugal é um país desigual, em que 85% da população vive no litoral, mais 1,2% que em 2011.

#### 4.4.4. Envolvente Tecnológica

Atualmente, temos vigente a Agenda Portugal Digital (APD), aprovada em 2012, com o intuito de estimular a economia digital. Conforme os últimos dados recolhidos pelo INE, em 2023, 56,0% das pessoas entre os 16 e os 74 anos possuíam competências digitais ao nível básico ou acima de básico, sendo que 85,3% pesquisaram informação sobre produtos ou serviços e ainda 43,9% efetuaram encomendas através da internet nos 3 meses anteriores à entrevista. Por último, 89,0% dos agregados domésticos em Portugal têm acesso à internet em casa.

Estes dados são bastantes satisfatórios, pois demonstram que a população utiliza cada vez mais a tecnologia e sendo a tecnologia uma fonte de informação, facilita a promoção de pequenos negócios, como a “Quinta do Vale”.

#### 4.4.5. Envolvente Ambiental

Segundos o INE (2022), 2022 foi o ano mais quente dos últimos 92 anos, contudo, verificou-se uma redução de 10,5% do consumo interno de materiais

extraídos do ambiente, bem como uma melhoria da eficiência na gestão dos resíduos setoriais e urbanos. De destacar, as fontes de energia renováveis, para a produção de eletricidade, que correspondem a 61,0% do total de eletricidade produzida em 2022. Além disso, as empresas aumentaram os seus investimentos em termos ambientais em 48,1%, sobretudo no domínio da Proteção da Qualidade do Ar e do Clima (+61,7%).

Contudo, um dos maiores problemas enfrentado pelo nosso país, são os incêndios rurais, que só em 2022, afetaram uma área de 110,2 mil hectares, dos quais mais de um quinto eram área protegida, sendo que, cerca de 90% da área protegida ardida ocorreu apenas no Parque Natural da Serra da Estrela. Apesar de, a “Quinta do Vale” não se encontrar inserida nestes 90%, os incêndios são um risco para os pequenos negócios, pois quem vai querer descansar num espaço destruído? É importante preservar o ambiente, e estes projetos devem contribuir para isso mesmo.

## 5. Análise Setorial

### 5.1. Setor do Turismo

O turismo, é um setor chave para o desenvolvimento do nosso país, que na última década, contribuiu para a sua modernização, enquanto reforçava a sua competitividade internacional. Contudo, sofreu um grande impacto com a pandemia, tendo-se reerguido em 2022, apresentando valores muito próximo da altura pré-covid19. Atualmente, o Turismo de Portugal tem vigente a Estratégia para o Turismo 2027, que pretende tornar o turismo mais sustentável, responsável, competitivo e resiliente.

Para fazer uma análise mais realista, é necessário observar os dados estimados pelo INE (2022). Assim, estima-se que, em 2022, o número de chegadas de turistas não residentes a Portugal ronde os 22,3 milhões, o que corresponde a um aumento de 131,4% face a 2021, contudo abaixo dos níveis de Pré-covid19. Os principais mercados emissores de turistas internacionais são Espanha (25,8%), França (13,3%) e o Reino Unido (13,2%).

À data de 31 de julho de 2022, o número de estabelecimentos de alojamento turístico (incluindo campismo, colónias de férias e pousadas da juventude), que se encontravam em atividade e com movimento de hóspedes, era de 7431 estabelecimentos (+ 13,1% face a 2021 e + 3,9% face a 2019). Registando 28,9 milhões de hóspedes e mais de 77 milhões de dormidas, valores ligeiramente abaixo de 2019 (-2,2% e -0,8%, respetivamente). É nos estabelecimentos de alojamento turístico (hotelaria, alojamento local e turismo no espaço rural/habitação) que se concentram a maioria dos hóspedes (91,9%), seguindo-se os parques de campismo (7,0%) e as colónias de férias e as pousadas da juventude (1,1%).

Apesar de, todas as regiões terem registado acréscimos no número de dormidas, o Centro verificou um crescimento mais moderado (+55,5%). O mercado interno assegurou 27,5 milhões de dormidas, o que corresponde a 35,6% do total, crescendo, 22,2% face a 2021 e ultrapassando os valores do 2019, +5,3%. As dormidas de não residentes aumentaram também de forma expressiva (+146,9%), mas ficaram 3,9% abaixo dos valores de 2019. Destacando-se, os hóspedes do Reino Unido, da Alemanha e da Espanha.

Em 2022, a estada média foi de 2,67 noites, o que representa um ligeiro aumento, de 0,3%. Além disso, 47,7% da população residente em Portugal realizou pelo menos uma viagem turística (resultados do Inquérito às Deslocações dos Residentes), o que representa um crescimento de 3,7%, face a 2021. Contudo, o “Alojamento fornecido gratuitamente por familiares ou amigos” foi a modalidade mais utilizada nas dormidas dos residentes em 2022, o que representa 37,4 milhões de dormidas (+0,9% face a 2019).

Em 2022, a despesa média por turista em cada viagem verificou um crescimento de 18,3% face a 2021, o que representa cerca de 232,5 € (+18,8% face a 2019). Já nas deslocações domésticas, os residentes gastaram, em média, 163,3 € por turista/viagem, o que representa menos 6,8 € que em 2021, mas mais 30,2 € face a 2019.

Conforme as estimativas preliminares da Conta Satélite do Turismo, calcula-se que a atividade turística tenha tido um contributo direto e indireto a rondar os 29,2 mil milhões de euros para o PIB em 2022, o que corresponde a 12,2% do PIB.

## 5.2. Setor do Turismo em espaço rural e de habitação

De forma a realizar uma análise o mais correta possível, é necessário observar os dados estimados pelo INE (2022), relativos ao turismo em espaço rural e de habitação. A 31 de julho de 2022, encontravam-se em atividade 1784 estabelecimentos de turismo em espaço rural e de habitação, representado este segmento 25,3% do total de estabelecimentos de alojamento turístico e 6,6% das camas oferecidas. A modalidade mais representativa são as casas de campo, com 1143 estabelecimentos, que representam 64% do total, seguindo-

se o agroturismo com 341 unidades e os hotéis-rurais com 113 estabelecimentos. Existem, ainda, 187 estabelecimentos em funcionamento como turismo de habitação, correspondendo a 11% do total. Oferecem um total de 30,2 mil camas, sendo que, apenas as casas de campo comportam mais de 50% da capacidade total, seguindo-se as unidades de agroturismo (19,3%), os hotéis rurais (18,0%) e o turismo de habitação (10,5%). Predominam no norte do país (38,9% dos estabelecimentos e 34,8% das camas), seguindo-se o Centro (24,1% e 22,9%, respetivamente) e o Alentejo (20,4% e 23,5%, respetivamente).

Em 2022, os estabelecimentos de turismo em espaço rural e de habitação registaram 1,2 milhões de hóspedes (+40,8% face a 2021) e 2,6 milhões de dormidas (+41,5% face a 2021). Sendo a região com mais procura o Norte (30%), seguido do Alentejo (24,2%) e do Centro (20,1%). Relativamente ao segmento de alojamento, as casas de campo foram as mais procuradas (45,6%), seguindo-se os hotéis-rurais (27,4%) e os agroturismos (17,8%).

As dormidas de residentes totalizaram 1,5 milhões e aumentaram 11,8% (+42,6% face a 2019), representando 57,0% do total de dormidas, sendo os destinos mais procurados o Norte (30,8%), o Alentejo (30,8%) e o Centro (25,6%). Já os mercados externos cresceram de forma muito acentuada (+118,2%) e atingiram 1,1 milhões de dormidas, o que correspondendo a 43,0% do total de dormidas, e os destinos favoritos foram o Norte (27,3%), seguido do Algarve (17,3%) e do Alentejo (15,5%).

A estada média, em 2022, foi de 2,18 noites (+0,5% face a 2021) e os proveitos totais atingiram os 194,0 milhões de euros (+52,0% face a 2021).

## 6. Análise Competitiva

### 6.1. Concorrentes

Após uma pesquisa optamos por considerar como principais concorrentes alojamentos situados apenas no conselho da Guarda, apesar de estarmos conscientes que existem muitos mais concorrentes na zona circundante. Assim consideramos como concorrentes diretos alojamentos com a mesma tipologia e concorrentes indiretos alojamentos com diferentes tipologias, mas que são estabelecimentos de referência no concelho.

#### 6.1.1. Concorrentes Diretos

Todos os estabelecimentos apresentados com detalhe no Anexo 2 são muito semelhantes, apresentando uma estética rural aliada a modernidade, localizando-se a menos de 30 km da cidade Guarda, existindo apenas pequenas variações nas ofertas disponíveis aos clientes. Todos os alojamentos descritos encontram-se numa propriedade rural, possuindo uma casa principal com quartos independentes e casas independentes, bem como vários espaços de lazer.

A Quinta do Rio Noémi é a única que oferece atividades extra, que embora pagas, permitem aos viajantes aproximar-se da natureza e assim explorar o que de melhor a região tem para oferecer. Já o Alqueiturismo destaca-se por possuir um centro de fitness, no entanto, é a unidade mais cara, independentemente do alojamento selecionado e não tem pequeno-almoço. A Quinta do Quinto, destaca-se por ser a unidade que oferece o preço mais acessível de todos os alojamentos em estudo. E por último, temos o Agroturismo - Quinta do Pinheiro, que se diferencia por ser um Agroturismo, ao contrário das restantes.

Assim, verificamos que, apesar de se inserirem na mesma tipologia de alojamento, nenhuma se assemelha a “Quinta do Vale”, visto que, este terá apenas cabanas independentes, conferindo uma maior privacidade aos seus visitantes. Além disso, este será um espaço moderno e sustentável, preservando as tradições locais, ideal para visitas em família ou com amigos. A “Quinta do Vale” localiza-se ainda muito próxima da aldeia de Famalicão da Serra, o que permite aos visitantes contactar com a população local, ao contrário das outras propriedades.

### 6.1.2. Concorrentes Indiretos

Os estabelecimentos apresentados com detalha no Anexo 3, apresentam uma tipologia diferente do nosso projeto, no entanto, são espaços “conhecidos” no conselho, oferecendo serviços distintos e uma ótima localização.

O Hotel Lusitania Congress & Spa é um Hotel de 4 estrelas e é o primeiro hotel bio-friendly de Portugal, possuindo uma horta totalmente integrada na envolvente da unidade hoteleira. Já o Hotel Versatile, é um espaço mais virado para viagens em trabalho. E por fim, temos o Hotel Santos e o Hotel Pombeira, que são os que oferecem os preços mais competitivos, no entanto, são os que oferecem menos serviços.

Estes estabelecimentos oferecem um serviço diferente daquele a que a “Quinta do Vale” se propõe, no entanto, todos têm uma excelente localização e preço e podem ser uma alternativa para quem deseje visitar o interior a um preço mais acessível.

## 6.2. Fatores Críticos de Sucesso

Para garantir o sucesso do negócio é fulcral determinar alguns fatores que definam a estratégia de gestão a aplicar, para evitar perder o planeamento estratégico a longo prazo. Assim, consideraram-se os seguintes fatores críticos de sucesso:

**1.** Bons acessos e boa localização; **2.** Espaço exterior com zona de lazer, incluindo uma piscina, um estábulo e uma horta. **3.** Sala de convívio, com mesa de bilhar, matraquilhos e bar; **5.** Possibilidade de pedir refeições; **6.** Presença em sites de aluguer de alojamento (ex: Booking); **7.** Loja com produtos locais, produzidos na quinta e por produtores locais;

## 6.3. Vantagens Competitivas

As vantagens competitivas são:

**1.** Decoração moderna, mas mantendo os elementos típicos da região, privilegiando o conforto; **2.** Localizado em pleno Parque Natural Da Serra da Estrela; **3.** Perto de vários locais de interesse como: praias fluviais; termas; pistas de ski; aldeias, vilas e cidades históricas; Espanha encontrasse a menos de uma hora de carro; **4.** Possibilidade de interação nas atividades diárias da quinta, permitindo aos visitantes uma experiência mais próxima com a natureza; **5.** Gestão presente;

## 6.4. Modelo das 5 forças de Porter

Segundo Porter (1979), existem cinco forças competitivas que moldam a estratégia de uma empresa. Após uma análise cuidada destas 5 forças é possível concluir o nível de atratividade de uma indústria e quais as decisões estratégicas a tomar como forma de tornar a empresa o menos vulnerável

possível. Assim, concluímos que o nível de atratividade deste setor é médio como podem verificar, no Anexo 4.

## 7. Plano de Marketing

### 7.1. Análise SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta simples que quando bem usada oferece uma visão ampla acerca do mercado, permitindo ao empreendedor fazer escolhas mais ponderadas, pois oferece uma perspetiva interna (Forças e Fraquezas) e uma perspetiva externa (Oportunidades e Ameaças) do mercado. Segue no Anexo 5, a matriz SWOT detalhada com as especificidades inerentes ao negócio.

### 7.2. Segmentação e Público-alvo

Este projeto foi desenvolvido para que o público-alvo incidisse, na sua maioria, em famílias. Espera-se que o nosso público-alvo sejam pessoas entre os 30 e os 60 anos, que do ponto de vista socioeconómico estejam inseridos na classe média. Famílias nacionais e internacionais, que desejem fazer uma pausa na agitação do dia-a-dia, e que procurem um espaço para descansar e onde possam conviver em harmonia com a natureza, enquanto conhecem uma região recheada de história e tradição. É esperado que o nicho que apresenta maior potencial, sejam os visitantes provenientes do litoral, principalmente das grandes áreas metropolitanas.

### 7.3. Posicionamento

Tendo em consideração os principais concorrentes, conseguimos definir o posicionamento da “Quinta do Vale”. Na perspetiva da empreendedora deste

projeto, este pretende ser reconhecido como um espaço de lazer, que permite aos seus visitantes conectar-se com a natureza enquanto descobrem umas das regiões mais autênticas do país, privilegiando o contacto com os locais e com as tradições da zona. Destaca-se por ser um projeto diferente daquilo que existe na região, constituído apenas por cabanas individuais, garantido uma maior privacidade. Um dos fatores-chave passa pelo acompanhamento permanente dos hóspedes, permitindo-lhes participar nas atividades da quinta, garantido uma experiência o mais enriquecedora possível. Além disso, os visitantes terão acesso a diversos produtos biológicos e tradicionais que poderão consumir no espaço, mas também adquirir para levar para casa.

## 7.4 Marketing Mix

### 7.4.1. Produto

Pretendesse a criação de um turismo rural, constituído por seis cabanas independentes, de tipologia T1 (com uma kitchenette totalmente equipada e com sofá-cama, casa de banho particular, quarto principal e uma zona reservada com um beliche). Atualmente a quinta já possui uma casa principal, que será um espaço de convívio e lazer para os visitantes, mas também onde estará inserida a receção e uma loja com produtos locais. Para proporcionar uma experiência o mais enriquecedora possível, a quinta possui uma horta, um estábulo e uma piscina. Os hóspedes podem ainda usufruir de refeições produzidas com produtos locais e biológicos produzidos na quinta. Pretende-se assim oferecer um serviço completo, que respeite o meio em que está inserido, enquanto, permite aos seus visitantes desfrutar da zona e descansar da azáfama do dia a dia, não existindo a prática da estadia mínima.

### 7.4.2. Preço

Para o apuramento dos preços, foi tido em conta os preços oferecidos pelos concorrentes diretos, sendo em média o valor praticado de cerca de 102,5 € (preços disponíveis no Anexo 2). Assim, estipulamos um valor de 105 €/noite na época alta e de 85 €/noite na época baixa, sendo que se pretende aumentar estes valores, até atingir 120 €/noite e 100 €/noite, respetivamente, até 2033. Para se chegar a estes valores, teve-se em consideração a qualidade dos produtos e do serviço que se deseja oferecer, mas que, ao mesmo tempo seja um valor justo quando comparado aos concorrentes. Assim, optamos por nos colocar no meio-termo, uma vez que, um valor mais baixo que o dos concorrentes pode ser percecionado pelos consumidores como de menor qualidade e um valor demasiado alto pode ser decisivo no momento de escolher.

### 7.4.3. Comunicação e promoção

Para um projeto ser bem-sucedido é essencial que este seja divulgado, principalmente numa primeira fase, sendo um fator-chave para decidir o sucesso ou insucesso de qualquer produto/serviço. Assim, é essencial criar uma estratégia de comunicação forte que vá de encontro as nossas necessidades. Neste caso, estará assente em 2 pilares: Publicidade e Marketing Direto.

#### **Publicidade**

**1.** Criação de redes sociais: Facebook e Instagram; **2.** Criação de um Website em várias línguas; **3.** Criação de um logótipo; **4.** Parcerias com fornecedores locais; **5.** Divulgação em revistas/guias de turismo e em revistas/guias de Câmaras Municipais; **6.** Criação de cartões de visita; **7.** Presença em websites de turismo: Booking, Airnby, Logitravel, Tripadvisor;

## **Marketing Direto**

**Redes Sociais** – Atualmente, para um negócio ser bem-sucedido é essencial que esteja presente no mundo online, através das redes sociais e de um site próprio. Assim, é possível divulgar junto dos nossos consumidores e de potenciais consumidores, as instalações, bem como todas as informações que sejam relevantes. Desta forma, conseguimos estar em contacto permanente com os consumidores, respondendo de forma mais célere a possíveis questões e antecipar possíveis necessidades dos mesmos.

### **7.4.4. Distribuição**

Os principais meios de distribuição do projeto são as plataformas digitais, onde se irá dar a conhecer o negócio, existindo a possibilidade de fazer reserva conforme a disponibilidade de agendamento. Contudo, podemos também considerar como meios de distribuição os parceiros locais.

### **7.4.5. Pessoas**

O negócio será gerido, de forma presencial, pela sua fundadora, que será responsável por várias atividades inerentes ao negócio e a quinta. Será necessário outro elemento para fazer fase ao trabalho, de preferência alguém local, permitindo aos visitantes uma experiência o mais autêntica possível. No entanto, na época alta, poderá ser necessário contratar mais pessoal. É essencial que todos os envolvidos no projeto partilhem dos mesmos valores para prestar o melhor serviço possível, zelando sempre pelos interesses daqueles que nos visitam.

#### 7.4.6. Processos

O processo inerente ao negócio, encontra-se dividido em 5 partes, nomeadamente: 1) reserva do alojamento; 2) preparação do alojamento; 3) receção no alojamento; 4) estadia e 5) saída. Todo o processo está descrito de forma detalhada no Anexo 6.

#### 7.4.7. Evidencia Física

O espaço físico do alojamento, esta localizado a cerca de 10 min a pé da Aldeia de Famalicão da Serra, situada em pleno Parque Natural da Serra da Estrela. O alojamento será constituído por uma casa principal, que será apenas um espaço de convívio e por seis cabanas independentes, com vista para a piscina. Este projeto visa manter os traços rústicos e típicos da região, aliados a modernidade, priorizando sempre o conforto de quem nos visita. O alojamento possui ainda parque de estacionamento privado e gratuito. Toda a zona envolvente é constituída por floresta e zonas de agricultura, encontrando-se a 5 minutos de carro da praia Fluvial de Valhelhas.

## 8. Plano Operacional

### 8.1. Modelo de Negócio e Estrutura Legal da Empresa

A “Quinta do Vale” será um Alojamento de Turismo rural, inserido numa antiga quinta agrícola, atualmente abandonada e a precisar de investimento por parte da promotora (Capital Próprio). Juridicamente é um Estabelecimento Individual de Responsabilidade Limitada com um capital social de 20.000 €. Para se compreender melhor o projeto foi desenvolvido um Business Model Canvas, disponível de forma detalhada no Anexo 7.

## 8.2. Localização, Layout e Equipamento

A “Quinta do Vale” encontra-se situada na Aldeia de Famalicão da Serra, a cerca de 10 min a pé do centro da mesma. Esta é uma antiga quinta agrícola, constituída por uma casa rústica com 126 m<sup>2</sup> e com um terreno com mais de 5 hectares. A habitação principal será apenas um local de convívio, possuindo a receção e uma pequena loja, casas de banhos masculinas e femininas, sala de convívio e uma cozinha. Possuindo 6 cabanas, de tipologia T1, com cerca de 50 m<sup>2</sup> cada uma, sendo estas constituídas por uma casa de banho, uma kitchenette, um quarto e uma zona de beliches, com capacidade para receber até 6 pessoas. Para além disto, teremos ainda uma horta e um estábulo, bem como uma piscina. Assim, estimasse um investimento de cerca de 270.000 € em cabanas (20.000 € por estrutura + 25.000 € para obras complementares x6), 80.000€ em obras de conservação e reparação (incluindo instalação da piscina) e 30.000 € para compras em mobiliário e decoração.

## 9. Plano Pessoal

### 9.1. Equipa de Gestão

A “Quinta do Vale” tem uma equipa de Gestão composta por um único sócio-gerente, sendo este responsável por tratar de toda a envolvente inerente ao negócio, como gestão das reservas e de stock; contratação de pessoal; limpeza e manutenção; e questões burocráticas.

### 9.2. Recrutamento, Seleção, Formação, Contrato e Desempenho

Devido à reduzida dimensão do projeto, pelo menos, numa primeira fase será necessário contratar apenas uma pessoa, de preferência um local que

esteja familiarizado com a zona. Em alturas de maior afluência será ainda possível recorrer a estagiários da Escola Profissional de Hotelaria de Manteigas, tendo sempre em consideração a lei laboral vigente.

### 9.3. Funções e Competências

Para o funcionamento deste projeto é necessário alguém que seja capaz de ajudar em todas as tarefas diárias, de preferências com conhecimentos na área do turismo, no entanto, tal não é um requisito obrigatório, desde que exista predisposição para aprender.

### 9.4. Remuneração

A remuneração deve estar adequada ao grau de exigência e de formação exigida para a realização das tarefas, situando-se nos 950 €, sendo este valor adaptável consoante as valências do escolhido.

## 10. Plano Financeiro

A elaboração do plano financeiro é essencial a implementação de um projeto, visto ser este que nos permite analisar a viabilidade económica do mesmo. A “Quinta do Vale” terá início em 2024 e devido ao elevado investimento inicial, irão ser apresentadas as projeções financeiras para os próximos 10 anos. O modelo financeiro foi desenvolvido de forma autónoma pela empreendedora, com o auxílio do orientador, considerando aquilo que era mais relevante.

### 10.1. Estimativa de Procura

Apesar de as projeções para o Turismo em espaço rural serem bastantes positivas, segundo os dados estatísticos publicados pelo INE no relatório “Estatísticas do Turismo – 2022”, é bastante difícil prever a procura, por estarmos

muito dependentes de variáveis externas, que influenciam o consumo. A “Quinta do Vale” possui uma capacidade máxima de dormidas anual de 2190 (considerando que cada dormida corresponde a 1 cabana, e não a uma cama – 6 cabanas x 365 dias).

Assim, para estimar a Taxa de Ocupação por Quarto (%), tivemos em atenção os dados fornecidos pelo Turismo de Portugal, referentes a Taxa de Ocupação por Quarto (%), de 2023. Contudo, não havia dados disponíveis sobre o Município da Guarda, pelo que, existiu a necessidade de usar os dados do Município da Covilhã, por questões de proximidade geográfica. Assim, no primeiro ano assumimos uma taxa de ocupação de média de 46%, sendo expectável que este valor evolua favoravelmente ao longo dos anos, acompanhando a evolução dos rendimentos, como se pode verificar no Anexo 8.

Para diversificarmos as nossas receitas, vão ser oferecidos outros serviços, sendo estas estimativas feitas apenas com bases em pressupostos definidos pelo empreendedor. Assim, consideramos que  $\frac{1}{2}$  dos nossos hóspedes adquire o pequeno-almoço, a 17,5 € por adulto, e que  $\frac{1}{3}$  dos hóspedes vai adquirir pelo menos 1 refeição (almoço ou jantar), a 20 € por adulto. Relativamente a loja de produtos locais e biológicos assumimos que  $\frac{1}{2}$  dos hóspedes adquire produtos até 10 € e que  $\frac{1}{3}$  dos hóspedes adquire o aluguer de equipamentos (bicicletas), a 2 € por pessoa. Todos estes valores podem ser vistos com mais detalhe no Anexo 8.

Contudo, e tendo em conta a vulnerabilidade deste tipo de negócio, considerámos relevante fazer um cenário positivo e um cenário negativo. Em

que consideramos uma diferença de 10% no primeiro ano relativamente a procura base (46%) (positiva para o cenário favorável e negativa para o cenário negativo), seguindo depois as expectativas de crescimento do cenário base, valores detalhados no Anexo 9 e 10, respetivamente.

## 10.2. Fornecimentos e Serviços Externos (FSE)

Relativamente aos custos com fornecimentos e serviços externos, estes podem ser observados no Anexo 11, onde foram apurados todos os custos necessários ao normal funcionamento da “Quinta do Vale”. No caso do cenário positivo e negativo este valor foi adaptado, tendo em consideração o aumento ou diminuição ocorrido face ao cenário base.

## 10.3. Gastos com Pessoal

Para o normal funcionamento deste projeto serão necessários dois colaboradores full-time, sendo um deles a fundadora do negócio. Ambos os colaboradores irão receber o mesmo salário, de 950 €, sendo expectável um aumento salarial no 5.º ano de atividade. Cada trabalhador irá ainda beneficiar de subsídio de alimentação no valor de 7,63 €, estando todos os valores apresentados com detalhe no Anexo 11.

## 10.4. Investimento Inicial

Dada as condições de degradação da quinta, bem como o tamanho reduzido da casa principal, será necessário investir na sua conservação e reabilitação, pelo que, irão ser construídas 6 cabanas pré-fabricadas no terreno em frente a casa principal. Foi definido um total de 45.000 € por cabana, mais 80.000 € para obras de conservação e restauro da propriedade e

30.000 € para mobiliário e decoração. No Anexo 12, encontramos de forma mais detalhada o investimento em cada segmento. De destacar que o investimento inicial será realizado inteiramente com o capital próprio da gerente.

### 10.5. Demonstração de Resultados

A Demonstração dos Resultados (DR), permite observar os rendimentos e os gastos que se podem esperar dos anos em análise. Conforme observado no Anexo 13, verificamos que o resultado líquido do período é negativo apenas no primeiro ano do projeto, mesmo no cenário negativo. Para o cálculo das depreciações, foi utilizado o método da depreciação constante, considerando uma taxa de 2% para as cabanas e casa principal e uma taxa de 33,33% para a mobília e decoração, disponível no Anexo 14.

### 10.6. Mapa de Cash Flows – Avaliação

No mapa de Cash Flow, chegamos ao cálculo do Free Cash Flow, que permite calcular o VAL, a TIR e o payback, assumindo uma taxa de atualização de 8,80%. Para o apuramento da taxa foram tidos em consideração três pressupostos: taxa de juro de ativos sem risco – 3,19% (OT Portugal a 10 anos – junho de 2024); prémio de risco de mercado – 8,20% (Statista, 2023); e Beta U para empresas do sector na europa – 0,95 (Damodaran, 2024). Assim obteve-se um VAL de 25.203,48 €, com uma TIR de 10% e um playbck no sétimo ano. Assumindo a mesma taxa de atualização no cenário positivo o VAL é de 146.256,12 €, para uma TIR de 15,88% e um payback de 5 anos. No entanto, no caso do cenário negativo, apesar do Payback ser de 9 anos o VAL é negativo em 114.575,23 € e apresenta um TIR de apenas 2%. Todos estes valores estão disponíveis com mais detalhe no Anexo 15.

## 10.7. Análise de Sensibilidade

Na análise de sensibilidade elaborada, disponível no Anexo 18, calcularam-se as possíveis variações do VAL, para diferentes preços e quantidades vendidas. Assumindo variações do preço de venda na época alta, mantendo-se os valores da época baixa inalteráveis. Relativamente a quantidade vendida alterou-se apenas a taxa de ocupação média no 1.º ano, seguindo depois a evolução prevista no cenário base. Assim, calculamos os cenários possíveis mediante a alteração da variável preço e da variável procura, sendo o pior cenário possível quando tanto a procura como o preço diminuem, pois, o VAL tende a ser negativo.

## 11. Teoria da Mudança – Análise de Impacto

Vivemos momentos conturbados e como tal é necessário que as empresas compreendam a importância que tem no dia a dia de todos os cidadãos. Este é um projeto que pretende trazer vida a um interior esquecido e envelhecido, através da criação de postos de trabalho direta e indiretamente. Empenhados em preservar o meio ambiente, cada vez mais afetado pelas alterações climáticas, que põem em perigo a produção agrícola e pecuária e consequentemente a permanência de pessoas nestes territórios. O turismo se não for sustentável pode ser mais prejudicial que benéfico, e problemas como a poluição ou perda da identidade cultural podem surgir. Assim, é crucial que nos mantenhamos fiéis aos nossos valores, tentando incutir comportamentos sustentáveis em quem nos visita (ex: reciclagem em todos os espaços comuns e nas cabanas, curiosidades e dicas de reaproveitamento de matérias e de

produtos nas redes sociais), mas também tentar oferecer uma experiência o mais autêntica possível, tendo em conta as necessidades e desejos dos clientes (ex: preparação de pratos típicos conforme as especificidades dos hóspedes).

## 12. Calendarização

<b>2024</b>
<b>Outubro:</b> Revisão do plano de negócios; Aspetos Legais e burocráticos relativos a criação do Turismo Rural;
<b>Novembro e dezembro:</b> Obras de conservação/remodelação e montagem das casas pré-fabricadas; Preparação redes sociais e site – Divulgação do espaço; Procura de colaborador; Compra de equipamentos / decoração e preparação do espaço;
<b>2025</b>
<b>Janeiro:</b> Inauguração do espaço e receção primeiros hóspedes.
<b>Dezembro:</b> Fazer balanço anual, de forma a perceber o que deve e pode ser melhorado (Todos os anos).

Tabela 2- Fonte: Elaboração Própria.

No entanto, temos consciência que esta calendarização é muito rigorosa, pelo que, pode existir a necessidade de ser alterada.

## 13. Conclusão

O trabalho final de mestrado apresentado, permitiu averiguar a possibilidade de criação de um alojamento de turismo rural. A “Quinta do Vale”, nome do projeto estudado, partiu da vontade da promotora de mostrar o que esta região tem a oferecer. Assim, a criação deste alojamento com 6 cabanas com capacidade até 6 pessoas cada, foi pensado como um refúgio para todos os que

desejam “fugir” da realidade e que se queiram conectar com a natureza, numa das zonas mais autênticas do país.

Foi necessário estudar a viabilidade deste projeto, e para tal, foi realizada uma análise financeira, onde se obteve um VAL positivo no valor de 25.203,48 €, para uma TIR de 10,03% e um payback no sétimo ano de atividade. Contudo, tendo em consideração que este é um setor muito afetado por variáveis externas, consideramos necessário fazer um cenário favorável e um desfavorável. No caso do cenário favorável consideramos um aumento de 10% na procura no 1.º ano, mantendo as taxas de crescimento dos anos seguintes iguais ao cenário base e no caso do cenário desfavorável consideramos uma diminuição de 10% no 1.º ano, mantendo depois as restantes estimativas. Contudo, verificamos que no cenário negativo o VAL é negativo em 114.757,23 € para uma TIR de 2,46%. De destacar que, nos dez anos de atividade analisados, verificamos que o projeto apresenta um resultado líquido do período positivo a partir do 2.º ano, em todos os cenários, o que significa que as receitas geradas conseguiram cobrir todos os gastos. De referir, ainda, que o financiamento inicial é todo realizado com capitais próprios, o que acarreta vários riscos.

O VAL é positivo, pelo que este projeto deve ser implementado, no entanto, por ser muito afetado por fatores externos que não conseguimos controlar, é fulcral ter capacidade de dar respostas as alterações constantes do mercado.

## 14. Bibliografia

Alqueiturismo. (2024). Disponível em: <https://www.alqueiturismo.pt/> (Acedido em 11/03/2024).

Aref, F. & Gill, S. (2009). Rural Tourism Development through Rural Cooperatives.

Numerosas, A. P. d. F. (2021). Custo Da Água Em Portugal Foi Menos Justo Em 2020. Disponível em: [www.apfn.com.pt/noticias\\_detalhe.php?id=2427](http://www.apfn.com.pt/noticias_detalhe.php?id=2427) (Acedido em 20/06/2024).

Portugal, B. d. (2023). Análise do Setor do Turismo. Disponível em: <https://bpstat.bportugal.pt/conteudos/publicacoes/1312> (Acedido em 25/03/2024).

Portugal, B. d. (2024). Projeções Económicas. Disponível em: [www.bportugal.pt/page/projecoes-economicas](http://www.bportugal.pt/page/projecoes-economicas) (Acedido em 23/04/2024).

Portugal, B. d. (2024). IPC Total (Taxa de Inflação Média Anual)-TVMM12. Disponível em: <https://bpstat.bportugal.pt/serie/5721550> (Acedido em 20/07/2024).

Portugal, B. d. (2024). Taxa de rendibilidade de obrigações do Tesouro com taxa fixa e prazo residual de 10 anos - mensal. Disponível em: [bpstat.bportugal.pt/serie/12099464](http://bpstat.bportugal.pt/serie/12099464) (Acedido em 17/07/2024).

Bandeira, P., Silva, T. (2023). Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade e Oportunidade.

Booking. (2024). The Largest Selection of Hotels, Homes, and Vacation Rentals. Disponível em: [www.booking.com/](http://www.booking.com/) (Acedido em 20/04/2024).

Casadesus-Masanell, R. & Ricart, J. (2011). How to Design a Winning Business Model.

Chesbrough, H. (2007). Business model innovation: it's not just about technology anymore.

Europeia, C. (2021). Cultura e Criatividade. Disponível em: <https://culture.ec.europa.eu/pt-pt/node/1160> (Acedido em 23/04/2024).

Europeia, C. (2024). Moldar O Futuro Digital Da Europa. Disponível em: [https://portugal.representation.ec.europa.eu/estrategia-e-prioridades/principais-politicas-da-ue-para-portugal/moldar-o-futuro-digital-da-europa\\_pt](https://portugal.representation.ec.europa.eu/estrategia-e-prioridades/principais-politicas-da-ue-para-portugal/moldar-o-futuro-digital-da-europa_pt) (Acedido em 23/03/2024).

Damodaran, A. (2024). Beta, Unlevered beta and other risk measures – Western Europe. Disponível em: <https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/betaEurope.xls>.

DaSilva, C. & Trkman, P. (2014). Business Model: What It Is and What It Is Not.

Touche, D. &. (2003). Writing an Effective Business Plan. 4ª ed. s.l.:Deloitte & To.

Rural, D. G. d. A d. D. (2017). Características do Turismo no Espaço Rural – disponível em: <https://www.dgadr.gov.pt/sistemas-de-producao-artesanal/turismo-rural/caracteristicas-do-turismo-no-espaco-rural#Legislacao> (Acedido em 15/12/2023).

DRE. (2008). Portaria n.º 937/2008 --Diário da República n.º 160/2008, Série I de 2008-08-20. Disponível em: <https://guiadoinvestidor.dre.pt/PDF.aspx?Idioma=1&DecretoLeid=57>

(Acedido em 15/12/2023).

F. Kuratko, D. (2011). Entrepreneurship theory, process, and practice in the 21st century.

Estudos, G. d. E. (2023). Principais indicadores económicos de Portugal.

Disponível em:

[https://www.gee.gov.pt/pt/?option=com\\_fileman&view=file&routed=1&name=Principais%20Indicadores%20Economicos%20de%20Portugal\\_27\\_12\\_2023.pdf&folder=publicacoes%2Fprincipais%20indicadores%20economicos%20de%20portugal%2F2023-13&container=fileman-files](https://www.gee.gov.pt/pt/?option=com_fileman&view=file&routed=1&name=Principais%20Indicadores%20Economicos%20de%20Portugal_27_12_2023.pdf&folder=publicacoes%2Fprincipais%20indicadores%20economicos%20de%20portugal%2F2023-13&container=fileman-files)

(Acedido em 11/03/2024).

Harvard. (2007). Creating a Business Plan Boston, Massachusetts: Harvard

Business School Publishing. Disponível em:

<https://d3jc3ahdjad7x7.cloudfront.net/yaKnDxCuRvoiHj6AIW2O1gVjZqGvyWyzTcSSZ7cg6ygi0QbL.pdf>

Lusitânia, H. (2024). Disponível em: <https://www.hotellusitania.pt/> (Acedido em

12/03/2024).

IAPMEI. (2016). Guia Explicativo para a Criação do Plano de Negócios e do seu Modelo Financeiro.

IAPMEI. (2016). Guia Prático do Empreendedor.

IAPMEI. (2020). Manual do Empreendedor.

INE. (2023). ESTADO DO AMBIENTE 2022. Disponível em:

[https://www.ine.pt/ngt\\_server/attachfileu.jsp?look\\_parentBoui=643475196&att\\_display=n&att\\_download=y](https://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=643475196&att_display=n&att_download=y).

INE. (2023). Estatísticas do Emprego - Remuneração bruta mensal média por

- trabalhador. Disponível em:  
[https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_destaques&DESTAQUESdest\\_boui=581436403&DESTAQUESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=581436403&DESTAQUESmodo=2) (Acedido em 25/03/2024).
- INE. (2024). Estatísticas do Turismo – 2022. Disponível em:  
[https://www.ine.pt/ngt\\_server/attachfileu.jsp?look\\_parentBoui=619094646&att\\_display=n&att\\_download=y](https://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=619094646&att_display=n&att_download=y)
- INE. (2024). Rendimento médio mensal líquido (Série 2021 - €) da população empregada por conta de outrem por Sexo e Profissão (Grande grupo - CPP); Anual. Disponível em:  
[www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_indicadores&indOcorrCod=0011268&contexto=bd&selTab=tab2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0011268&contexto=bd&selTab=tab2) (Acedido em 23/04/2024).
- Keininghama, T., Aksoyb, L., Brucec, H., Cadeta, F., Clennelld, N., Hodgkinsone, I. & Kearneyf, T. (2020). Customer experience driven business model innovation
- Khan, N., Hassan, A., Fahad, S. & Naushad M. (2020). Factors Affecting Tourism Industry and Its Impacts on Global Economy of the World.
- Kuratko, D. & Audretsch, D. (2009). Strategic Entrepreneurship: Exploring Different Perspectives of an Emerging Concept. Entrepreneurship Theory and Practice.
- Logitravel. (2024). Disponível em: [www.logitravel.pt/contents/affiliate](http://www.logitravel.pt/contents/affiliate) (Acedido em 23/07/2024).
- Massa, L., Tucci, C. & Afuah, A. (2017). A Critical Assessment Of Business Model Research.

McCool, S. & Bosak, K. (2016). Reframing Sustainable Tourism, 2º Ed. USA: Springer.

McKeever, M. (2011). How to Write a Business Plan.

Pato, L. (2015). A Construção e Desenvolvimento do Turismo no Espaço Rural em Portugal: o papel da administração central nos seus conteúdos.

Pereiro, X. (2018). Abordagem exploratória do turismo rural de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal).

Pordata. (2024). Rendimento Disponível Bruto Das Famílias (Base=2016). Disponível em: [www.pordata.pt/portugal/rendimento+disponivel+bruto+das+familias+\(base+2016\)-2407](http://www.pordata.pt/portugal/rendimento+disponivel+bruto+das+familias+(base+2016)-2407) (Acedido em 23/04/2024).

Pordata. (2024). Rendimento nacional bruto per capita e rendimento disponível bruto per capita. Disponível em: <https://www.pordata.pt/portugal/rendimento+nacional+bruto+per+capita+e+rendimento+disponivel+bruto+per+capita-2830> (Acedido em 03/03/2024).

Pordata. (2024). Consumo Privado, Consumo Público E Investimento. Disponível em: [www.pordata.pt/portugal/consumo+privado+\(base+2016\)-2821](http://www.pordata.pt/portugal/consumo+privado+(base+2016)-2821) (Acedido em 03/03/2024).

Pordata. (2024). Disponível em: [www.pordata.pt/pt](http://www.pordata.pt/pt) (Acedido em 20/03/2024).

Pordata. (2024). Resultados dos Censos 2021. Disponível em: <https://www.pordata.pt/censos/resultados/emdestaque-portugal-1075> (Acedido em 23/04/2024).

Pwc. (2023). Guia Fiscal 2023 – IRC. Disponível em:

- [www.pwc.pt/pt/pwcinformisco/guia-fiscal/2023/irc.html](http://www.pwc.pt/pt/pwcinformisco/guia-fiscal/2023/irc.html) (Acedido em 20/04/2024).
- Quinto, Q. d. (2024). Disponível em: <https://www.quintadoquinto.pt/> (Acedido em 12/03/2024)
- Noemi, Q. d. R. (2024). Homepage. Disponível em: <https://quintadorionoemi.com/> (Acedido em 11/03/2024).
- Rasoolimanesha , S., Ramakrishnaa ,S., Hallb C., Esfandiar k., & Seyfi, S. (2020). A systematic scoping review of sustainable tourism indicators in relation to the sustainable development goals.
- Rodrigues, P., Sugahara, C., Branchi, B. & Ferreira, D. (2021). Teoria da mudança e metodologias de avaliação de projetos sociais nas organizações.
- Romeiro Gomes, A. (2016). O Turismo Rural e o desenvolvimento da região centro.
- Sancho, A. (1994). Introducción al Turismo.
- Seazone. (2023). Airbnb ou Booking: qual é o melhor para anunciar meu imóvel? Disponível em: <https://institucional.seazone.com.br/blog/airbnb-ou-booking-qual-e-melhor/> (Acedido em 13/07/2024).
- Selectra. (2024). Qual é o preço do gás natural em Portugal? | Outubro 2024. Disponível em: <https://sueletricidade.pt/pt-pt/page/601/tarifas-baixa-tensao-normal> (Acedido em 20/07/2024).
- Sharpley, R. & Roberts, L. (2004). Rural Tourism — 10 Years On.
- Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus.

Silva, L. (2006). Os impactos do turismo em espaço rural.

Statista. (2022). Average Market Risk Premium Portugal 2022. Disponível em: [www.statista.com/statistics/664896/average-market-risk-premium-portugal-europe/](https://www.statista.com/statistics/664896/average-market-risk-premium-portugal-europe/) (Acedido em 23/07/2024).

Stuart, T. & Sorenson, O. (2005). Social Networks and Entrepreneurship.

Sugahara C. & Rodrigues, P. (2019). Avaliação de impacto de negócios sociais e teoria da mudança.

Santos, S. d. (2024). Como Anunciar No TripAdvisor: Passo-a-Passo Para Se Destacar. Disponível em: [stays.net/blog/como-anunciar-no-tripadvisor/](https://stays.net/blog/como-anunciar-no-tripadvisor/) (Acedido em 20/05/2024).

Portugal, T. d. (2017). Estratégia Turismo 2027. Disponível em: <https://www.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/estrategia/estrategia-turismo-2027.pdf>

Portugal, T. d. (2023). Reativar o Turismo. Construir o Futuro. Plano de Ação. Disponível em: <file:///C:/Users/User/Downloads/Plano%20A%C3%A7%C3%A3o%20Reativar%20o%20Turismo%20Construir%20o%20Futuro.pdf>.

Portugal, T. d. (2024). Taxas de Ocupação | Quarto Jan-Dez 2023. Disponível em: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/alojamento/taxas-de-ocupacao-quartocama-dashboar> (Acedido em 11/07/2024).

Portugal, T. d. (2024). Estratégia Turismo 2027. Disponível em: [www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo\\_Portugal/Estrategia/Estrategia\\_2027/Paginas/default.aspx](https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/Estrategia/Estrategia_2027/Paginas/default.aspx) (Acedido em 20/03/2024).

Portugal, T. d. (2024). Organização E Parceiros. Disponível em:

[www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo\\_Portugal/Organizacao\\_Parceiros/Paginas/default.aspx](http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/Organizacao_Parceiros/Paginas/default.aspx) (Acedido em 20/04/2024).

Portugal, T. d. (2023). Legislação. Disponível em: [https://business.turismodeportugal.pt/pt/Planear\\_Iniciar/Como\\_comecar/Empreendimento\\_Turisticos/Paginas/legislacao-empresendimentos-turisticos.aspx](https://business.turismodeportugal.pt/pt/Planear_Iniciar/Como_comecar/Empreendimento_Turisticos/Paginas/legislacao-empresendimentos-turisticos.aspx) (Acedido em 20/07/2024).

Vodafone. (2024). Pacotes para empresas. Disponível em: [https://www.vodafone.pt/business/comunicacoes/pacotes-empresas.html?c\\_name=aoposb2b&c\\_id=Business\\_Tarifarios-B2B\\_POSPAGO\\_google\\_AO\\_AO\\_Performance\\_Geral\\_na\\_na&c\\_type=textads&c\\_medium=cpc&c\\_source=Google&c\\_phase=PF&c\\_goal=LE&c\\_product=POSPAGO&c\\_subproduct=Geral&c\\_vtype=na&c\\_term=na&gad\\_source=1&gclid=Cj0KCQjwsuSzBhCLARIsAlcdLm43Tx2TtOcbjWX0yfjWbgqLX6\\_pm\\_WEVEwJ8eF8LxNrQ25\\_RPDMqv8aAsfREALw\\_wcB](https://www.vodafone.pt/business/comunicacoes/pacotes-empresas.html?c_name=aoposb2b&c_id=Business_Tarifarios-B2B_POSPAGO_google_AO_AO_Performance_Geral_na_na&c_type=textads&c_medium=cpc&c_source=Google&c_phase=PF&c_goal=LE&c_product=POSPAGO&c_subproduct=Geral&c_vtype=na&c_term=na&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwsuSzBhCLARIsAlcdLm43Tx2TtOcbjWX0yfjWbgqLX6_pm_WEVEwJ8eF8LxNrQ25_RPDMqv8aAsfREALw_wcB) (Acedido em 25/07/2024).

Weiermair, K. (2005). Product Improvement Or Innovation: What Is The Key To Success In Tourism?

Zott, C., Amit, R. & Massa, L. (2011). The Business Model: Recent Developments And Future Research.

## Anexos

### Anexo 1 – Planos de Negócios

<b>Deloitte &amp; Touche (2003)</b>	<b>Harvard (2007)</b>	<b>Kuratko (2009)</b>	<b>IAPMEI (2016)</b>
Sumário Executivo	Sumário Executivo	Sumário Executivo	Sumário Executivo
Descrição da Empresa	Descrição da Empresa	História da Empresa e apresentação dos promotores	Histórico da Empresa e/ou dos promotores
Gestão e organização	Análise Ambiental	Descrição do negócio	Mercado Subjacente
Mercado e Concorrência	Análise Sectorial	Caraterização do mercado	Ideia e posicionamento no mercado
Produto e Serviço	Análise Competitiva	Marketing	Projeto / Produto / Ideia
Vendas e Marketing	Análise de Mercado	Operações	Estratégia Comercial
Informações Financeiras	Plano de Marketing	Projeções Financeiras	Gestão e controlo de negócio
	Plano Operacional	Análise de Risco	Investimento necessário
	Equipa de Gestão	Modelo de gestão e controlo do negócio	Projeções financeiras - Modelo Financeiro
	Plano Financeiro	Calendarização	
	Calendarização	Anexos	
	Anexos		

Tabela 3 - Fonte: Deloitte & Touche (2003), Harvard (2007), Kuratko (2009) IAPMEI (2016)

## Anexo 2 - Unidades Turísticas Existentes no Concelho da Guarda

(Concorrentes Diretos)

<b>Unidades</b>	<b>Rua</b>	<b>Conceito</b>	<b>Preço Médio</b>	<b>Características</b>
Quinta do Rio Noémi	Quinta do Noéme de cima SN, 6300-776 Guarda, Portugal	Casa de Campo	Entre 110€/noite e 153€/noite, de acordo com o tipo de alojamento selecionado	-Piscina exterior; -Estacionamento privado e gratuito; -Pequeno-almoço; -Atividades extra pagas (Aluguer de bicicletas, equitação, caminhadas...); -Jardim e Terraço.
Alqueiturismo - Casas de Campo	Quinta da Alqueidosa, 6300-090 Guarda, Portugal	Casa de Campo	Entre 155€/noite e 193€/noite, de acordo com o tipo de alojamento selecionado	-Piscina exterior; -Centro de fitness; -Jardim e terraço; -Salão partilhado; -Estacionamento privado e gratuito.
Quinta do Quinto	Rua do Instituto, 6300-080 Porto da Carne, Portugal	Casa de Campo	Entre 65€/noite e 187€/noite, de acordo com o tipo de alojamento selecionado	-Piscina exterior; - Bar e salão partilhado; -Jardim e terraço; -Estacionamento privado e gratuito; - Atividades gratuitas (caminhadas, entretenimento noturno, sala de jogos...).
Agroturismo - Quinta do Pinheiro	Rua do Instituto, 6300-080 Cavadoude, Portugal	Agroturismo	Entre 80€/noite e 160€/noite, de acordo com o tipo de alojamento selecionado	-Piscina exterior; -Serviço de Quartos; -Estacionamento privado e gratuito; -Pequeno-almoço; - Atividades da quinta, (cuidar dos animais e colher azeitonas para a produção de azeite).

Tabela 4 - Fonte: Booking.com

## Anexo 3 - Unidades Turísticas Existentes no Concelho da Guarda

(Concorrentes Indiretos)

<b>Unidades</b>	<b>Rua</b>	<b>Conceito</b>	<b>Preço Médio</b>	<b>Características</b>
Hotel Lusitania Congress & Spa	Rua das Maias, 6300-389 Guarda, Portugal	Hotel 4 Estrelas	Entre 59€/noite e 183€/noite, de acordo com o tipo de alojamento selecionado	-Piscina interior e exterior; -SPA; -1º Hotel biológico de Portugal – Quinta orgânica e jardim de flores; -Centro de Fitness; -Estacionamento privado e gratuito; -Pequeno-almoço; -Restaurante e Bar.
Hotel Versatile	Av. Monsenhor Mendes Do Carmo, 6300 - 586 Guarda, Portugal	Hotel 4 Estrelas	Entre 68€/noite e 143€/noite, de acordo com o tipo de alojamento selecionado	- Receção 24 horas; -Serviços de baby-sitting; -Pequeno-almoço; -Restaurante e Bar; -Estacionamento privado e gratuito.
Hotel Santos	Rua Tenente Valadim, nº 14, 6300-764 Guarda, Portugal	Hotel 3 Estrelas	Entre 50€/noite e 90€/noite, de acordo com o tipo de alojamento selecionado	-Estacionamento privado e gratuito; -Serviços de baby-sitting; -Bar; -Pequeno-Almoço; -Muito central: 150 metros da catedral da cidade.
Hotel Pombeira	Outeiro de São Miguel, 6300-035 Guarda, Portugal	Hotel 3 Estrelas	Entre 53€/noite e 108€/noite, de acordo com o tipo de alojamento selecionado	-Estacionamento privado e gratuito; -Bar; -Pequeno-Almoço.

Tabela 5 - Fonte: Booking.com

## Anexo 4 - Análise das 5 forças de Porter

Rivalidade entre Concorrentes: Média
Poucos concorrentes, mas com serviços e preços semelhantes; Crescimento do turismo em Portugal, em particular do turismo rural; Qualidade do serviço prestado elevado.
Poder de Negociação dos Clientes: Média
Pouca oferta e com pouca diferenciação de preço; Não existe custo de mudança para os clientes; Possibilidade de fidelização, visto este ser um alojamento familiar.
Poder de negociação dos fornecedores: Média
Poucos fornecedores, quer de serviços complementares quer de bens consumíveis; Custo de mudança de fornecedor reduzido.
Ameaça Produtos/Serviços substitutos: Média
Existência de alguns serviços substitutos; Preços semelhantes; Falta de autenticidade.
Ameaça entrada novos concorrentes: Média
Tendência para o crescimento do setor do turismo, sobretudo do turismo rural, o que viabiliza o surgimento de novas empresas de hotelaria/alojamentos e conseqüentemente o surgimento de novos conceitos; Aumento dos apoios monetários, financiados pela União Europeia, com o intuito de valorizar o meio rural (nomeadamente o Fundo Europeu Agrícola e de Desenvolvimento Rural – FEADER).

Tabela 6 - Fonte: Elaboração própria.

## Anexo 5 - Análise SWOT

<p><b>Forças</b></p> <p>Ambiente familiar; Localização; Bons acessos; Espaço exterior; Possibilidade de interação nas atividades da Quinta; Perto de vários locais de interesse histórico, cultural, de lazer ou de desporto ex: Praia Fluvial de Valhelhas, Sabugal, Belmonte; Possibilidade de interação com os locais; Consumo de produtos produzidos na quinta e por produtores locais.</p>	<p><b>Fraquezas</b></p> <p>Fraca rede de transportes públicos, com horários reduzidos; Fraca rede de telecomunicações; Falta de conhecimentos do gerente na área do turismo.</p>
---	--

<p><b>Oportunidades</b> Tendência para o aumento da procura deste tipo de turismo; Pouca oferta de unidades de Alojamento na região; Valorização crescente de produtos tradicionais e biológicos; Aumento da preocupação com questões de saúde mental e bem-estar.</p>	<p><b>Ameaças</b> Instabilidade política; Tendência para o aparecimento de novas unidades de Turismo em Espaço Rural e com novos conceitos; Burocracia exigida pelas variadas entidades, como a ASAE ou as Camaras Municipais para a abertura de novos espaços; Alterações climáticas – Incêndios florestais e aumento da temperatura que influencia a queda de neve na região.</p>
--	---

Tabela 7 - Fonte: Elaboração própria.

## Anexo 6 – Marketing Mix: Processos

<p><b>Reserva do Alojamento:</b> A reserva do alojamento pode ser feita através das plataformas digitais, mas também por contacto telefónico. Assim, será necessário seleccionar as datas pretendidas e após verificação da disponibilidade é gerado o valor para os dias seleccionados. No caso do contacto pessoal, o valor será mais baixo, visto não ser necessário pagar o serviço de intermediários. Posto isto e de forma a prosseguir com a reserva, serão solicitados os dados pessoais do hóspede principal, podendo pagar de imediato ou apenas no alojamento.</p>
<p><b>Preparação Alojamento:</b> Após a confirmação de reserva, os alojamentos serão preparados, de acordo com as especificidades dos hóspedes (nº e idade dos hospedes ou pedidos especiais), de forma a estar de acordo com as expectativas do mesmo.</p>
<p><b>Receção no Alojamento:</b> O check-in pode ser feito entre as 13h e as 20h ou em outra hora, em casos específicos. A receção no espaço físico será feita pela promotora ou pelo/a colaborador/a, que entregarão a chave e o contacto em caso de emergência, seguindo-se uma apresentação dos espaços comuns.</p>
<p><b>Estadia:</b> Nesta fase os hóspedes já se encontram instalados e poderão usufruir de todos os espaços e atividades existentes na quinta. Todos os dias serão disponibilizados serviços de limpeza. Das 8 até as 20 horas existirá sempre alguém disponível na quinta, de forma a poder ajudar em qualquer eventualidade.</p>

**Saída:** Os hóspedes deverão realizar o check-out até as 11h, devendo entregar a chave na receção, onde irão ainda proceder ao pagamento, no caso de ainda não o terem feito. Será enviado, posteriormente, um pequeno questionário, via e-mail, de forma a receber feedback, bem como sugestões.

Tabela 8 - Fonte: Elaboração própria.

Anexo 7 – Business Model Canvas

<b>Parcerias Chave</b>	<b>Atividades Chave</b>	<b>Proposta de valor</b>	<b>Relação com Clientes</b>	<b>Segmentos de Mercado</b>
Plataformas online. Fornecedores;	Facilidade em realizar reservas; Alojamento cuidado e limpo; Apoio aos hóspedes antes e durante a estadia; Check -in e Check-out.	Simpatia; Autenticidade, Conforto; Contacto com o mundo rural;	Email; Redes Sociais e Website; Publicidade.	Famílias; Classe média; Nacionais e internacionais; Que procurem tranquilidade e convívio com a natureza.
	<b>Recursos Chave</b>		<b>Canais</b>	
	Recursos Humanos; Capital Próprio; Cabanas e espaços de convívio; Decoração;		Redes Sociais; Website próprio; Websites de turismo.	
<b>Estrutura de Custos</b>			<b>Fontes de Rendimento</b>	
Custos com Recursos humanos; FSE (água, luz, gás); Seguros e impostos; Custos com matérias-primas.			Vendas de estadias; Vendas de produtos locais e biológicos; Venda de Refeições; Aluguer de equipamentos.	

Tabela 9 - Fonte: Elaboração própria.

### Anexo 8 – Vendas (Cenário Base)

	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Taxa de ocupação média	0%	46%	51%	56%	61%	64%	68%	71%	71%	71%
Época Alta (6 meses - 183 dias)	0%	61%	67%	74%	81%	85%	90%	94%	94%	94%
Época Baixa (6 meses - 182 dias)	0%	31%	34%	38%	41%	43%	45%	48%	48%	48%
<b>Venda de Alojamentos:</b>										
Época alta	€ -	€ 70 326,90	€ 77 359,59	€ 89 147,72	€ 98 062,49	€ 107 645,87	€ 113 028,16	€ 118 679,57	€ 123 839,55	€ 123 839,55
Época baixa	€ -	€ 28 458,00	€ 31 303,80	€ 36 459,72	€ 40 105,69	€ 44 450,48	€ 46 673,00	€ 49 006,65	€ 51 585,95	€ 51 585,95
<b>Total</b>	€ -	€ 98 784,90	€ 108 663,39	€ 125 607,44	€ 138 168,18	€ 152 096,34	€ 159 701,16	€ 167 686,22	€ 175 425,50	€ 175 425,50
<b>Pressupostos:</b>										
entre 2025 e 2028 subiu 10%										
A partir de 2029 subiu 5%										
A partir de 2031 esperasse que crescimento comesse a estagnar e se fique por volta dos 71%										
<b>Pequeno almoço:</b> Preço 17,5€/pessoa, assumindo que metade dos hóspedes adquirem o pequeno almoço, sendo que até 14 anos não pagam										
Época alta	€	5 860,58	€ 6 446,63	€ 7 091,30	€ 7 800,43	€ 8 190,45	€ 8 599,97	€ 9 029,97	€ 9 029,97	€ 9 029,97
Época baixa	€	2 978,33	€ 3 276,16	€ 3 603,77	€ 3 964,15	€ 4 162,36	€ 4 370,48	€ 4 589,00	€ 4 589,00	€ 4 589,00
<b>Total</b>	€	8 838,90	€ 9 722,79	€ 10 695,07	€ 11 764,58	€ 12 352,80	€ 12 970,44	€ 13 618,97	€ 13 618,97	€ 13 618,97
<b>Venda de Produtos locais:</b> Assumindo que 1/2 dos hóspedes faz compras até 10€ cada										
Época alta	€	3 348,90	€ 3 683,79	€ 4 052,17	€ 4 457,39	€ 4 680,26	€ 4 914,27	€ 5 159,98	€ 5 159,98	€ 5 159,98
Época baixa	€	1 674,00	€ 1 841,40	€ 2 025,54	€ 2 228,09	€ 2 339,50	€ 2 456,47	€ 2 579,30	€ 2 579,30	€ 2 579,30
<b>Total</b>	€	5 022,90	€ 5 525,19	€ 6 077,71	€ 6 685,48	€ 7 019,75	€ 7 370,74	€ 7 739,28	€ 7 739,28	€ 7 739,28
<b>Aluguer de Equipamentos (Bicicleta):</b> Assumindo que 1/3 dos hóspedes adquirem a 2€ por bicicleta										
Época alta	€	446,52	€ 491,17	€ 540,29	€ 594,32	€ 624,03	€ 655,24	€ 688,00	€ 688,00	€ 688,00
Época baixa	€	223,20	€ 245,52	€ 270,07	€ 297,08	€ 311,93	€ 327,53	€ 343,91	€ 343,91	€ 343,91
<b>Total</b>	€	669,72	€ 736,69	€ 810,36	€ 891,40	€ 935,97	€ 982,77	€ 1 031,90	€ 1 031,90	€ 1 031,90
<b>Venda de refeições:</b> Assumindo que 1/3 dos hóspedes adquire pelo menos 1 refeição por dia 20€										
Época alta	€	4 465,20	€ 4 911,72	€ 5 402,89	€ 5 943,18	€ 6 240,34	€ 6 552,36	€ 6 879,98	€ 6 879,98	€ 6 879,98
Época baixa	€	2 232,00	€ 2 455,20	€ 2 700,72	€ 2 970,79	€ 3 119,33	€ 3 275,30	€ 3 439,06	€ 3 439,06	€ 3 439,06
<b>Total</b>	€	6 697,20	€ 7 366,92	€ 8 103,61	€ 8 913,97	€ 9 359,67	€ 9 827,66	€ 10 319,04	€ 10 319,04	€ 10 319,04

RECEITAS	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Vendas de Alojamentos	- €	98 784,90 €	108 663,39 €	125 607,44 €	138 168,18 €	152 096,34 €	159 701,16 €	167 686,22 €	175 425,50 €	175 425,50 €
Venda de Pequenos Almoços	- €	8 838,90 €	9 722,79 €	10 695,07 €	11 764,58 €	12 352,80 €	12 970,44 €	13 618,97 €	13 618,97 €	13 618,97 €
Venda de Produtos Biológicos e Locais	- €	5 022,90 €	5 525,19 €	6 077,71 €	6 685,48 €	7 019,75 €	7 370,74 €	7 739,28 €	7 739,28 €	7 739,28 €
Aluguer de Equipamentos (Bicicletas)	- €	669,72 €	736,69 €	810,36 €	891,40 €	935,97 €	982,77 €	1 031,90 €	1 031,90 €	1 031,90 €
Venda de Almoço e Jantar	- €	6 697,20 €	7 366,92 €	8 103,61 €	8 913,97 €	9 359,67 €	9 827,66 €	10 319,04 €	10 319,04 €	10 319,04 €
<b>Total</b>	- €	120 013,62 €	132 014,98 €	151 294,19 €	166 423,61 €	181 764,54 €	190 852,77 €	200 395,41 €	208 134,69 €	208 134,69 €

Tabela 10 - Fonte: Elaboração própria.

### Anexo 9 – Vendas (Cenário Favorável)

Assumindo que a taxa de ocupação no primeiro ano é de 56% (mais 10% do que no cenário base), mantendo tudo igual ao cenário base										
	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Taxa de ocupação média	0%	56%	62%	68%	75%	78%	82%	86%	86%	86%
Época Alta (6 meses - 183 dias)	0%	71%	78%	86%	95%	99%	100%	100%	100%	100%
Época Baixa (6 meses - 182 dias)	0%	40%	44%	48%	53%	56%	63%	71%	71%	71%
<b>Venda de Alojamentos:</b>										
Época Alta	€ -	€ 81 855,90	€ 90 041,49	€ 103 762,10	€ 114 138,31	€ 125 292,73	€ 126 270,00	€ 126 270,00	€ 126 270,00	€ 126 270,00
Época Baixa	€ -	€ 36 720,00	€ 40 392,00	€ 47 044,80	€ 51 749,28	€ 54 336,74	€ 61 236,00	€ 69 012,00	€ 69 012,00	€ 69 012,00
<b>Total</b>	€ -	€ 118 575,90	€ 130 433,49	€ 150 806,90	€ 165 887,59	€ 179 629,48	€ 187 506,00	€ 195 282,00	€ 195 282,00	€ 195 282,00
<b>Pressupostos:</b>										
entre 2025 e 2028 subiu 10%										
A partir de 2029 subiu 5%										
A partir de 2031 esperasse que crescimento comesse a estagnar e se fique por volta dos 86%										
<b>Pequeno Almoço:</b> Preço 17,5€/pessoa, assumindo que metade das pessoas adquirem o pequeno almoço, sendo que até 14 anos não pagam										
Época Alta	€	6 821,33	€ 7 503,46	€ 8 253,80	€ 9 079,18	€ 9 533,14	€ 9 607,50	€ 9 607,50	€ 9 607,50	€ 9 607,50
Época Baixa	€	3 843,00	€ 4 227,30	€ 4 650,03	€ 5 115,03	€ 5 370,78	€ 6 052,73	€ 6 821,33	€ 6 821,33	€ 6 821,33
<b>Total</b>	€	10 664,33	€ 11 730,76	€ 12 903,83	€ 14 194,22	€ 14 903,93	€ 15 660,23	€ 16 428,83	€ 16 428,83	€ 16 428,83
<b>Venda de Produtos locais:</b> Assumindo que 1/2 dos hóspedes faz compras até 10€ cada										
Época Alta	€	3 897,90	€ 4 287,69	€ 4 716,46	€ 5 188,10	€ 5 447,51	€ 5 490,00	€ 5 490,00	€ 5 490,00	€ 5 490,00
Época Baixa	€	2 160,00	€ 2 376,00	€ 2 613,60	€ 2 874,96	€ 3 018,71	€ 3 402,00	€ 3 834,00	€ 3 834,00	€ 3 834,00
<b>Total</b>	€	6 057,90	€ 6 663,69	€ 7 330,06	€ 8 063,06	€ 8 466,22	€ 8 892,00	€ 9 324,00	€ 9 324,00	€ 9 324,00
<b>Aluguer de Equipamentos (Bicicleta):</b> Assumindo que 1/3 dos hóspedes adquirem a 2€ por bicicleta										
Época Alta	€	519,72	€ 571,69	€ 628,86	€ 691,75	€ 726,33	€ 732,00	€ 732,00	€ 732,00	€ 732,00
Época Baixa	€	288,00	€ 316,80	€ 348,48	€ 383,33	€ 402,49	€ 453,60	€ 511,20	€ 511,20	€ 511,20
<b>Total</b>	€	807,72	€ 888,49	€ 977,34	€ 1 075,08	€ 1 128,83	€ 1 185,60	€ 1 243,20	€ 1 243,20	€ 1 243,20
<b>Venda de refeições:</b> Assumindo que 1/3 dos hóspedes adquire pelo menos 1 refeição por dia 20€										
Época Alta	€	5 197,20	€ 5 716,92	€ 6 288,61	€ 6 917,47	€ 7 263,35	€ 7 320,00	€ 7 320,00	€ 7 320,00	€ 7 320,00
Época Baixa	€	2 880,00	€ 3 168,00	€ 3 484,80	€ 3 833,28	€ 4 024,94	€ 4 536,00	€ 5 112,00	€ 5 112,00	€ 5 112,00
<b>Total</b>	€	8 077,20	€ 8 884,92	€ 9 773,41	€ 10 750,75	€ 11 288,29	€ 11 856,00	€ 12 432,00	€ 12 432,00	€ 12 432,00

RECEITAS	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Vendas de Alojamentos	- €	118 575,90 €	130 433,49 €	150 806,90 €	165 887,59 €	179 629,48 €	187 506,00 €	195 282,00 €	195 282,00 €	195 282,00 €
Venda de Pequenos Almoços	- €	10 664,33 €	11 730,76 €	12 903,83 €	14 194,22 €	14 903,93 €	15 660,23 €	16 428,83 €	16 428,83 €	16 428,83 €
Venda de Produtos Biológicos e Locais	- €	6 057,90 €	6 663,69 €	7 330,06 €	8 063,06 €	8 466,22 €	8 892,00 €	9 324,00 €	9 324,00 €	9 324,00 €
Aluguer de Equipamentos (Bicicletas)	- €	807,72 €	888,49 €	977,34 €	1 075,08 €	1 128,83 €	1 185,60 €	1 243,20 €	1 243,20 €	1 243,20 €
Venda de Almoço e Jantar	- €	8 077,20 €	8 884,92 €	9 773,41 €	10 750,75 €	11 288,29 €	11 856,00 €	12 432,00 €	12 432,00 €	12 432,00 €
<b>Total</b>	- €	<b>144 183,05 €</b>	<b>158 601,35 €</b>	<b>181 791,54 €</b>	<b>199 970,70 €</b>	<b>215 416,74 €</b>	<b>225 099,83 €</b>	<b>234 710,03 €</b>	<b>234 710,03 €</b>	<b>234 710,03 €</b>

Tabela 11 - Fonte: Elaboração própria.

### Anexo 10 – Vendas (Cenário Desfavorável)

Assumindo que a taxa de ocupação no primeiro ano é de 36% ( menos 10% do que no cenário base), mantendo tudo igual ao cenário base										
	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Taxa de ocupação média	0%	36%	40%	44%	48%	50%	53%	55%	55%	55%
Época Alta (6 meses - 183 dias)	0%	45%	50%	54%	60%	63%	66%	69%	69%	69%
Época Baixa (6 meses - 182 dias)	0%	26%	29%	31%	35%	36%	38%	40%	40%	40%
<b>Venda de Alojamentos:</b>										
Época Alta	€ -	€ 51 880,50	€ 57 068,55	€ 65 764,71	€ 72 341,18	€ 79 410,89	€ 83 381,43	€ 87 550,50	€ 91 357,05	€ 91 357,05
Época Baixa	€ -	€ 23 868,00	€ 26 254,80	€ 30 579,12	€ 33 637,03	€ 37 281,04	€ 39 145,10	€ 41 102,35	€ 43 265,63	€ 43 265,63
<b>Total</b>	€ -	€ 75 748,50	€ 83 323,35	€ 96 343,83	€ 105 978,21	€ 116 691,93	€ 122 526,53	€ 128 652,85	€ 134 622,68	€ 134 622,68
<b>Pressupostos:</b>										
entre 2025 e 2028 subiu 10%										
A partir de 2029 subiu 5%										
A partir de 2031 esperasse que crescimento comesse a estagnar e se fique por volta dos 55%										
<b>Pequeno almoço:</b>	Preço 17,5€/pessoa, assumindo que metade das pessoas adquirem o pequeno almoço, sendo que até 14 anos não pagam									
Época Alta	€	4 323,38	€ 4 755,71	€ 5 231,28	€ 5 754,41	€ 6 042,13	€ 6 344,24	€ 6 661,45	€ 6 661,45	€ 6 661,45
Época Baixa	€	2 497,95	€ 2 747,75	€ 3 022,52	€ 3 324,77	€ 3 491,01	€ 3 665,56	€ 3 848,84	€ 3 848,84	€ 3 848,84
<b>Total</b>	€	6 821,33	€ 7 503,46	€ 8 253,80	€ 9 079,18	€ 9 533,14	€ 10 009,80	€ 10 510,29	€ 10 510,29	€ 10 510,29
<b>Venda de Produtos locais:</b>	Assumindo que 1/2 dos hospedes faz compras até 10€ cada									
Época Alta	€	2 470,50	€ 2 717,55	€ 2 989,31	€ 3 288,24	€ 3 452,65	€ 3 625,28	€ 3 806,54	€ 3 806,54	€ 3 806,54
Época Baixa	€	1 404,00	€ 1 544,40	€ 1 698,84	€ 1 868,72	€ 1 962,16	€ 2 060,27	€ 2 163,28	€ 2 163,28	€ 2 163,28
<b>Total</b>	€	3 874,50	€ 4 261,95	€ 4 688,15	€ 5 156,96	€ 5 414,81	€ 5 685,55	€ 5 969,83	€ 5 969,83	€ 5 969,83
<b>Aluguer de Equipamentos (Bicicletas)</b>	Assumindo que 1/3 dos hospedes adquirem a 2€ por bicicleta									
Época Alta	€	329,40	€ 362,34	€ 398,57	€ 438,43	€ 460,35	€ 483,37	€ 507,54	€ 507,54	€ 507,54
Época Baixa	€	187,20	€ 205,92	€ 226,51	€ 249,16	€ 261,62	€ 274,70	€ 288,44	€ 288,44	€ 288,44
<b>Total</b>	€	516,60	€ 568,26	€ 625,09	€ 687,59	€ 721,97	€ 758,07	€ 795,98	€ 795,98	€ 795,98
<b>Venda de refeições:</b>	Assumindo que 1/3 dos hospedes adquire pelo menos 1 refeição por dia 20€									
Época Alta	€	3 294,00	€ 3 623,40	€ 3 985,74	€ 4 384,31	€ 4 603,53	€ 4 833,71	€ 5 075,39	€ 5 075,39	€ 5 075,39
Época Baixa	€	1 872,00	€ 2 059,20	€ 2 265,12	€ 2 491,63	€ 2 616,21	€ 2 747,02	€ 2 884,38	€ 2 884,38	€ 2 884,38
<b>Total</b>	€	5 166,00	€ 5 682,60	€ 6 250,86	€ 6 875,95	€ 7 219,74	€ 7 580,73	€ 7 959,77	€ 7 959,77	€ 7 959,77

RECEITAS	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Vendas de Alojamentos	- €	75 748,50 €	83 323,35 €	96 343,83 €	105 978,21 €	116 691,93 €	122 526,53 €	128 652,85 €	134 622,68 €	134 622,68 €
Venda de Pequenos Almoços	- €	6 821,33 €	7 503,46 €	8 253,80 €	9 079,18 €	9 533,14 €	10 009,80 €	10 510,29 €	10 510,29 €	10 510,29 €
Venda de Produtos Biológicos e Locais	- €	3 874,50 €	4 261,95 €	4 688,15 €	5 156,96 €	5 414,81 €	5 685,55 €	5 969,83 €	5 969,83 €	5 969,83 €
Aluguer de Equipamentos (Bicicletas)	- €	516,60 €	568,26 €	625,09 €	687,59 €	721,97 €	758,07 €	795,98 €	795,98 €	795,98 €
Venda de Almoço e Jantar	- €	5 166,00 €	5 682,60 €	6 250,86 €	6 875,95 €	7 219,74 €	7 580,73 €	7 959,77 €	7 959,77 €	7 959,77 €
<b>Total</b>	- €	<b>92 126,93 €</b>	<b>101 339,62 €</b>	<b>116 161,72 €</b>	<b>127 777,90 €</b>	<b>139 581,60 €</b>	<b>146 560,68 €</b>	<b>153 888,71 €</b>	<b>159 858,54 €</b>	<b>159 858,54 €</b>

Tabela 12 - Fonte: Elaboração própria.

### Anexo 11 – Gastos (FSE'S e gastos com pessoal)

GASTOS	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Investimento	€ 380 000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Custos Websites de turismo	€ -	€ 1 876,91	€ 2 064,60	€ 2 386,54	€ 2 675,20	€ 2 889,83	€ 3 034,32	€ 3 186,04	€ 3 333,08	€ 3 333,08
Custos Métodos de Pagamento (Paypal, Visa,...)	€ -	€ 158,73	€ 174,60	€ 199,35	€ 219,29	€ 238,67	€ 250,61	€ 263,14	€ 272,42	€ 272,42
Água, luz, gás e comunicações	€ 200,00	€ 8 400,00	€ 8 400,00	€ 8 400,00	€ 8 400,00	€ 8 400,00	€ 8 400,00	€ 8 400,00	€ 8 400,00	€ 8 400,00
Gastos de contabilidade	€ 370,00	€ 2 220,00	€ 2 220,00	€ 2 220,00	€ 2 220,00	€ 2 220,00	€ 2 220,00	€ 2 220,00	€ 2 220,00	€ 2 220,00
Custos agrícolas e pecuários	€ -	€ 6 000,00	€ 6 000,00	€ 6 000,00	€ 6 000,00	€ 6 000,00	€ 6 000,00	€ 6 000,00	€ 6 000,00	€ 6 000,00
Custos de Marketing	€ -	€ 2 000,00	€ 2 000,00	€ 2 000,00	€ 2 000,00	€ 2 000,00	€ 2 000,00	€ 2 000,00	€ 2 000,00	€ 2 000,00
Gastos com Pessoal	€ -	€ 18 449,28	€ 18 449,28	€ 18 449,28	€ 18 449,28	€ 18 449,28	€ 21 084,03	€ 21 084,03	€ 21 084,03	€ 21 084,03
Empregado	€ -	€ 18 449,28	€ 18 449,28	€ 18 449,28	€ 18 449,28	€ 18 449,28	€ 21 084,03	€ 21 084,03	€ 21 084,03	€ 21 084,03
<b>Total</b>	€ 380 570,00	€ 57 554,20	€ 57 757,76	€ 58 104,45	€ 58 363,04	€ 63 916,56	€ 64 072,99	€ 64 237,24	€ 64 393,57	€ 64 393,57

Água, Luz, Gás e Internet	Água: No conselho da Guarda a tarifa fixa (preço médio por agregado) é de 2,21€: (2,21€*6*6) + custos empvistos	150 €
	Luz: Para um Kva de 20,7 com um preço de 0,9605€ /dia para 7 casas (6 cabanas + casa principal): (0,9605*30D*7) + custos empvistos	350 €
	Gás: Segundo a empresa Selectra, o preço médio estimado de gás no mercado livre para pequenos negócios é de 94,72€	94,72 €
	Telecomunicações: Preço disponível em site de conceituada empresa de telecomunicações para pacotes de telecomunicações para empresas	72,69 €
	Arredondando em excesso, de forma a prevenir possíveis inconvenientes fixaram-se estes custos em 700€/mês, apesar de existir a consciência que estes valores irão variar ao longo do ano. Excecionalmente 2024 não terá 12 meses, mas sim 2 e o valor será de 100€/mês, visto só estamos a gastar água e luz.	
Custos de Marketing	budget 2000€/ano	

			Tx variável	Tx fixa	Proporção de Utilizadores
Compras na loja e pagamento do alojamento em cartão	Visa	pressupomos 2% (varia entre 1.43%	2%	-	0,4
	Mastercard	pressupomos 2% (varia entre 1.55%	2%	-	0,4
	Dinheiro Vivo				0,2

Pressupomos: 2/5 visa e 2/5 mastercard e 1/5 dinheiro vivo, sendo que apenas 15% faz os pagamentos no alojamento

		Por reserva	Percentagem de reservas feita por cada website	
Booking		15%	50%	
Tripadvisor		3%	15%	
Airbby		3%	15%	
Longitravel		5%	5%	*15% das reservas são feitas diretamente com o estabelecimento

Website de Turismo	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Booking	- €	740,89 €	814,98 €	942,06 €	1 036,26 €	1 140,72 €	1 197,76 €	1 257,65 €	1 315,69 €	1 315,69 €
Tripadvisor	- €	444,53 €	488,99 €	565,23 €	621,76 €	684,43 €	718,66 €	754,59 €	789,41 €	789,41 €
Airbby	- €	444,53 €	488,99 €	565,23 €	621,76 €	684,43 €	718,66 €	754,59 €	789,41 €	789,41 €
Longitravel	- €	246,96 €	271,66 €	314,02 €	345,42 €	380,24 €	399,25 €	419,22 €	438,56 €	438,56 €
<b>Total</b>	- €	1 876,91 €	2 064,60 €	2 386,54 €	2 625,20 €	2 889,83 €	3 034,32 €	3 186,04 €	3 333,08 €	3 333,08 €

Gastos com Pessoal										
	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
<b>Remuneração Bruta</b>		11 400,00 €	11 400,00 €	11 400,00 €	11 400,00 €	13 200,00 €	13 200,00 €	13 200,00 €	13 200,00 €	13 200,00 €
Retenção IRS	- €	731,88 €	731,88 €	731,88 €	731,88 €	1 211,76 €	1 211,76 €	1 211,76 €	1 211,76 €	1 211,76 €
Retenção SS	- €	1 254,00 €	1 254,00 €	1 254,00 €	1 254,00 €	1 452,00 €	1 452,00 €	1 452,00 €	1 452,00 €	1 452,00 €
<b>Remuneração líquida</b>	- €	9 414,12 €	9 414,12 €	9 414,12 €	9 414,12 €	10 536,24 €	10 536,24 €	10 536,24 €	10 536,24 €	10 536,24 €
<b>Subsídio Férias</b>	- €	950,00 €	950,00 €	950,00 €	950,00 €	1 100,00 €	1 100,00 €	1 100,00 €	1 100,00 €	1 100,00 €
Retenção IRS	- €	60,99 €	60,99 €	60,99 €	60,99 €	100,98 €	100,98 €	100,98 €	100,98 €	100,98 €
Retenção SS	- €	104,50 €	104,50 €	104,50 €	104,50 €	121,00 €	121,00 €	121,00 €	121,00 €	121,00 €
<b>Subsídio Natal</b>	- €	950,00 €	950,00 €	950,00 €	950,00 €	1 100,00 €	1 100,00 €	1 100,00 €	1 100,00 €	1 100,00 €
Retenção IRS	- €	60,99 €	60,99 €	60,99 €	60,99 €	100,98 €	100,98 €	100,98 €	100,98 €	100,98 €
Retenção SS	- €	104,50 €	104,50 €	104,50 €	104,50 €	121,00 €	121,00 €	121,00 €	121,00 €	121,00 €
<b>TSU</b>	- €	3 158,75 €	3 158,75 €	3 158,75 €	3 158,75 €	3 657,50 €	3 657,50 €	3 657,50 €	3 657,50 €	3 657,50 €
<b>Subsídio de ref.* Seguro</b>	- €	1 762,53 €	1 762,53 €	1 762,53 €	1 762,53 €	1 762,53 €	1 762,53 €	1 762,53 €	1 762,53 €	1 762,53 €
<b>Gasto p/ colaborador</b>	- €	228,00 €	228,00 €	228,00 €	228,00 €	264,00 €	264,00 €	264,00 €	264,00 €	264,00 €
<b>Total</b>	0,00 €	36 898,56 €	36 898,56 €	36 898,56 €	36 898,56 €	42 168,06 €	42 168,06 €	42 168,06 €	42 168,06 €	42 168,06 €

\*assumindo 21 dias úteis por mês

Taxas	
IRS 2024 - 2028	6,42%
IRS 2029-2034	9,18%
SS	11%
TSU	23,75%
Subsídio de ref. Seguro	7,63 € 2,00%

Tabela 13 - Fonte: Elaboração própria

## Anexo 12 – Investimento Inicial

Cabanas	Compra cabanas + instalação	20.000€ x6
	Compra de cozinha e wc + instalação	25.000€ x6
Obras de Conservação e reparação	Piscina	5.500€
	Obras de reparação diversas: incluindo pintura, compra e instalação de wc e de cozinha	74.500€
Mobiliário e Decoração	Para as 6 cabanas e para o espaço comum	30.000€
Total		380 000,00 €

Tabela 14 - Fonte: Elaboração próprio

## Anexo 13 – Demonstração de Resultados (Para todos os cenários)

RENDIMENTOS E GASTOS BASE	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Vendas e serviços prestados	0,00 €	120 013,62 €	132 014,98 €	151 294,19 €	166 423,61 €	181 764,54 €	190 852,77 €	200 395,41 €	208 134,69 €	208 134,69 €
FSE	570,00 €	20 655,64 €	20 859,20 €	21 205,89 €	21 464,48 €	21 748,50 €	21 904,93 €	22 069,18 €	22 225,51 €	22 225,51 €
Gastos com o pessoal	0,00 €	36 898,56 €	36 898,56 €	36 898,56 €	36 898,56 €	42 168,06 €	42 168,06 €	42 168,06 €	42 168,06 €	42 168,06 €
Provisões (aumentos/reduções)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Outras imparidades	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Outros rendimentos e ganhos	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Outros gastos e perdas	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>EBITDA</b>	-570,00 €	62 459,42 €	74 257,22 €	93 189,74 €	108 060,57 €	117 847,98 €	126 779,78 €	136 158,17 €	143 741,12 €	143 741,12 €
Gastos/Reversões de depreciação e de amortização	0,00 €	16 999,00 €	16 999,00 €	16 999,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €
<b>EBIT</b>	-570,00 €	45 460,42 €	57 258,22 €	76 190,74 €	101 060,57 €	110 847,98 €	119 779,78 €	129 158,17 €	136 741,12 €	136 741,12 €
Juros e rendimentos similares obtidos	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Juros e gastos similares suportados	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>EBT</b>	-570,00 €	45 460,42 €	57 258,22 €	76 190,74 €	101 060,57 €	110 847,98 €	119 779,78 €	129 158,17 €	136 741,12 €	136 741,12 €
Imposto sobre o rendimento	0,00 €	9 426,99 €	12 024,23 €	16 000,05 €	21 222,72 €	23 278,08 €	25 153,75 €	27 123,22 €	28 715,63 €	28 715,63 €
<b>Resultado líquido do período</b>	-570,00 €	36 033,43 €	45 233,99 €	60 190,68 €	79 837,85 €	87 569,90 €	94 626,03 €	102 034,96 €	108 025,48 €	108 025,48 €

RENDIMENTOS E GASTOS FAVORAVEL	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Vendas e serviços prestados	0,00 €	144 183,05 €	158 601,35 €	181 791,54 €	199 970,70 €	215 416,74 €	225 099,83 €	234 710,03 €	234 710,03 €	234 710,03 €
FSE	570,00 €	22 721,20 €	22 945,12 €	23 326,48 €	23 610,93 €	23 923,35 €	24 095,42 €	24 276,09 €	24 448,06 €	24 448,06 €
Gastos com o pessoal	0,00 €	36 898,56 €	36 898,56 €	36 898,56 €	36 898,56 €	42 168,06 €	42 168,06 €	42 168,06 €	42 168,06 €	42 168,06 €
Provisões (aumentos/reduções)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Outras imparidades	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Outros rendimentos e ganhos	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Outros gastos e perdas	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>EBITDA</b>	-570,00 €	84 563,28 €	98 757,67 €	121 566,50 €	139 461,21 €	149 325,33 €	158 836,34 €	168 265,87 €	168 093,90 €	168 093,90 €
Gastos/Reversões de depreciação e de amortização	0,00 €	16 999,00 €	16 999,00 €	16 999,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €
<b>EBIT</b>	-570,00 €	67 564,28 €	81 758,67 €	104 567,50 €	132 461,21 €	142 325,33 €	151 836,34 €	161 265,87 €	161 093,90 €	161 093,90 €
Juros e rendimentos similares obtidos	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Juros e gastos similares suportados	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>EBT</b>	-570,00 €	67 564,28 €	81 758,67 €	104 567,50 €	132 461,21 €	142 325,33 €	151 836,34 €	161 265,87 €	161 093,90 €	161 093,90 €
Imposto sobre o rendimento	0,00 €	14 068,80 €	17 169,32 €	21 959,18 €	27 816,85 €	29 888,32 €	31 885,63 €	33 865,83 €	33 829,72 €	33 829,72 €
<b>Resultado líquido do período</b>	-570,00 €	53 495,48 €	64 589,35 €	82 608,33 €	104 644,35 €	112 437,01 €	119 950,71 €	127 400,04 €	127 264,18 €	127 264,18 €

RENDIMENTOS E GASTOS DESFAVORAVEL	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Vendas e serviços prestados	0,00 €	92 126,93 €	101 339,62 €	116 161,72 €	127 777,90 €	139 581,60 €	146 560,68 €	153 888,71 €	159 858,54 €	159 858,54 €
FSE	570,00 €	18 590,07 €	18 773,28 €	19 085,30 €	19 318,03 €	19 573,65 €	19 714,44 €	19 862,26 €	20 002,96 €	20 002,96 €
Gastos com o pessoal	0,00 €	36 898,56 €	36 898,56 €	36 898,56 €	36 898,56 €	42 168,06 €	42 168,06 €	42 168,06 €	42 168,06 €	42 168,06 €
Provisões (aumentos/reduções)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Outras imparidades	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Outros rendimentos e ganhos	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Outros gastos e perdas	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>EBITDA</b>	-570,00 €	36 638,29 €	45 667,78 €	60 177,86 €	71 561,30 €	77 839,89 €	84 678,18 €	91 858,39 €	97 687,52 €	97 687,52 €
Gastos/Reversões de depreciação e de amortização	0,00 €	16 999,00 €	16 999,00 €	16 999,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €
<b>EBIT</b>	-570,00 €	19 639,29 €	28 668,78 €	43 178,86 €	64 561,30 €	70 839,89 €	77 678,18 €	84 858,39 €	90 687,52 €	90 687,52 €
Juros e rendimentos similares obtidos	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Juros e gastos similares suportados	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>EBT</b>	-570,00 €	19 639,29 €	28 668,78 €	43 178,86 €	64 561,30 €	70 839,89 €	77 678,18 €	84 858,39 €	90 687,52 €	90 687,52 €
Imposto sobre o rendimento	0,00 €	4 004,55 €	6 020,44 €	9 067,56 €	13 557,87 €	14 876,38 €	16 312,42 €	17 820,26 €	19 044,38 €	19 044,38 €
<b>Resultado líquido do período</b>	-570,00 €	15 634,74 €	22 648,33 €	34 111,30 €	51 003,43 €	55 963,51 €	61 365,76 €	67 038,13 €	71 643,14 €	71 643,14 €

Tabela 15 - Fonte: Elaboração própria.

### Anexo 14 – CAPEX

	Taxa de Amortização	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Investimento inicial		380 000,00 €									
Cabanas	2%	270 000,00 €	5 400,00 €	5 400,00 €	5 400,00 €	5 400,00 €	5 400,00 €	5 400,00 €	5 400,00 €	5 400,00 €	5 400,00 €
Obras de conservação e reparação	2%	80 000,00 €	1 600,00 €	1 600,00 €	1 600,00 €	1 600,00 €	1 600,00 €	1 600,00 €	1 600,00 €	1 600,00 €	1 600,00 €
Mobiliário e decoração	33,33%	30 000,00 €	9 999,00 €	9 999,00 €	9 999,00 €						
Depreciações			16 999,00 €	16 999,00 €	16 999,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €
Ativo Líquido		380 000,00 €	363 001,00 €	346 002,00 €	329 003,00 €	322 003,00 €	315 003,00 €	308 003,00 €	301 003,00 €	294 003,00 €	287 003,00 €

Tabela 16 - Fonte: Elaboração própria

### Anexo 15 – Mapa dos Cash Flows (Todos os cenários)

Cenário Base	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
EBIT	-570,00 €	45 460,42 €	57 258,22 €	76 190,74 €	101 060,57 €	110 847,98 €	119 779,78 €	129 158,17 €	136 741,12 €	136 741,12 €
Imposto	0,00 €	9 426,99 €	12 024,23 €	16 000,05 €	21 222,72 €	23 278,08 €	25 153,75 €	27 123,22 €	28 715,63 €	28 715,63 €
Depreciações e Amortizações	0,00 €	16 999,00 €	16 999,00 €	16 999,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €
Total	-570,00 €	53 032,43 €	62 232,99 €	77 189,68 €	86 837,85 €	94 569,90 €	101 626,03 €	109 034,96 €	115 025,48 €	115 025,48 €
Fundo Maneio	-570,00 €	63 029,42 €	11 797,80 €	18 932,52 €	14 870,83 €	9 787,41 €	8 931,80 €	9 378,39 €	7 582,95 €	0,00 €
Cash Flow exploração	0,00 €	-9 996,99 €	50 435,20 €	58 257,17 €	71 967,02 €	84 782,49 €	92 694,22 €	99 656,56 €	107 442,54 €	115 025,48 €
Capital Fxo	380 000,00 €									
Free Cash Flow	-380 000,00 €	-9 996,99 €	50 435,20 €	58 257,17 €	71 967,02 €	84 782,49 €	92 694,22 €	99 656,56 €	107 442,54 €	115 025,48 €
Cash flow acumulado	-380 000,00 €	-389 996,99 €	-339 561,79 €	-281 304,63 €	-209 337,61 €	-124 555,12 €	-31 860,89 €	67 795,67 €	175 238,21 €	290 263,69 €

Taxa de Juro sem Risco	3,19%	
Prémio de Risco de Mercado	8,20%	
Beta Unlevered do Projeto	0,95	
Prémio de Risco do Projeto	7,79%	
Taxa real de Atualização	10,98%	Preços correntes
Expectativa de Inflação	2%	
Taxa Real de Atualização	8,80%	Preços constantes
<b>Taxa de Atualização</b>	<b>8,80%</b>	Preços constantes

<b>VAL</b>	25 203,48 €
<b>TIR</b>	10,03%
<b>Payback Contabilístico</b>	7,32

Cenário Favorável	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
EBIT	-570,00 €	67 564,28 €	81 758,67 €	104 567,50 €	132 461,21 €	142 325,33 €	151 836,34 €	161 265,87 €	161 093,90 €	161 093,90 €
Imposto	0,00 €	14 068,80 €	17 169,32 €	21 959,18 €	27 816,85 €	29 888,32 €	31 885,63 €	33 865,83 €	33 829,72 €	33 829,72 €
Depreciações e Amortizações	0,00 €	16 999,00 €	16 999,00 €	16 999,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €
Total	-570,00 €	70 494,48 €	81 588,35 €	99 607,33 €	111 644,35 €	119 437,01 €	126 950,71 €	134 400,04 €	134 264,18 €	134 264,18 €
Fundo Maneio	-570,00 €	-570,00 €	81 443,43 €	14 194,38 €	22 808,84 €	17 894,71 €	12 533,00 €	9 518,84 €	9 437,74 €	0,00 €
Cash Flow exploração	0,00 €	71 064,48 €	144,92 €	85 412,94 €	88 835,52 €	101 542,30 €	114 417,71 €	124 881,20 €	124 826,44 €	134 264,18 €
Capital Fxo	380 000,00 €									
Free Cash Flow	-380 000,00 €	71 064,48 €	144,92 €	85 412,94 €	88 835,52 €	101 542,30 €	114 417,71 €	124 881,20 €	124 826,44 €	134 264,18 €
Cash flow acumulado	-380 000,00 €	-308 935,52 €	-308 790,60 €	-223 377,65 €	-134 542,13 €	-32 999,83 €	81 417,88 €	206 299,08 €	331 125,53 €	465 389,71 €

Taxa de Juro sem Risco	3,19%	
Prémio de Risco de Mercado	8,20%	
Beta Unlevered do Projeto	0,95	
Prémio de Risco do Projeto	7,79%	
Taxa real de Atualização	10,98%	Preços correntes
Expectativa de Inflação	2%	
Taxa Real de Atualização	8,80%	Preços constantes
<b>Taxa de Atualização</b>	<b>8,80%</b>	Preços constantes

<b>VAL</b>	146 256,12 €
<b>TIR</b>	15,88%
<b>Payback Contabilístico</b>	5,32

Cenário Desfavorável	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
EBIT	-570,00 €	19 639,29 €	28 668,78 €	43 178,86 €	64 561,30 €	70 839,89 €	77 678,18 €	84 858,39 €	90 687,52 €	90 687,52 €
Imposto	0,00 €	4 004,55 €	6 020,44 €	9 067,56 €	13 557,87 €	14 876,38 €	16 312,42 €	17 820,26 €	19 044,38 €	19 044,38 €
Depreciações e Amortizações	0,00 €	16 999,00 €	16 999,00 €	16 999,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €	7 000,00 €
Total	-570,00 €	32 633,74 €	39 647,33 €	51 110,30 €	58 003,43 €	62 963,51 €	68 365,76 €	74 038,13 €	78 643,14 €	78 643,14 €
Fundo Maneio	-570,00 €	40 898,15 €	9 029,49 €	14 510,09 €	11 383,44 €	3 609,70 €	6 830,48 €	7 172,00 €	9 040,99 €	0,00 €
Cash Flow exploração	0,00 €	-8 264,41 €	30 617,85 €	36 600,21 €	46 619,99 €	59 353,81 €	61 535,29 €	66 866,13 €	69 602,15 €	78 643,14 €
Capital Fixo	380 000,00 €									
Free Cash Flow	-380 000,00 €	-8 264,41 €	30 617,85 €	36 600,21 €	46 619,99 €	59 353,81 €	61 535,29 €	66 866,13 €	69 602,15 €	78 643,14 €
Cash flow acumulado	-380 000,00 €	-388 264,41 €	-357 646,56 €	-321 046,34 €	-274 426,36 €	-215 072,55 €	-153 537,26 €	-86 671,13 €	-17 068,98 €	61 574,16 €

Taxa de Juro sem Risco	3,19%	
Prémio de Risco de Mercado	8,20%	
Beta Unlevered do Projeto	0,95	
Prémio de Risco do Projeto	7,79%	
Taxa real de Atualização	10,98%	Preços correntes
Expectativa de Inflação	2%	
Taxa Real de Atualização	8,80%	Preços constantes
Taxa de Atualização	8,80%	Preços constantes

VAL	-114 757,23 €
TIR	2,46%
Payback Contabilístico	9,25

Tabela 17 - Fonte: Elaboração própria.

### Anexo 16 – Fundo de Maneio

Fundo de Maneio Base										
	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Passivo Corrente	570,00 €	57 554,20 €	57 757,76 €	58 104,45 €	58 363,04 €	63 916,56 €	64 072,99 €	64 237,24 €	64 393,57 €	64 393,57 €
Ativo Corrente	- €	120 013,62 €	132 014,98 €	151 294,19 €	166 423,61 €	181 764,54 €	190 852,77 €	200 395,41 €	208 134,69 €	208 134,69 €
<b>Fundo de Maneio</b>	<b>(570,00) €</b>	<b>62 459,42 €</b>	<b>74 257,22 €</b>	<b>93 189,74 €</b>	<b>108 060,57 €</b>	<b>117 847,98 €</b>	<b>126 779,78 €</b>	<b>136 158,17 €</b>	<b>143 741,12 €</b>	<b>143 741,12 €</b>
Variação do FM	(570,00) €	63 029,42 €	11 797,80 €	18 932,52 €	14 870,83 €	9 787,41 €	8 931,80 €	9 378,39 €	7 582,95 €	- €

Fundo de Maneio Favorável										
	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Passivo Corrente	570,00 €	63 309,62 €	63 533,54 €	63 914,90 €	64 199,35 €	67 112,39 €	67 276,64 €	67 449,10 €	67 449,10 €	67 449,10 €
Ativo Corrente	- €	144 183,05 €	158 601,35 €	181 791,54 €	199 970,70 €	215 416,74 €	225 099,83 €	234 710,03 €	234 710,03 €	234 710,03 €
<b>Fundo de Maneio</b>	<b>(570,00) €</b>	<b>80 873,43 €</b>	<b>95 067,81 €</b>	<b>117 876,65 €</b>	<b>135 771,35 €</b>	<b>148 304,35 €</b>	<b>157 823,19 €</b>	<b>167 260,93 €</b>	<b>167 260,93 €</b>	<b>167 260,93 €</b>
Variação do FM	(570,00) €	81 443,43 €	14 194,38 €	22 808,84 €	17 894,71 €	12 533,00 €	9 518,84 €	9 437,74 €	- €	- €

Fundo de Maneio Desfavorável										
	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Passivo Corrente	570,00 €	51 798,78 €	51 981,99 €	52 294,01 €	52 526,74 €	60 720,74 €	60 869,34 €	61 025,37 €	57 954,21 €	57 954,21 €
Ativo Corrente	- €	92 126,93 €	101 339,62 €	116 161,72 €	127 777,90 €	139 581,60 €	146 560,68 €	153 888,71 €	159 858,54 €	159 858,54 €
<b>Fundo de Maneio</b>	<b>(570,00) €</b>	<b>40 328,15 €</b>	<b>49 357,63 €</b>	<b>63 867,72 €</b>	<b>75 251,16 €</b>	<b>78 860,86 €</b>	<b>85 691,34 €</b>	<b>92 863,34 €</b>	<b>101 904,33 €</b>	<b>101 904,33 €</b>
Variação do FM	(570,00) €	40 898,15 €	9 029,49 €	14 510,09 €	11 383,44 €	3 609,70 €	6 830,48 €	7 172,00 €	9 040,99 €	- €

Tabela 18 - Fonte: Elaboração própria.

### Anexo 17 – Impostos

IMPOSTOS CENARIO BASE										
	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
EBT	-570,00 €	45 460,42 €	57 258,22 €	76 190,74 €	101 060,57 €	110 847,98 €	119 779,78 €	129 158,17 €	136 741,12 €	136 741,12 €
EBT Acumulado	-570,00 €	44 890,42 €	102 148,64 €	178 339,38 €	279 399,95 €	390 247,92 €	510 027,70 €	639 185,88 €	775 926,99 €	912 668,11 €
IRC	0,00 €	9 426,99 €	12 024,23 €	16 000,05 €	21 222,72 €	23 278,08 €	25 153,75 €	27 123,22 €	28 715,63 €	28 715,63 €
Taxa IRC	21%									
IMPOSTOS CENARIO FAVORAVEL										
	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
EBT	-570,00 €	67 564,28 €	81 758,67 €	104 567,50 €	132 461,21 €	142 325,33 €	151 836,34 €	161 265,87 €	161 093,90 €	161 093,90 €
EBT Acumulado	-570,00 €	66 994,28 €	148 752,95 €	253 320,45 €	385 781,66 €	528 106,99 €	679 943,33 €	841 209,20 €	1 002 303,11 €	1 163 397,01 €
IRC	0,00 €	14 068,80 €	17 169,32 €	21 959,18 €	27 816,85 €	29 888,32 €	31 885,63 €	33 865,83 €	33 829,72 €	33 829,72 €
Taxa IRC	21%									
IMPOSTOS CENARIO DESFAVORAVEL										
	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
EBT	-570,00 €	19 639,29 €	28 668,78 €	43 178,86 €	64 561,30 €	70 839,89 €	77 678,18 €	84 858,39 €	90 687,52 €	90 687,52 €
EBT Acumulado	-570,00 €	19 069,29 €	47 738,07 €	90 916,93 €	155 478,23 €	226 318,12 €	303 996,30 €	388 854,69 €	479 542,21 €	570 229,73 €
IRC	0,00 €	4 004,55 €	6 020,44 €	9 067,56 €	13 557,87 €	14 876,38 €	16 312,42 €	17 820,26 €	19 044,38 €	19 044,38 €
Taxa IRC	21%									

Tabela 19 - Fonte: Elaboração própria.

### Anexo 18 – Análise de Sensibilidade

		Sensibilidade ao Preço						
VAL		90,00 €	95,00 €	100,00 €	105,00 €	110,00 €	115,00 €	120,00 €
Sensibilidade à procura	34%	-170 816,87	-158 865,69	-146 914,51	-134 963,33	-123 012,16	-111 060,98	-99 109,80
	40%	-96 751,34	-82 409,92	-68 068,50	-53 727,09	-39 385,67	-25 044,26	-10 702,84
	46%	-23 397,98	-7 197,50	9 002,99	25 203,48	41 403,97	57 604,46	73 804,94
	52%	42 982,03	60 244,84	77 507,66	94 770,47	112 033,29	129 296,10	146 558,92
	60%	137 462,96	154 725,77	171 988,59	189 251,40	206 514,22	223 777,03	241 039,85

Tabela 20 - Fonte: Elaboração própria

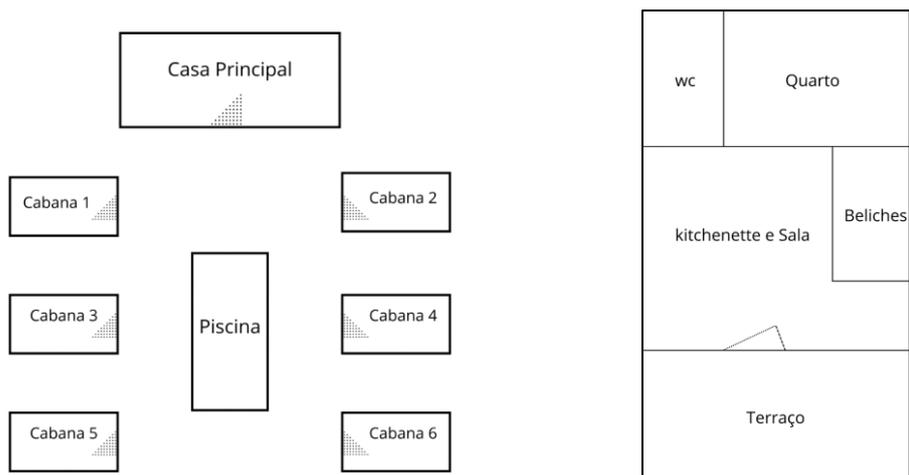
### Anexo 19 – Fotos da propriedade atualmente



### Anexo 20 - Cabana Ilustrativa



### Anexo 21 - Prótoto da quinta no exterior e da cabana no interior



### Anexo 22 - Logotipo e Website

