

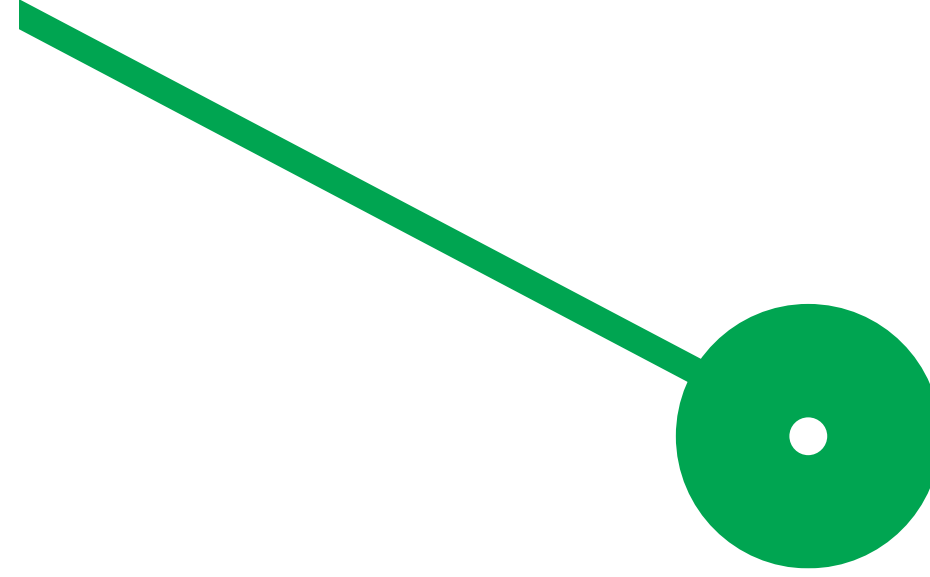
Plano de Negócio para um Empreendimento de  
Turismo em Espaço Rural de saúde e bem-estar  
– A Quinta da Ruína  
Rosália Maria Barbosa de Bessa

Rosália Maria Barbosa de Bessa. Plano de Negócio para um Empreendimento de Turismo em  
Espaço Rural de saúde e bem-estar – A Quinta da Ruína

# Plano de Negócio para um Empreendimento de Turismo em Espaço Rural de saúde e bem-estar – A Quinta da Ruína

Rosália Maria Barbosa de Bessa

10/2024



Politécnico do Porto  
Escola Superior de Hotelaria e Turismo

Rosália Maria Barbosa de Bessa

**Plano de Negócio para um Empreendimento de Turismo em Espaço Rural  
de saúde e bem-estar – A Quinta da Ruína**

Trabalho de Projeto

**Mestrado em Direção Hoteleira**

Orientação: Prof. Doutor Joel Augusto Barros Fernandes

Prof. Doutor Luís Correia

Vila do Conde, outubro de 2024

Rosália Maria Barbosa de Bessa

**Plano de Negócio para um Empreendimento de Turismo em Espaço Rural  
de saúde e bem-estar – A Quinta da Ruína**

Trabalho de Projeto

**Mestrado em Direção Hoteleira**

**Membros do Júri**

Presidente

Prof. Doutor António Melo

Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Arguente

Prof. <sup>a</sup> Doutora Cristina Mouta

Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Orientador

Prof. Doutor Luís Manuel Mendes Correia

Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

## AGRADECIMENTOS

O meu primeiro agradecimento vai para as duas pessoas que demonstraram o maior empenho para que a minha reinscrição fosse aceite: as meninas da secretaria do ESHT. Incrivelmente prestativas, e com uma amabilidade difícil de encontrar ajudaram-me em tudo. Foi esse sorriso que me fez acreditar que era possível.

De seguida, a prontidão de um professor que também não desistiu de mim. E mesmo com todos os prazos a terminar conseguiu encontrar dois orientadores “à última da hora” e dar o primeiro passo para esta jornada. A resposta a minha interpelação “se não for possível agora eu posso vir cá novamente” respondeu com aquilo que se tornou um mantra na minha vida “se consigo resolver em menos de dois minutos prefiro fazer já a adiar”. Obrigada por isso.

Aos meus orientadores. Obrigada pela paciência, amabilidade e disponibilidade. Foi um ano muito difícil a nível pessoal e profissional e o vosso profissionalismo significou mesmo muito para mim. Tenho muito orgulho de poder ter o vosso nome na capa deste trabalho. Tenho muito orgulho de vos poder chamar *meus* professores e *meus* orientadores.

Cláudia, sócia, amiga. Obrigada. Obrigada por segurares as pontas nos dias que focava no projeto. Sem o teu apoio não tinha conseguido.

Finalmente, agradeço a todos que, direta ou indiretamente me apoiaram, e me disseram de uma forma clara ou subjetiva que eu sou capaz.

Obrigada. De coração.

## RESUMO ANALÍTICO

Este trabalho apresenta o plano de negócios para a criação de um projeto de turismo em espaço rural focado na saúde e bem-estar, chamado Quinta da Ruína.

Situado em Penafiel, Eja este projeto procura aproveitar as tendências em crescimento do Glamping de luxo, que dão destaque ao *wellness*, indo ao encontro da procura crescente por experiências turísticas que oferecem conforto, exclusividade e bem-estar.

A Quinta da Ruína tem como objetivo proporcionar uma experiência diferente, combinando contacto direto com a natureza, valorização do património local e promoção de práticas de saúde holísticas. Além disso, o projeto pretende ir além do simples alojamento turístico, incorporando atividades e práticas que respondem às necessidades dos visitantes que procuram um equilíbrio entre mente, corpo e ambiente.

O desenvolvimento deste projeto é baseado numa análise de mercado e na aplicação de metodologias de planeamento estratégico, como a Análise *SWOT* e a Análise *PESTEL*, para garantir a viabilidade económica e a sustentabilidade do negócio. A proposta diferencia-se pelo uso de práticas sustentáveis, como a gestão responsável dos recursos naturais e parcerias com produtores locais. Assim, pretende alinhar-se com as tendências contemporâneas de turismo responsável e ecológico, cada vez mais valorizadas pelos turistas.

A Quinta da Ruína terá nove unidades de Glamping, todas desenhadas para proporcionar conforto e sofisticação, sem deixar de respeitar o ambiente envolvente. A ideia é criar um equilíbrio entre luxo e simplicidade, oferecendo um espaço que se integra na natureza e que proporciona experiências únicas aos visitantes. Para além do alojamento, o projeto vai contar com um centro de *Wellness* que oferecerá serviços diversificados. Estes incluem avaliações clínicas, programas nutricionais e atividades de

relaxamento, como *Reiki*, *Yoga* e *Pilates*. Esta diversidade de serviços coloca a Quinta como um possível destino de referência no turismo de saúde e bem-estar.

Os objetivos específicos do projeto incluem analisar a viabilidade económico-financeira, avaliar a aceitação do conceito pelo público-alvo de maior poder de compra e medir o impacto no desenvolvimento económico local, sobretudo através da criação de emprego e do aumento do fluxo de turistas na região. Optou-se pela análise documental como principal ferramenta de recolha de dados, para compreender as melhores práticas e os desafios enfrentados por projetos semelhantes.

Conclui-se que a combinação de Glamping de luxo com foco no Wellness é uma proposta inovadora que pode preencher uma lacuna no mercado turístico, enquanto contribui para o desenvolvimento sustentável da região de Penafiel. Desta forma, a Quinta da Ruína posiciona-se como um exemplo de turismo rural que valoriza o contacto com a natureza e o bem-estar dos visitantes. Isto pode ser um passo importante para fortalecer o turismo de saúde e bem-estar em Portugal.

**Palavras-chave:** Turismo em Espaço Rural; Empreendimento Turístico; Plano de Negócios; Turismo de Saúde e Bem-Estar; *Glamping*; Ecoturismo; Sustentabilidade; Desenvolvimento Económico; Viabilidade Económico-Financeira; *Wellness*; Investimento; Inovação no Turismo

## ABSTRACT

This work presents the business plan for the creation of a rural tourism project focused on health and well-being, called Quinta da Ruína.

Located in Penafiel, this project seeks to take advantage of the growing trends in luxury glamping, which emphasise wellness, meeting the growing demand for tourist experiences that offer comfort, exclusivity and well-being.

Quinta da Ruína aims to provide a different experience, combining direct contact with nature, valorisation of the local heritage and promotion of holistic health practices. In addition, the project aims to go beyond simple tourist accommodation, incorporating activities and practices that respond to the needs of visitors seeking a balance between mind, body and environment.

The development of this project is based on a market analysis and the application of strategic planning methodologies, such as SWOT Analysis and PESTEL Analysis, to guarantee the economic viability and sustainability of the business. The proposal stands out for its use of sustainable practices, such as responsible management of natural resources and partnerships with local producers. It thus aims to align itself with contemporary trends in responsible and ecological tourism, which are increasingly valued by tourists.

Quinta da Ruína will have nine glamping units, all designed to provide comfort and sophistication while respecting the surrounding environment. The idea is to create

**Keywords:** Tourism in Rural Areas; Tourism Enterprise; Business Plan; Health and Wellness Tourism; Glamping; Ecotourism; Sustainability; Economic Development; Economic and Financial Viability; Wellness; Investment; Innovation in Tourism.

# ÍNDICE

ÍNDICE GRÁFICOS .....	X
ÍNDICE TABELAS.....	XI
ÍNDICE ANEXOS .....	XII
LISTA DE SIGLAS E ACRÓNIMOS .....	XIII
1 REVISÃO DA LITERATURA.....	3
1.1 Evolução do Turismo .....	3
1.2 Evolução do Turismo em Portugal .....	4
1.2.1 Turismo Porto e Norte .....	8
1.2.2 Penafiel .....	11
1.3 Produto Turístico.....	15
1.4 Turismo em espaço Rural.....	18
1.4.1 Ecoturismo e Turismo de Natureza.....	20
1.5 Turismo de saúde e bem-estar .....	21
1.6 Glamping.....	22
1.7 Plano de negócios .....	24
2 METODOLOGIA.....	26
2.1 Objetivo, Tipo de Estudo e Hipóteses.....	27
2.2 Caracterização do Instrumento de Recolha de Dados.....	28
2.2.1 Descrição do Instrumento de Recolha de Dados.....	29
2.2.2 Justificação para a Escolha do Instrumento.....	29
2.3 Construção e Estrutura do Instrumento de Recolha de Dados .....	30
2.3.1 Definição dos Objetivos da Análise Documental.....	30
2.3.2 Seleção dos Documentos .....	30
2.3.3 Estrutura da Análise Documental .....	31
2.4 Apresentação Dos Casos a Estudar .....	32
3 PLANO DE NEGÓCIO.....	42
3.1 Sumário Executivo.....	42
3.2 Apresentação do Negócio .....	43
3.2.1 Justificação do Conceito e Localização .....	44
3.2.2 Missão, Visão, Valores e Objetivos.....	45
3.3 Descrição Operacional do Projeto.....	46
3.4 Recursos Humanos.....	49
3.4.1 Estrutura Organizacional.....	49
3.4.2 2. Perfis e Competências Requeridas .....	50

3.4.3	Estratégias de Recrutamento e Formação.....	51
3.5	Análise Estratégica .....	51
3.5.1	Análise do Ambiente Geral.....	51
3.5.2	Análise PESTEL .....	52
3.5.3	Análise do Ambiente Interno.....	54
3.5.4	Objetivos Estratégicos .....	55
3.5.5	Análise da Empresa .....	55
3.5.6	Análise da Posição Competitiva da Empresa.....	63
3.5.7	Formulação de Estratégia da Área de Negócio.....	69
3.5.8	Estratégia de Marketing.....	72
3.5.9	Análise do Ambiente Competitivo .....	78
3.6	Análise dos Concorrentes – Estudo de caso como técnica de recolha de dados de investigação.....	80
3.6.1	Definição do Caso.....	80
3.6.2	Questões de Investigação .....	81
3.6.3	Seleção de Casos:.....	81
3.6.4	Definição do contexto:.....	81
3.6.5	Recolha de Dados:.....	83
3.6.6	Fonte De Dados:.....	83
3.6.7	Análise Documental:.....	85
3.6.8	Codificação e Categorização:.....	86
3.6.9	Avaliação Crítica: .....	86
3.6.10	Análise dos Dados e Interpretação: .....	87
3.6.11	Integração dos Resultados e Discussão .....	88
3.6.12	Ligação ao Quadro Teórico.....	89
3.6.13	Relatório do Estudo.....	90
3.7	Tecnologias e Sistemas de Informação Web.....	92
3.7.1	Sistemas de Informação de Negócio .....	93
3.7.2	Tecnologias de Informação Inovadoras.....	93
3.7.3	Plataforma Web de Negócio .....	94
3.8	Projeções económico-financeiras.....	94
3.8.1	Pressupostos.....	94
3.8.2	Pressupostos Gerais .....	95
3.8.3	Fiscalidade .....	95
3.8.4	Prejuízos Fiscais.....	95

3.8.5	Inflação e Crescimento de Remunerações.....	96
3.8.6	Vendas e Serviços Prestados .....	96
3.8.7	Gastos Operacionais .....	96
3.8.8	Investimento em Capital Fixo e Fundo de Maneio .....	96
3.8.9	Fontes de Financiamento.....	97
3.9	Volume de Negócios.....	97
3.9.1	Estrutura de Serviços e Receitas Previstas:.....	98
3.10	Fornecimentos e Serviços Externos.....	99
3.10.1	Análise dos Gastos com Fornecimentos e Serviços Externos.....	100
3.11	Gastos com Pessoal.....	101
3.11.1	Análise dos Gastos com Pessoal .....	102
3.12	Investimento.....	103
3.13	Fundo de maneio .....	105
3.14	Financeiro.....	106
3.14.1	Valor Atualizado Líquido (VAL) .....	108
3.14.2	Taxa Interna de Rentabilidade (TIR).....	109
3.14.3	Payback (Período de Recuperação de Capital) .....	110
3.14.4	Rácios Financeiros .....	110
3.15	Demonstração dos Resultados .....	111
3.16	Cash Flows.....	113
3.17	Ponto Critico .....	115
3.18	Balanço.....	116
3.19	Principais indicadores .....	118
3.20	Avaliação de investimento .....	121
3.21	Análise de sensibilidade.....	123
	CONCLUSÃO DO ESTUDO.....	126
	LIMITAÇÕES DO ESTUDO .....	127
	CONCLUSÕES.....	129
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	131

## ÍNDICE GRAFICOS

Gráfico 1 International Tourist Arrivals in Europe (1990-2023) .....	4
Gráfico 2: Chegadas internacionais em Portugal (1990-2023) .....	5
Gráfico 3 Evolução dos principais mercados emissores Portugal.....	7
Gráfico 3 Evolução dos Proveitos Totais do Setor Turístico em Portugal (2019-2023).....	8
Gráfico 4 Evolução das Dormidas Turísticas na Região Norte de Portugal (2017-202).....	9
Gráfico 5 Evolução das quotas de dormidas por NUTS II em Portugal de 2017 a 2024 .....	11
Gráfico 6 evolução da procura turística em Penafiel, de 2016 a 2023 .....	14
Gráfico 7 evolução do impacto económico em Penafiel entre 2016 e 2023 .....	15
Gráfico 8 Modelo produto turístico .....	18

## ÍNDICE TABELAS

Tabela 1 Comparação de Serviços de Alojamento Rural .....	42
Tabela 2 : Modelo genérico de uma Cadeia de Valor proposto por Porter (1985). .....	61
Tabela 3 Análise da Posição Competitiva da Empresa .....	64
Tabela 4 Análise da concorrência.....	84
Tabela 5 Volume de Negócios da Quinta da Ruína (2025-2034) .....	98
Tabela 6 Fornecimentos e Serviços Externos.....	100
Tabela 7 Gastos com Pessoal.....	102
Tabela 8 Outros Gastos com Pessoal: .....	102
Tabela 9 Ativo Fixo .....	104
Tabela 10 Taxas de Depreciações e Amortizações.....	105
Tabela 11 Fundo maneio.....	106
Tabela 12 Avaliação do Projeto e Financiamento.....	107
Tabela 13 Ponto Crítico do Projeto .....	107
Tabela 14 Financeiros do Projeto.....	108
Tabela 15 Demonstração de Resultados.....	112
Tabela 16 Cash Flow da Quinta da Ruína.....	114
Tabela 17 Ponto Crítico da Quinta da Ruína .....	115
Tabela 18 Ativo .....	117
Tabela 19 Capital Proprio .....	117
Tabela 20 Passivo .....	118
Tabela 21 Total do Capital Próprio e Passivo .....	118
Tabela 22 Indicadores Económicos .....	119
Tabela 23 Indicadores Económico-Financeiros: .....	119
Tabela 24 Indicadores Financeiros.....	120
Tabela 25 Indicadores de Liquidez .....	120
Tabela 26 Indicadores de Risco de Negócio .....	121
Tabela 27 Avaliação na Perspetiva do Projeto .....	122
Tabela 28 Avaliação na Perspetiva do Investidor.....	123
Tabela 29 Análise da Sensibilidade (Redução Direta no Valor do Volume de Negócios) .....	124
Tabela 30 Análise da Sensibilidade (Taxa de Ocupação Anual).....	125

## ÍNDICE ANEXOS

Print Screen 1 Pressupostos - Pressupostos Gerais .....	136
Print Screen 2 Pressupostos- Fiscalidade.....	136
Print Screen 3 Pressupostos- Prejuízos Fiscais .....	136
Print Screen 4 Pressupostos - Inflação .....	136
Print Screen 5 Pressupostos - Vendas e serviços prestados (parte 1).....	137
Print Screen 6 Pressupostos - Vendas e serviços prestados (parte 2).....	137
Print Screen 7 Print Screen 6 Pressupostos – Gastos Operacionais (parte 3).....	137
Print Screen 8 pressupostos - Gastos com o Pessoal (parte 1) .....	138
Print Screen 9 Pressupostos - Fornecimentos e serviços externos.....	138
Print Screen 10 Pressupostos - Fundo de Maneio .....	139
Print Screen 11 Pressupostos - Outros Rendimentos e Gastos.....	139
Print Screen 12 pressupostos - Gastos com o Pessoal (parte 2).....	139
Print Screen 13Pressupostos - Investimento em capital fixo + Necessidades Totais de Financiamento.....	139
Print Screen 14 Fontes de Financiamento (parte 2 ).....	140
Print Screen 15 Pressupostos - Tesouraria + Fontes de Financiamento (parte 1 ).....	140
Print Screen 16 Balanço .....	141
Print Screen 17 1. P&L (Demonstração de Resultados).....	141
Print Screen 18 Avaliação Financeira "3 métodos" (parte 2) .....	142
Print Screen 19 Avaliação Financeira "3 métodos" (parte 1) .....	142
Print Screen 20 Avaliação Financeira "3 métodos" (parte 3) .....	143
Print Screen 21 Rácios Financeiros (parte 1).....	143
Print Screen 22 Rácios Financeiros (parte 2).....	144
Print Screen 23 Fundo De Maneio .....	144
Print Screen 24Print Screen 24 Investimento, Depreciações e amortizações (parte 1).....	145
Print Screen 25 Investimento, Depreciações e amortizações (parte 2) .....	146
Print Screen 26 Serviço de dívida (parte 1) .....	147
Print Screen 27Investimento, Depreciações e amortizações (parte 3) .....	147
Print Screen 28Serviço de dívida (parte 2).....	148
Print Screen 29 Mapa de Tesouraria (parte 1) .....	148
Print Screen 30. Capital Próprio .....	149
Print Screen 31 . Mapa de Tesouraria (parte 2).....	149
Print Screen 32 Anexo_ Prejuízos Fiscais .....	150
Print Screen 33– Levantamento Topográfico.....	150
Print Screen 34 Plano de alterações.....	151
Print Screen 35 bungalow tipo 1.....	151
Print Screen 36bungalow tipo 2.....	152
Print Screen 37Bungalow tipo 3.....	152
Print Screen 38bungalow tipo 4.....	153

## LISTA DE SIGLAS E ACRÓNIMOS

ADR - Rendimento médio por quarto ocupado

AHRESP – Associação da Hotelaria Restauração e Similares de Portugal

BCSD – Business Council for Sustainable Development (Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável)

BTT – Bicicleta Todo-o-Terreno

CAE – Código de Atividade Económica

CAPEX – Capital Expenditure (Investimento em Capital Fixo)

CAPM – Capital Asset Pricing Model (Modelo de Precificação de Ativos de Capital)

CCDRRC – Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro

CMVMC – Custo das Mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas

CP – Capital Próprio

EBIT – Earnings Before Interest and taxes (Lucros antes de Juros e Impostos/Resultado Operacional)

EBITDA – Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization (Lucros antes de Juros, Impostos, Depreciação e Amortização)

EIR - Economic Impact Report (Impacto económico Relatório)

FCFE – Free Cash Flow to Equity (Fluxo de caixa livre para o capital próprio)

FCFF – Free Cash Flow to the Firm (Fluxo de caixa livre para a empresa)

FM – Fundo de Maneio

FSE – Fornecimento e Serviços Externos

FTTH – Fibre-to-the-Home (Tecnologia de Interligação de Residências através de Fibra Ótica)

IAPMEI – Agência para a Competitividade e Inovação I.P.

INE – Instituto Nacional de Estatística

IRC – Imposto sobre Rendimento de Pessoas Coletivas

IRS – Imposto sobre Rendimento de Pessoas Singulares

IVA – Imposto sobre Valor Acrescentado

NPV – Net Present Value (Valor Atual Líquido)

OMT – Organização Mundial do Turismo

PESTEL – Política, Económica, Social, Tecnológica, Ambiental e Legal

PIB – Produto Interno Bruto

RAI – Resultado Antes de Impostos

RevPAR - Rendimento médio por quarto disponível

RJET – Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos

RLP – Resultado Líquido do Período

ROE – Return on Equity (Rentabilidade do Capital Próprio)

ROIC – Return On Invested Capital (Rentabilidade do Capital Investido)

SEM – Search Engine Marketing (Marketing para Motores de Busca)

SEO – Search Engine Optimization (Otimização para Motores de Busca)

SMART – Specific, Measurable, Attainable, Realistic, and Timely (Específico, Mensurável, Atingível, Realista e Temporal)

SPSS – Statistical Package for the Social Sciences (Pacote Estatístico para as Ciências Sociais)

SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (Pontos Fortes, Pontos Fracos, Oportunidades e Ameaças)

TER – Turismo em Espaço Rural

TIR – Taxa Interna de Rentabilidade

TSU – Taxa Social Única

VAL – Valor Atual Líquido

VR – Valor Residual

WACC – Weighted Average Cost of Capital (Custo Médio Ponderado de Capital)

WTTC - World Travel and Tourism Council (Conselho Mundial de Viagens e Turismo)

## INTRODUÇÃO

O turismo em espaço rural tem vindo a ganhar destaque como uma modalidade que alia a promoção do bem-estar ao contato direto com a natureza. Em Portugal, esta tendência reflete-se no crescente interesse por projetos que integram conceitos inovadores como o Glamping e o turismo de saúde e bem-estar, explorando o potencial das regiões rurais. O presente projeto de mestrado intitulado "Plano de Negócio para um Empreendimento de Turismo em Espaço Rural de Saúde e Bem-Estar – A Quinta da Ruína" insere-se neste contexto, procurando desenvolver uma proposta única e sustentável na região de Penafiel.

A Quinta da Ruína apresenta-se como uma resposta às tendências do mercado turístico atual, que valoriza experiências personalizadas e o equilíbrio entre o luxo e a natureza. O projeto visa oferecer um conjunto de serviços e atividades focadas na saúde e bem-estar, alinhando-se com o turismo responsável e ecológico. Desta forma, a presente investigação pretende avaliar a viabilidade económica e estratégica deste empreendimento, compreendendo a sua inserção no mercado de turismo rural e a sua capacidade para contribuir para o desenvolvimento económico local.

Este plano de negócios estrutura-se em diferentes fases de análise e planeamento estratégico, incluindo a revisão da literatura, a avaliação do mercado e a formulação de estratégias operacionais e financeiras. Através de uma abordagem metodológica baseada na análise documental e no estudo de caso, procura-se identificar as melhores práticas e os desafios enfrentados por projetos semelhantes, com o objetivo de propor um modelo sustentável e inovador para a Quinta da Ruína.

A relevância deste projeto reside na sua capacidade de aliar o turismo de saúde e bem-estar com a promoção do património cultural e natural de Penafiel, contribuindo para a diversificação da oferta turística e para o fortalecimento do setor em Portugal. Nos capítulos seguintes, será abordada a evolução do turismo no país, as características do

turismo rural e as estratégias de desenvolvimento adotadas para a concretização deste plano de negócio.

## 1 REVISÃO DA LITERATURA

A revisão da literatura tem como objetivo oferecer uma visão abrangente sobre os conceitos fundamentais do turismo, a sua evolução ao longo do tempo e a diversidade de produtos e modalidades que constituem este universo em constante mutação.

Será abordado inicialmente a evolução do turismo na Europa e em Portugal, os produtos turísticos, o turismo convencional e o turismo em espaço rural, que se destaca pela valorização do património natural e cultural das comunidades locais. O ecoturismo ou turismo de natureza emerge como uma vertente que enfatiza a sustentabilidade ambiental e a preservação dos ecossistemas, enquanto o turismo de saúde e bem-estar aborda a busca pelo equilíbrio físico e mental em destinos terapêuticos.

Será também analisado o fenómeno do *Glamping*, uma tendência contemporânea que combina o conforto do campismo com a sofisticação do turismo de luxo, proporcionando experiências únicas em contacto com a natureza.

Por fim, será abordado a importância do plano de negócios como ferramenta estratégica para o desenvolvimento e gestão eficaz de empreendimentos turísticos, destacando a sua relevância para a viabilidade e sustentabilidade dos projetos.

Ao ser compreendida a complexidade e diversidade do setor do turismo, poderemos propor um projeto viável e complexo com vista ao sucesso num curto espaço de tempo.

### 1.1 Evolução do Turismo

O conceito de turismo é multifacetado e tem sido alvo de várias definições ao longo dos anos, refletindo a sua natureza enquanto fenómeno social, cultural e económico. A Organização Mundial do Turismo (OMT) considera o turismo como um “fenómeno social, cultural, económico relacionado com o movimento de pessoas para locais fora do seu espaço de residência habitual, sendo o prazer a sua razão principal” (OMT, s.d.). Os indivíduos que realizam as viagens turísticas, podem ser turistas ou excursionistas, e a sua deslocação implica a realização de atividades que, muitas vezes, envolvem despesas ligadas à viagem (OMT, 2008). Esta visão enfatiza a componente de deslocação e a interação com diferentes destinos, destacando a complexidade das atividades turísticas.

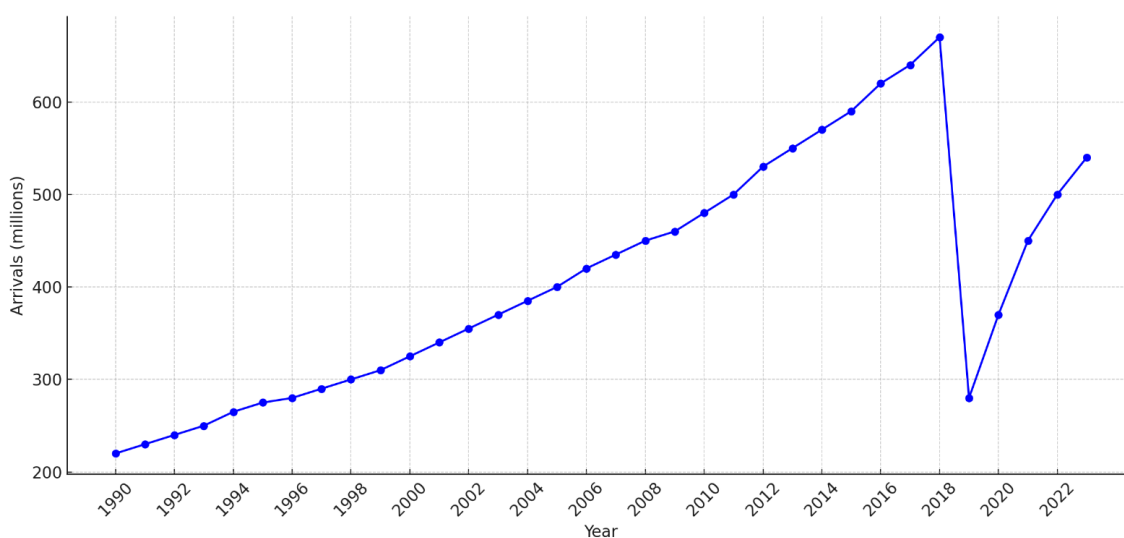
O Instituto Nacional de Estatística (INE) adota os mesmos princípios da OMT, no âmbito do tratamento estatístico dos dados. As viagens turísticas podem ter diversas finalidades, tais como, pessoais ou de negócios e profissionais. É ainda importante destacar que se excluem da definição de turismo as viagens cujo objetivo principal seja

a prestação de serviços a uma entidade residente no destino, caso exista remuneração decorrente de um contrato de trabalho ou relação empregador/empregado (Decisão (CE) n.º 1999/34/CE, de 09-12; OMT, s.d.).

O turismo na Europa destaca-se pela sua notável expressão, impulsionada pela rica diversidade cultural, dinâmica demográfica, desenvolvimento económico e infraestrutura logística de qualidade. Esta região tem sido alvo de crescente atenção devido à sua importância estratégica, refletida nas diversas estratégias implementadas pelos países da União Europeia para promover o turismo (OMT, s.d.).

No gráfico seguinte poderemos ver a sua evolução ao longo dos anos:

Gráfico 1 International Tourist Arrivals in Europe (1990-2023)



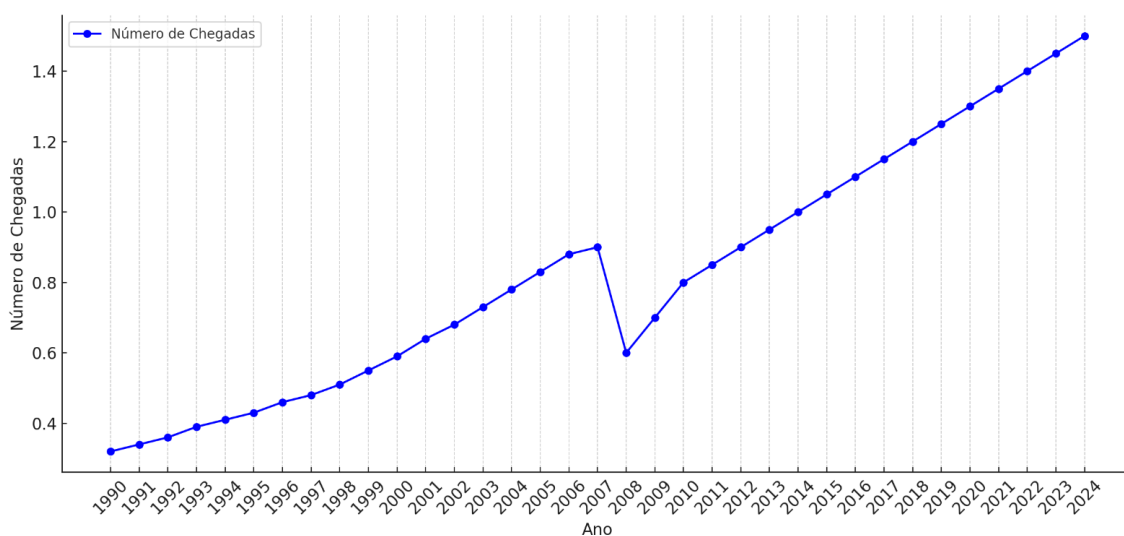
Fonte: Organização Mundial do Turismo

No ponto seguinte, iremos aprofundar esta tendência em Portugal, analisando o impacto significativo que o turismo tem desempenhado no país. Esta exploração permitirá compreender não apenas a dimensão económica, mas também as suas implicações sociais e culturais, oferecendo uma perspetiva abrangente sobre o papel do turismo no desenvolvimento nacional.

## 1.2 Evolução do Turismo em Portugal

A importância do turismo para a economia portuguesa é também reconhecida pelo *World Travel and Tourism Council* (WTTC), que considera o setor como um pilar fundamental para o desenvolvimento económico do país (WTTC, 2024).

Gráfico 2: Chegadas internacionais em Portugal (1990-2023)



Fonte: INE, 2024

Segundo o WTTC, o turismo será um motor fulcral para a recuperação económica de Portugal, com perspetiva de superar os níveis pré-pandémicos neste ano de 2024, estima-se um crescimento de 4,8% em relação aos níveis de 2019. *O Economic Impact Report* (EIR) mais recente do WTTC projeta que a contribuição total do turismo para o PIB poderá atingir aproximadamente 39,5 mil milhões de euros ainda este ano, representando 17,4% da economia total. Além disso, prevê-se que o emprego no setor também supere os níveis de 2019, criando 3.200 novos postos de trabalho (WTTC, 2024)-

De acordo com a Estratégia de Turismo 2027, o turismo em Portugal é uma atividade económica crucial para o desenvolvimento económico e social do país, desempenhando um papel importante na criação de emprego e no aumento das exportações (Estratégia de Turismo, 2027). Em 2021, segundo o INE, o setor do turismo contribuiu com 16,8 mil milhões de euros para o Produto Interno Bruto (PIB) nacional, representando 8% do total do PIB, o que reflete um aumento de 1,4 pontos percentuais em comparação com 2020, evidenciando a relevância deste setor para a economia nacional (INE, 2021).

Conforme os dados mais recentes divulgados pelo WTTC, prevê-se que o PIB associado ao turismo em Portugal cresça a uma taxa média anual de 3,4% na próxima década, superando em três vezes a taxa de crescimento da economia nacional, que é de 1,1%. Estima-se que o setor atinja mais de 50 mil milhões de euros até 2032, representando 20,2% da economia total (WTTC, 2022). Adicionalmente, prevê-se a criação de cerca de 193.000 empregos no setor do turismo em Portugal nos próximos 10 anos, com uma

média anual de 19.000 novos empregos, alcançando um total de 1,1 milhões de empregados no setor até 2032 (WWTC, 2024).

Estas previsões do WTTC (2024) são apoiadas pelas recentes estimativas divulgadas pelo *TravelBI*, pelo INE e pelo Banco de Portugal, destacando um crescimento constante do turismo em Portugal. Em dezembro de 2022, os dados do Turismo de Portugal registaram 1.609,3 mil hóspedes e 3.709,1 mil dormidas, representando um aumento expressivo de 44,2% no número de hóspedes e 44,6% nas dormidas, em comparação com o mesmo período do ano anterior. Este crescimento foi particularmente notável devido ao contexto de recuperação do setor após a pandemia (WWTC, 2024).

No segmento do turismo doméstico, foram contabilizadas 1.423,5 mil dormidas, traduzindo-se num incremento de 2,3% em relação a dezembro de 2021. Por outro lado, o turismo internacional mostrou sinais de recuperação ainda mais expressivos, com cerca de 2.285,6 mil dormidas de turistas não residentes, um aumento impressionante de 57,1% (Turismo de Portugal, 2022). Estes dados sublinham a crescente preferência por Portugal como destino turístico, tanto por parte de residentes como de não residentes.

Em 2022, o Reino Unido manteve-se como o principal mercado emissor de turistas, correspondendo a 19,3% das pernoitas de não residentes, seguido pela Alemanha, Espanha e França. No total das dormidas, a Espanha liderou, representando 15% do total, seguida pelo Reino Unido. Além disso, observou-se um crescimento notável nos mercados norte-americano, checo e polaco, o que reflete uma diversificação da procura turística (Turismo de Portugal, 2022).

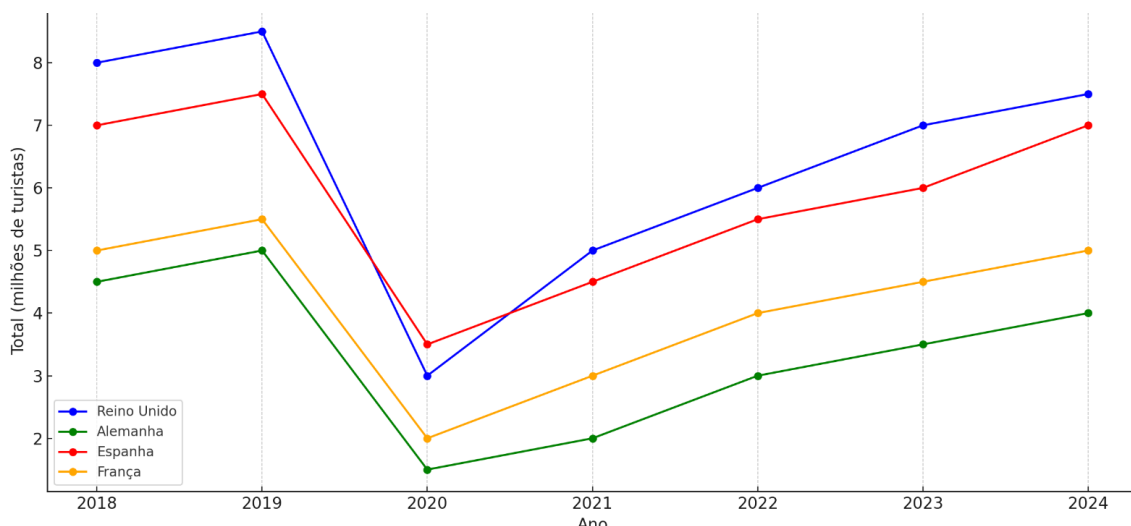
Avançando para os dados mais recentes de 2023, o setor continua a evidenciar um crescimento robusto. De acordo com as últimas estatísticas do INE e do *TravelBI*, as dormidas em 2023 atingiram um total de 77,179 milhões, o que corresponde a um aumento de 10,7% em relação ao ano anterior. Este crescimento foi impulsionado por um aumento de 1,9% nas dormidas de residentes e um impressionante aumento de 15,1% nas pernoitas de não residentes. Comparando com o período pré-pandémico de 2019, há um crescimento global de 10%, destacando-se um incremento de 10,5% nas dormidas de residentes e 9,8% nas de não residentes (INE, 2023).

Em relação aos mercados emissores de 2023 (*TravelBI*, 2023), o Reino Unido continua a liderar, agora com 15,3% das receitas turísticas. França, Alemanha e Espanha também mantêm um papel relevante, com participações de 12,4%, 11,2% e 11%, respetivamente. Outro destaque é o mercado norte-americano, que registou uma

participação de 9,8%, indicando um interesse crescente por parte dos turistas provenientes dos Estados Unidos (TravelBI, 2023). A Espanha mantém-se como o principal mercado em termos de dormidas totais, contribuindo com 15% do total, reafirmando a sua importância para o turismo em Portugal. Portugal (ver gráfico 3).

A representação gráfica:

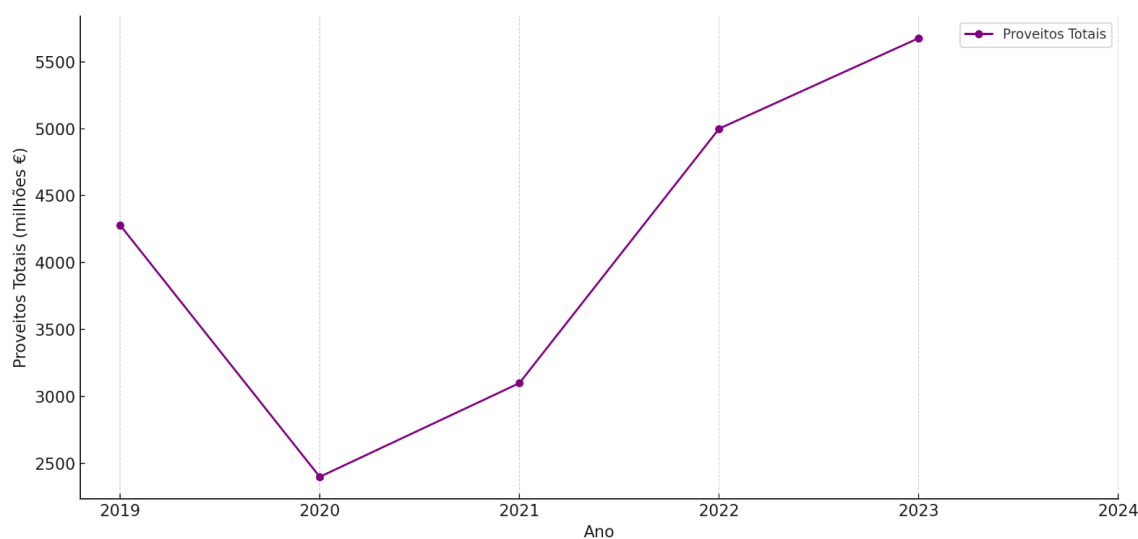
Gráfico 3 Evolução dos principais mercados emissores Portugal



Fonte: TravelBI, 2023

Os indicadores financeiros do setor turístico em 2023 reforçam esta tendência positiva. Os proveitos totais do setor (ver gráfico 4) alcançaram os 5.676,4 milhões de euros, um aumento de 13,2% face ao mesmo período de 2022. Deste montante, os proveitos de alojamento somaram 4.370,9 milhões de euros, representando um crescimento de 14,8%. Quando comparados com os níveis de 2019, os proveitos totais cresceram 32,1%, enquanto os de alojamento registaram um aumento de 35,3% (INE, 2023). Estes números refletem não apenas a recuperação pós-pandémica, mas também um fortalecimento e expansão do setor, consolidando Portugal como um destino turístico de excelência.

Gráfico 4 Evolução dos Proveitos Totais do Setor Turístico em Portugal (2019-2023)



Fonte: TravelBI, 2023

### 1.2.1 Turismo Porto e Norte

De acordo com os dados mais recentes divulgados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE,), o setor de alojamento turístico na Região Norte de Portugal registou, em março de 2024, um crescimento significativo comparado com o mesmo período de 2023. A região contabilizou 997,3 mil dormidas, representando um aumento de 15,9%. No acumulado do 1º trimestre de 2024, as dormidas na região totalizaram 2,4 milhões, refletindo um crescimento de 10,1% em relação ao ano anterior (INE,2024).

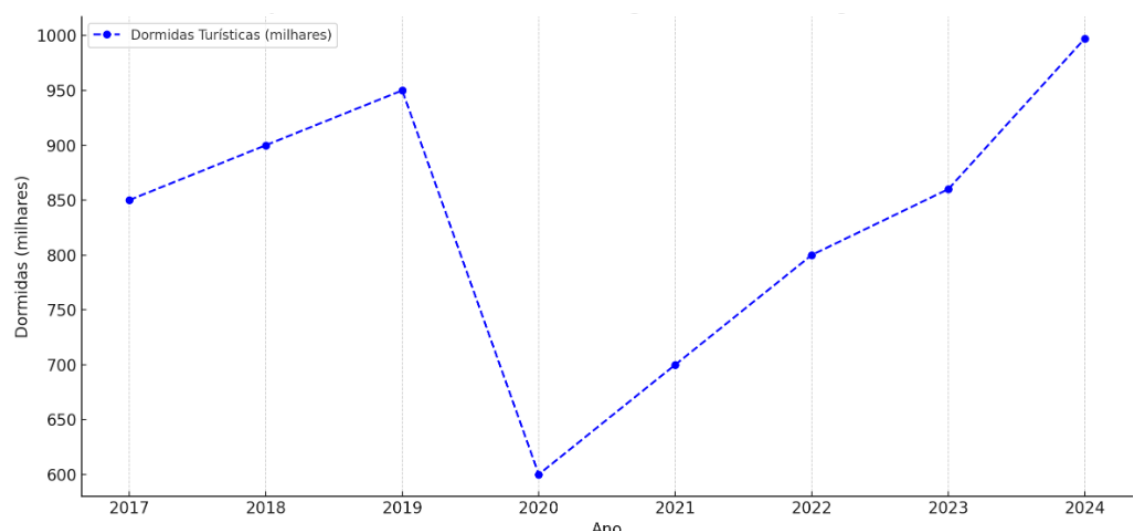
Destas dormidas, 368,1 mil corresponderam a turistas residentes em Portugal, o que equivale a um aumento de 11,1% em relação a março de 2023. Os turistas não residentes registaram 629,2 mil dormidas, um crescimento de 18,9% no mesmo período. Estes números demonstram uma crescente atratividade da Região Norte, não só para o turismo interno, mas também para o mercado internacional (INE, 2024).

O crescimento da atividade turística na região também se refletiu nos proveitos. Em março de 2024, os proveitos totais do alojamento turístico no Norte atingiram 64 milhões de euros, um aumento de 18,4% em comparação com o mesmo mês do ano anterior. Os proveitos de alojamento aumentaram para 49,1 milhões de euros, representando uma subida de 20,5%. No acumulado do 1º trimestre de 2024, os proveitos totais ascenderam a 147 milhões de euros (+13,9% face ao mesmo período de 2023), e os proveitos de alojamento totalizaram 110,3 milhões de euros (+15%) (INE, 2024).

Adicionalmente, observou-se um aumento expressivo no rendimento médio por quarto disponível (*RevPAR*) na região, destacando-se um crescimento de 15,2% em março de 2024, situando-se em 50,1 euros. O rendimento médio por quarto ocupado (*ADR*) também atingiu valores elevados, chegando a 96,9 euros, um aumento de 11,7% em relação a março de 2023 (INE, 2024).

No que diz respeito ao turismo doméstico, o número de dormidas de residentes em março de 2024 registou um total de 1,6 milhões de dormidas a nível nacional, evidenciando um aumento significativo em comparação com os anos anteriores, e a região Norte contribuiu de forma expressiva para este crescimento. Em suma, os dados mais recentes indicam uma recuperação e expansão contínua do turismo na região, impulsionada tanto por residentes quanto por visitantes internacionais (INE, 2024).

Gráfico 5 Evolução das Dormidas Turísticas na Região Norte de Portugal (2017-2024)



Fonte: INE, 2023

A estadia média é um dos principais desafios para o turismo, tanto a nível nacional como regional, especialmente na região do Porto e Norte. No 1º trimestre de 2024, registou-se uma estadia média nacional de 2,48 noites, ligeiramente superior à média da Região Norte, que se situou em 2,42 noites (INE, 2024). Apesar de representar uma pequena redução de 0,5% em relação ao mesmo período do ano anterior, a estadia média na região mantém-se num patamar relativamente estável.

Diferenciando entre residentes e não residentes, a estadia média na Região Norte apresentou variações. Os residentes em Portugal permaneceram, em média, 1,80

noites, um valor que marca um crescimento de 1,7% face ao ano anterior. Em contrapartida, a estadia média dos não residentes foi mais elevada, situando-se em 2,94 noites, embora com uma ligeira diminuição de 1,8% em comparação com o mesmo período de 2023 (INE, 2024). Estes dados refletem as dinâmicas turísticas da região, indicando que os visitantes estrangeiros tendem a prolongar a sua permanência mais do que os residentes nacionais.

No que diz respeito a março de 2024, observou-se uma estadia média ligeiramente mais alta, de 2,48 noites, demonstrando uma recuperação em relação aos valores do início do trimestre. Este aumento pode estar relacionado com o efeito do período da Páscoa, que se repartiu entre os meses de março e abril em 2024, influenciando positivamente o número de dormidas e o tempo de permanência dos visitantes.

A estabilidade da estadia média, juntamente com o aumento do número total de dormidas, sugere uma tendência positiva para a região. No entanto, para continuar a atrair visitantes e incentivar estadias mais prolongadas, será fundamental investir em estratégias que promovam a oferta turística diversificada e experiências únicas, tanto para residentes como para turistas internacionais (INE, 2024).

Relativamente aos proveitos totais dos alojamentos turísticos na Região Norte em 2024, os dados indicam um crescimento significativo em quase todos os meses, comparativamente a anos anteriores. Em março de 2024, por exemplo, os estabelecimentos de alojamento turístico registaram proveitos totais de 64 milhões de euros, refletindo um aumento de 18,4% em relação ao período homólogo de 2023 (INE, 2024). Este crescimento constante sublinha a importância do turismo na economia regional e o papel estratégico que a Região Norte desempenha no panorama turístico nacional.

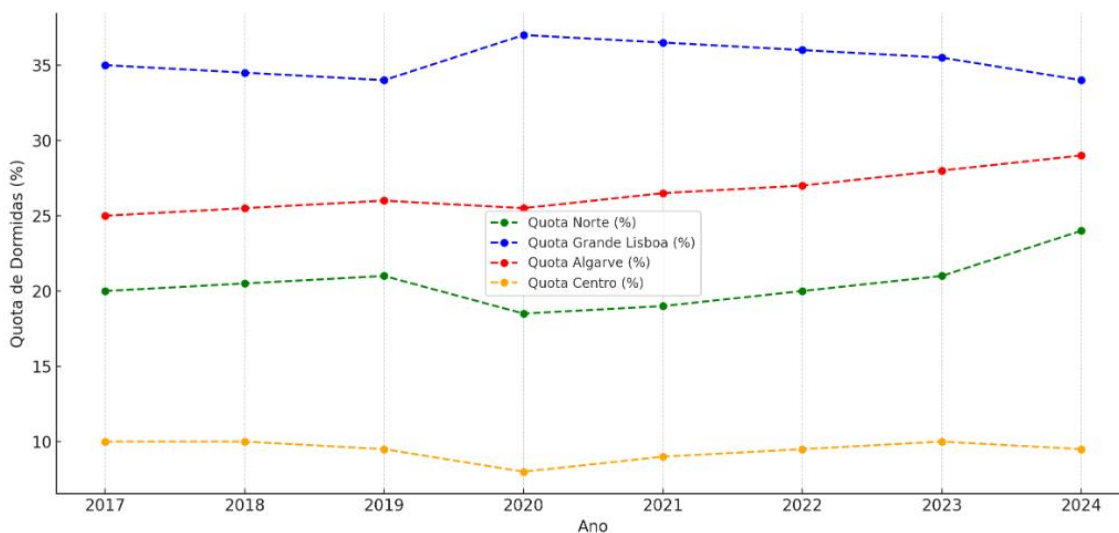
Adicionalmente, a região atingiu novos recordes nos proveitos durante o primeiro trimestre de 2024. No total, os proveitos atingiram 147 milhões de euros, demonstrando uma taxa de crescimento de 13,9% face ao mesmo período do ano anterior. Este aumento significativo deve-se, em parte, ao aumento das dormidas e à subida do rendimento médio por quarto disponível (*RevPAR*) na região, situando-se em 50,1 euros, conforme os dados estatísticos mais recentes (INE, 2024).

No que diz respeito aos mercados emissores, a tendência de analisada nos primeiros meses do ano 2024 manteve-se alinhada com os anos anteriores. Espanha continuou a ser o principal mercado emissor para a Região Norte devido à proximidade geográfica, enquanto a França, a Alemanha, o Reino Unido e a Itália completam a lista dos cinco

mercados mais importantes para a região (TravelBI, 2024). Em 2024, a presença de turistas espanhóis reforçou-se ainda mais, contribuindo para uma diversificação e um aumento nos proveitos de alojamento.

De acordo com os dados de 2024, a Região Norte consolidou a sua posição como um dos destinos mais procurados em Portugal, com um total de 2,4 milhões de hóspedes até março, o que representa um aumento de 15,9% em comparação com o ano anterior. Esta procura crescente reflete-se nos proveitos e na quota de dormidas de residentes e não residentes, sendo a região um destino turístico cada vez mais relevante tanto a nível nacional como internacional (INE, 2024).

Gráfico 6 Evolução das quotas de dormidas por NUTS II em Portugal de 2017 a 2024



Fonte: INE, 2023

### 1.2.2 Penafiel

Penafiel, localizado na região do Tâmega e Sousa, no distrito do Porto, é um concelho com uma área de cerca de 212 km<sup>2</sup> e uma população aproximada de 70 mil habitantes (INE, 2021). A sua proximidade à cidade do Porto e a facilidade de acessos rodoviários tornam-no um destino atrativo, combinando a riqueza do património cultural e natural com o dinamismo de uma região em crescimento.

#### Oferta Turística em Penafiel

Penafiel, destaca-se pela oferta turística focada na saúde e bem-estar, alicerçada ao termalismo, na variedade de alojamento e na promoção de atividades ao ar livre (*Visit Penafiel, 2024*). Nos últimos anos, a capacidade de alojamento turístico em Penafiel tem registado flutuações significativas. Em 2019, existiam 822 unidades de alojamento no concelho, número que sofreu uma redução para 631 unidades em 2020, reflexo da crise sanitária global. Contudo, a oferta mostrou sinais de recuperação nos anos seguintes, alcançando 703 unidades em 2022 e atingindo 734 em 2023, evidenciando uma tendência de estabilização no setor turístico (INE, 2023). Esta variedade de alojamento, que inclui hotéis, alojamentos locais e turismo rural, contribui para a promoção de Penafiel como um destino que alia o bem-estar à natureza (*Visit Penafiel, 2024*).

O património termal de Penafiel é uma das suas principais características, com as Termas de São Vicente e as Termas da Torre – Entre-os-Rios a desempenharem um papel central. As Termas de São Vicente, de origem romana, são reconhecidas pelas propriedades terapêuticas das águas sulfúreas, que oferecem benefícios para a saúde, nomeadamente em tratamentos do foro respiratório, musculoesquelético e dermatológico. As Termas da Torre, por sua vez, destacam-se pelas águas bicarbonatadas e fluoretadas, ideais para tratamentos reumáticos e respiratórios. Estas infraestruturas integram serviços como hidromassagem, balneoterapia e duches de massagem, proporcionando aos visitantes uma experiência abrangente de saúde e relaxamento, num ambiente que valoriza a tranquilidade e o contacto com a natureza (Termas de Portugal, 2023; Turismo do Porto e Norte, 2023).

Para além do termalismo, Penafiel apresenta uma oferta diversificada de alojamentos que reforçam a sua vocação para o turismo de saúde e bem-estar. Os hotéis do concelho integram frequentemente serviços de spa, tratamentos de beleza e programas de relaxamento, adaptando-se às necessidades dos turistas que procuram experiências integradas de descanso. Os alojamentos rurais e quintas também se destacam, permitindo aos hóspedes vivenciar o ambiente natural e as tradições locais. Muitos destes estabelecimentos promovem atividades complementares, como passeios pelas vinhas, trilhos pedestres e degustação de produtos regionais, que enriquecem a experiência dos visitantes e sublinham o compromisso com o turismo sustentável (Turismo de Portugal, 2023).

Penafiel oferece ainda um vasto conjunto de atrações naturais e culturais, que desempenham um papel significativo na promoção do bem-estar. O Mosteiro de Paço de Sousa, parte integrante da Rota do Românico, é um exemplo do património histórico do concelho, convidando à reflexão e à descoberta da cultura local (Rota do Românico, 2024). A Frente Ribeirinha de Entre-os-Rios, recentemente requalificada, permite a prática de atividades náuticas e momentos de lazer junto ao rio Tâmega, e Rio Douro favorecendo o contacto com a natureza e o turismo ativo (Câmara Municipal de

Penafiel, 2023). Estas atividades ao ar livre são complementadas por eventos de promoção da saúde, como caminhadas e *workshops* de *Yoga*, que contribuem para sensibilizar tanto os residentes como os visitantes para a importância do bem-estar físico e mental (Câmara Municipal de Penafiel, 2023).

Esta abordagem integrada, que combina alojamento diversificado, património termal e atrações naturais, posiciona Penafiel como um destino multifacetado, orientado para a promoção da saúde e bem-estar. A recuperação gradual da oferta de alojamento nos últimos anos reforça a sua capacidade de atrair visitantes em busca de experiências que aliam o descanso, o turismo de natureza e os cuidados de saúde (Turismo de Portugal, 2023).

#### Procura turística em Penafiel

Os dados relativos à procura turística em Penafiel refletem uma evolução semelhante à tendência observada a nível regional e nacional, especialmente no contexto de saúde e bem-estar, que tem vindo a ganhar destaque no setor. Até 2019, o concelho registou um crescimento contínuo no número de dormidas, atingindo um total de 90.770. No entanto, o ano de 2020 foi marcado por uma quebra significativa, com uma redução para 41.612 dormidas, devido ao impacto da pandemia global. Este declínio, alinhado com a diminuição da procura por serviços de alojamento e atividades turísticas de saúde e bem-estar, evidencia os efeitos negativos que a crise sanitária teve no setor (Instituto Nacional de Estatística (INE, 2023).

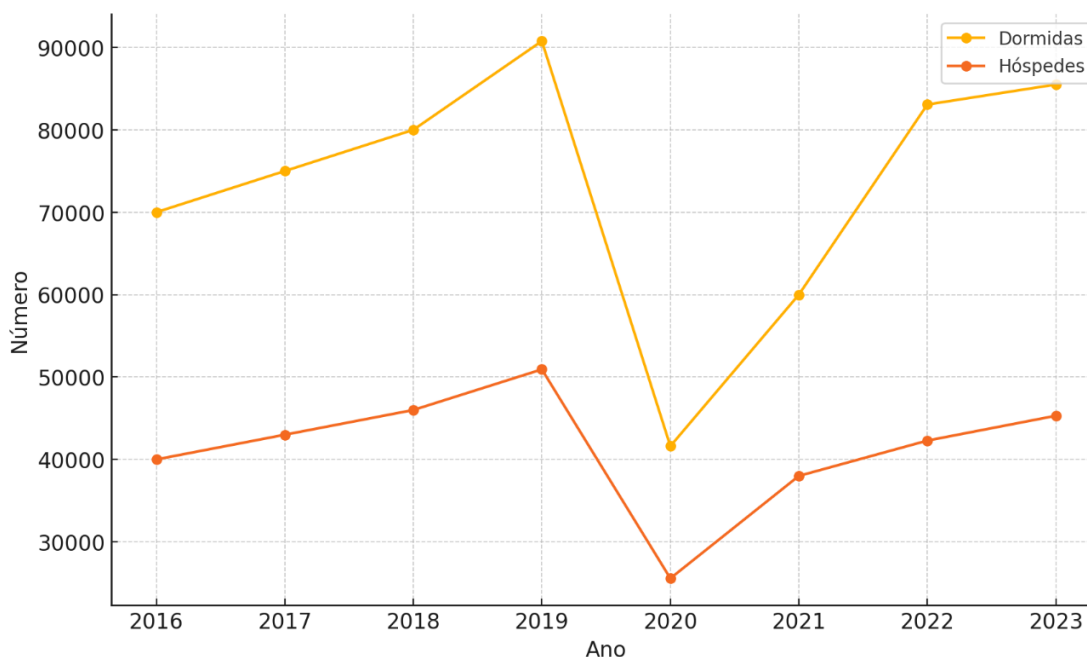
Com a progressiva normalização das atividades turísticas, 2022 apresentou sinais de recuperação, totalizando 83.068 dormidas, embora este valor ainda se mantivesse abaixo dos níveis pré-pandémicos (INE,2023). Em 2023, registou-se uma estabilização, com 85.500 dormidas, sugerindo uma retoma gradual do turismo em Penafiel. Este crescimento está relacionado com o aumento da procura por destinos que oferecem experiências ligadas ao bem-estar, incluindo termalismo, turismo rural e atividades ao ar livre, áreas em que Penafiel tem investido (INE, 2023).

O número de hóspedes seguiu uma tendência semelhante. Em 2019, o concelho alcançou 50.926 hóspedes, refletindo o crescente interesse pelo turismo focado na saúde e no relaxamento. Contudo, em 2020, este número caiu para 25.569 hóspedes, evidenciando o impacto da pandemia na procura por alojamentos turísticos. Em 2022, verificou-se uma recuperação, com 42.286 hóspedes, e em 2023, os dados apontam para uma nova subida, atingindo 45.300 hóspedes. Apesar da retoma, os números permanecem abaixo dos valores registados em 2019, o que pode indicar mudanças nos

padrões de procura, possivelmente com os visitantes a procurar experiências mais seguras e ligadas ao bem-estar, como o turismo de natureza e termalismo (INE, 2023).

No gráfico seguinte poderemos observar essas variações.

Gráfico 7 evolução da procura turística em Penafiel, de 2016 a 2023



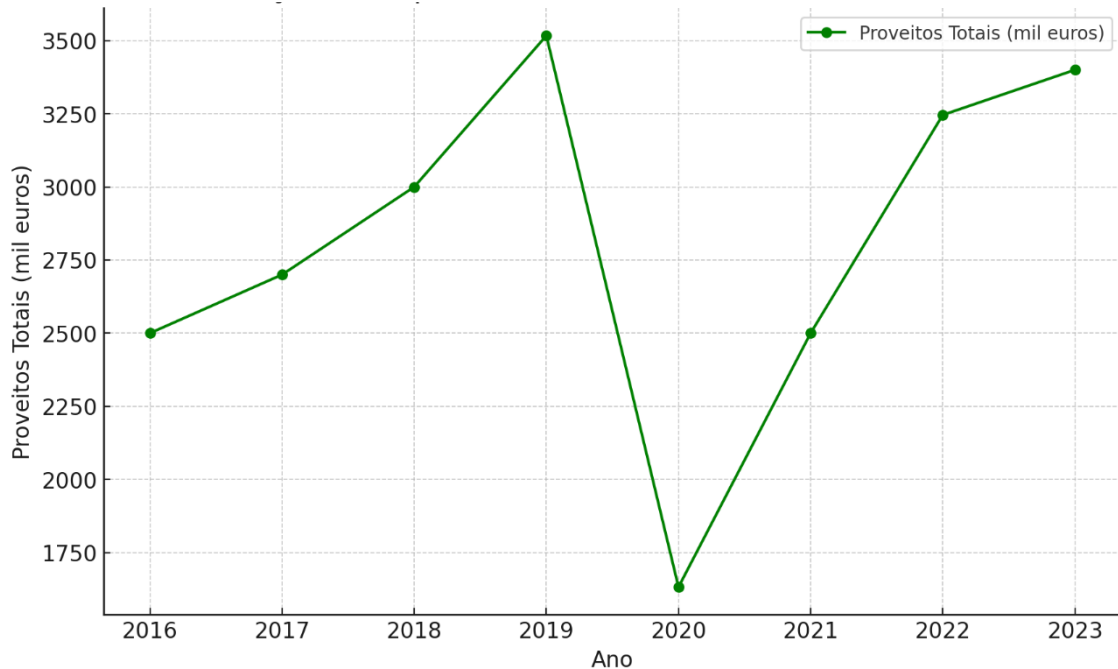
Fonte: INE, 2023

### Impacto Económico

Em termos de impacto económico, como poderemos ver no gráfico número 8, os proveitos totais dos estabelecimentos de alojamento turístico em Penafiel apresentaram flutuações marcantes ao longo do período analisado. Até 2019, os proveitos aumentaram de forma consistente, alcançando 3.517 mil euros. Em 2020, a quebra da procura refletiu-se numa redução acentuada para 1.632 mil euros, sublinhando os efeitos adversos da pandemia. Em 2022, registou-se uma recuperação, com os proveitos a atingirem 3.246 mil euros, e em 2023, uma nova subida para 3.400 mil euros. Estes dados evidenciam a resiliência do setor turístico local e a sua capacidade de adaptação, especialmente em áreas como o turismo de saúde e bem-estar, que tem

atraído um número crescente de visitantes em busca de experiências que promovam o equilíbrio físico e mental (INE, 2023)

Gráfico 8 Evolução do impacto económico em Penafiel entre 2016 e 2023



Fonte: INE, 2023

A taxa líquida de ocupação-cama em Penafiel também variou ao longo dos anos. Em 2018, situava-se em 35,8%, mas em 2020 sofreu uma redução drástica para 20,5%, consequência direta das restrições de viagem e da diminuição da procura. Em 2022, a taxa recuperou para 36%, e em 2023 estabilizou-se em 35,7%. Esta estabilização pode sugerir uma saturação da capacidade atual de oferta, mas também indica uma retoma mais sólida das atividades turísticas, particularmente nos segmentos ligados à saúde e bem-estar, que têm impulsionado a procura e contribuído para a recuperação do turismo em Penafiel (INE, 2023).

### 1.3 Produto Turístico

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2019), o produto turístico é um conjunto de bens e serviços que satisfazem as necessidades do turista, incluindo alojamento, alimentação, transporte, atividades de lazer, cultura, entretenimento, e outras facilidades e infraestruturas que possibilitam a experiência turística (OMT, 2019). Um produto turístico bem estruturado é diversificado, pois deve integrar elementos tangíveis (infraestruturas e instalações) e intangíveis (serviços, hospitalidade e experiências) que, em conjunto, formam a oferta turística de um destino

O desenvolvimento de um produto turístico eficaz requer uma abordagem integrada que combine elementos tangíveis e intangíveis. Para estruturar um modelo de produto turístico, é essencial considerar as necessidades e expectativas do turista, a diversidade da oferta do destino e as mudanças no mercado turístico global (Kotler, 2012; Cooper, 2020).

Conforme salientado por Cooper (2020), um produto turístico deve incluir diferentes componentes que, em conjunto, formam uma oferta coerente. Estes componentes podem ser categorizados em cinco elementos principais:

**Recursos Naturais e Culturais:** Incluem atrações como parques naturais, património arquitetónico, museus, eventos culturais e tradições locais (Urry, 1990). Estes elementos são a base da autenticidade do destino e formam o núcleo da experiência do turista.

**Serviços de Alojamento e Hospitalidade:** Englobam hotéis, alojamentos locais, resorts e outras formas de estadia. A hospitalidade e a qualidade do serviço prestado são fundamentais para criar uma experiência positiva para o turista (Kotler, 2012).

**Gastronomia e Produtos Locais:** Clare Gunn (2002) destaca a importância da gastronomia como parte integrante do produto turístico, contribuindo para a valorização da cultura local e para a criação de uma experiência única.

**Transporte e Acessibilidade:** A facilidade de acesso ao destino é um fator-chave, incluindo infraestruturas de transporte, como aeroportos, rodovias e transportes públicos, bem como serviços locais de mobilidade, como táxis, autocarros e bicicletas (Cooper, 2020).

**Atividades e Serviços Complementares:** Segundo Cooper (2020) as atividades e serviços complementares, tais como visitas guiadas, trilhos pedestres, atividades desportivas e culturais, são componentes essenciais do produto turístico. Estes elementos ajudam a diversificar a oferta do destino, incentivando os turistas a prolongar a sua estadia e a explorar a região de forma mais aprofundada. A variedade e qualidade das atividades complementares influenciam diretamente a satisfação e a experiência global do turista, sendo uma peça fundamental no desenvolvimento de um produto turístico completo e competitivo.

**Perspetiva do Consumidor:** A importância da experiência na ótica do consumidor é crucial para a criação de um produto turístico bem-sucedido. Deve-se compreender a

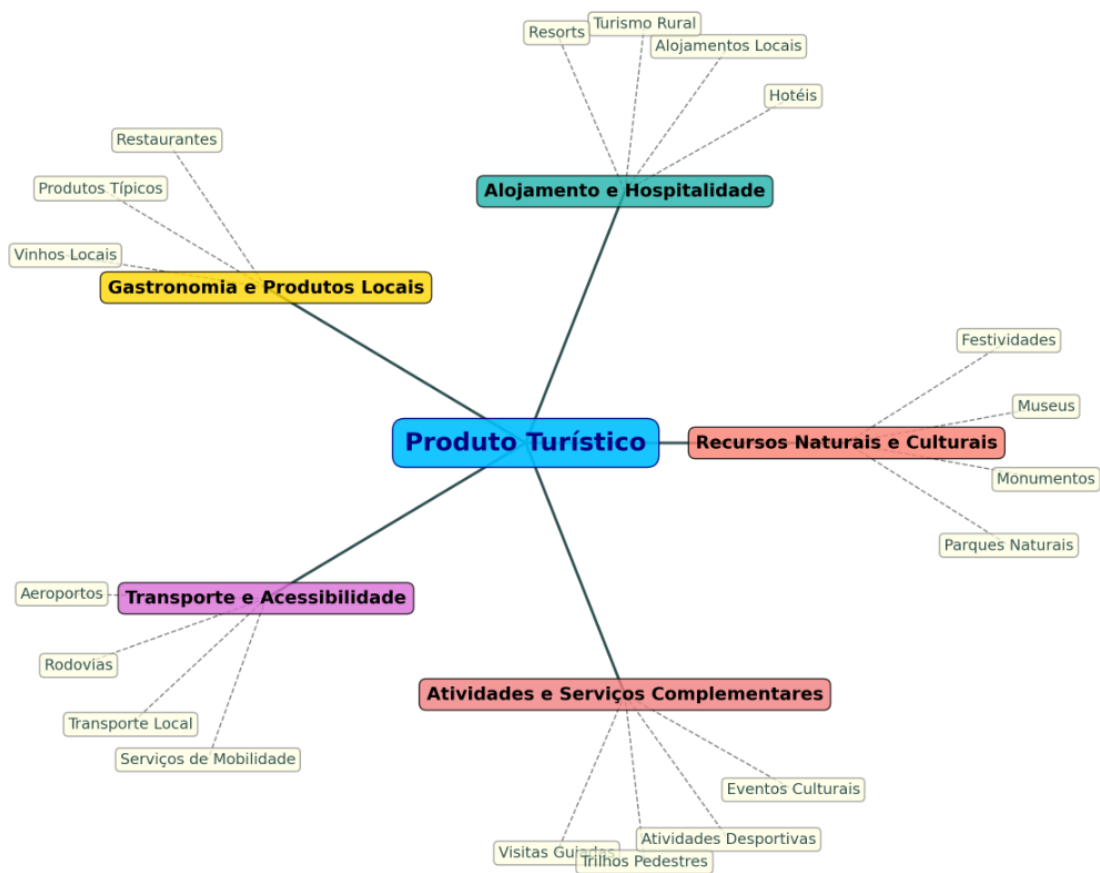
perspetiva do turista e a sua procura por experiências únicas. Urry (1990) sublinha que o "olhar" do turista é orientado para experiências autênticas, que se baseiam nas perceções e na interação com o ambiente natural e cultural do destino. Assim, o produto turístico deve ser desenhado de forma a proporcionar experiências memoráveis e satisfazer as expectativas do turista (Urry ,1990)

O ciclo de Vida do Produto Turístico: Richard Butler (1980) introduz a noção de que o produto turístico passa por diferentes fases ao longo do seu ciclo de vida: exploração, desenvolvimento, consolidação, estagnação e declínio ou rejuvenescimento. Este modelo indica que é necessário inovar e adaptar a oferta ao longo do tempo para manter o produto turístico atrativo e competitivo. Uma gestão estratégica que inclua investimentos em infraestrutura, promoção de novos atrativos e revitalização dos produtos existentes é essencial para o rejuvenescimento do destino (Richard Butler, 1980).

Integração e Planeamento Estratégico: A estruturação do produto turístico deve ser vista como um processo dinâmico e integrado, que requer planeamento estratégico, colaboração entre stakeholders numa perspetiva de sustentabilidade. Gunn (2002) enfatiza que o sucesso do produto turístico depende da forma como os diferentes elementos são organizados e estruturados para oferecer uma experiência coerente. A criação de roteiros, itinerários temáticos, e a promoção de atividades culturais e naturais são exemplos de estratégias que podem ser implementadas para otimizar o produto. Gunn (2002)

Inovação e Tecnologia: Castells (2010) destaca a importância da inovação e da tecnologia no desenvolvimento do produto turístico. A integração de ferramentas digitais, como plataformas de reservas online, aplicações móveis para guias turísticos e marketing digital, pode melhorar a experiência do visitante e facilitar a comunicação com o destino. Além disso, a utilização das redes sociais e do feedback dos visitantes permite ajustar e aprimorar a oferta turística de forma contínua (Castells ,2010).

Gráfico 9 Modelo produto turístico



Fonte: Fonte: OMT (2019), Kotler (2012), Cooper (2020), Urry (1990), Gunn (2002), Butler (1980), Castells (2010)".

#### 1.4 Turismo em espaço Rural

O Turismo em Espaço Rural (TER) é definido por Martendal e Tomio (2015) como um conjunto de atividades ligadas aos recursos do meio rural, incluindo não só a paisagem e a natureza, mas também o estilo de vida e a cultura local, e atividades como a produção vitivinícola. Este tipo de turismo procura promover e preservar o património rural, abrangendo elementos tangíveis, como as paisagens e construções tradicionais, bem como os intangíveis, como os conhecimentos e tradições transmitidos de geração em geração (Martendal & Tomio, 2015).

Segundo Simón et al (2011), o turismo rural caracteriza-se por oferecer experiências integradas de lazer, com a motivação principal de proporcionar descanso, apreciação da paisagem e imersão na cultura tradicional, distinguindo-se da massificação dos destinos urbanos. Esta forma de turismo é enriquecida pela interação direta com a vida rural, permitindo aos visitantes experimentar atividades típicas do campo e envolver-se com

as comunidades locais, o que tem particular relevância para a promoção do bem-estar físico e mental (Simón et al., 2011).

É crucial destacar que as fronteiras entre os ambientes rural e urbano são, por vezes, pouco definidas. Como apontam Martendal e Tomio (2015), existem regiões onde as características rurais se entrelaçam com elementos da vida moderna, resultando numa paisagem culturalmente diversificada. Este fenómeno é observado em várias áreas onde o turismo rural convive com aspetos da contemporaneidade, valorizando o património cultural de forma integrada (Martendal & Tomio, 2015).

O crescimento do turismo rural tem sido significativo a nível global, desempenhando um papel vital no desenvolvimento económico de diversas regiões. Iannucci et al. (2022) destacam que, para além de gerar oportunidades de emprego e rendimento para as comunidades locais, o turismo rural promove a valorização e preservação dos costumes e tradições, contribuindo para a identidade cultural e para o orgulho das populações. A preservação do património cultural, tanto material (como monumentos históricos) como imaterial (como práticas culturais e festividades locais), é essencial para a autenticidade do turismo rural e para a promoção do bem-estar, na medida em que proporciona um ambiente propício ao relaxamento e à reconexão com as tradições (Iannucci et al., 2022; Simón et al., 2011).

No que respeita à gestão do turismo rural, a sustentabilidade é uma prioridade crescente. Costa e Galina (2016) sublinham a necessidade de garantir que as atividades turísticas sejam ambientalmente, socialmente e economicamente sustentáveis. Isso implica a adoção de práticas que respeitem o ambiente e a participação ativa das comunidades locais na gestão dos recursos naturais, aspetos cruciais para a manutenção da qualidade de vida e do bem-estar dos residentes e visitantes (Costa & Galina, 2016).

No contexto português, o TER possui uma longa tradição, iniciada com o turismo de habitação na década de 1970 (Antunes & Águas, 2017). Desde então, o país desenvolveu uma oferta diversificada neste segmento, com regiões como o Douro e o Tâmega a destacarem-se pela autenticidade e pela riqueza das experiências proporcionadas aos visitantes. É importante notar que o turismo rural em Portugal vai além da simples oferta de alojamento e restauração; a qualidade deste turismo é também avaliada pela autenticidade dos produtos e serviços, pela eficiência da gestão e pelo respeito pelo território e pelos recursos naturais (Antunes & Águas, 2017; Durán et al., 2012). Este foco no bem-estar é um fator diferenciador, que atrai visitantes em busca de experiências genuínas e tranquilizadoras (Durán et al., 2012).

Explorar o turismo rural permite uma compreensão mais profunda da relação entre o ser humano e o ambiente natural, salientando a importância da preservação e do uso responsável dos recursos naturais. Neste contexto, o ecoturismo ou turismo de natureza emerge como uma extensão lógica do TER, promovendo experiências imersivas na natureza e reforçando a educação ambiental. Ao ligar o turismo rural aos princípios do ecoturismo, é possível fomentar um turismo mais consciente e responsável, que não só enriquece a experiência dos visitantes, mas também contribui para a preservação dos ecossistemas e da biodiversidade. Deste modo, o turismo rural e de natureza em Portugal torna-se uma prática que valoriza o bem-estar dos visitantes enquanto promove a conservação ambiental (Antunes & Águas, 2017; Martendal & Tomio, 2015).

#### 1.4.1 Ecoturismo e Turismo de Natureza

O turismo de natureza é uma forma de turismo profundamente ligada ao ambiente natural, onde a principal motivação dos visitantes é a observação, experimentação e apreciação da biodiversidade e da cultura local de forma responsável (United Nations et al., 2009). Esta modalidade surge em resposta às mudanças na sociedade, promovendo uma relação de respeito mútuo entre o ser humano e a natureza, ao mesmo tempo que incentiva a conservação dos recursos naturais, essencial para a promoção da saúde e bem-estar dos visitantes (Mowforth & Munt, 2016).

O conceito de ecoturismo evoluiu a partir da necessidade de criar práticas turísticas mais sustentáveis e responsáveis, com o objetivo de preservar habitats naturais que muitas vezes estão sob ameaça devido a atividades turísticas convencionais (Forje et al., 2021). Segundo Khanra et al. (2021), o sucesso do ecoturismo depende de três componentes principais: um planeamento adequado, a participação ativa da comunidade local e a sustentabilidade das operações. Estas práticas são fundamentais para garantir uma experiência turística que respeite o meio ambiente e contribua para a saúde física e mental dos turistas, através de uma interação harmoniosa com a natureza (Khanra et al., 2021).

A sustentabilidade ambiental é um dos pilares fundamentais do turismo de natureza, refletindo-se em todas as fases dos projetos, desde a gestão do território até ao design das infraestruturas, passando pela escolha de equipamentos, produtos e serviços oferecidos. O objetivo é proporcionar um ambiente que promova experiências autênticas em contacto direto com a natureza, utilizando recursos que respeitam o meio ambiente e, de preferência, provenientes da comunidade local. Assim, não só se assegura a sustentabilidade das atividades turísticas, mas também se promove o bem-estar e a saúde dos visitantes (United Nations et al., 2009).

Desta forma, o turismo de natureza combina lazer com sensibilização ambiental e envolvimento comunitário, criando uma experiência enriquecedora que valoriza a conservação ambiental e o bem-estar dos viajantes. A integração de práticas sustentáveis e o envolvimento das comunidades locais reforçam a importância deste tipo de turismo como uma estratégia para diversificar a oferta turística, enquanto transmite valores essenciais de preservação ambiental e promoção da saúde (Mowforth & Munt, 2016).

#### 1.5 Turismo de saúde e bem-estar

O lazer, descanso e tranquilidade têm vindo a ganhar importância na sociedade contemporânea, tornando o turismo num dos fenómenos sociais mais relevantes dos tempos modernos (Santos, 2005). Nos últimos vinte anos, verificou-se um aumento significativo na procura por serviços de saúde e bem-estar, consolidando este setor como um dos mais promissores dentro da indústria turística (Pechlaner & Fischer, 2006).

Há uma crescente tendência em viajar com o objetivo de melhorar a saúde e o bem-estar pessoal (Pechlaner & Fischer, 2006). Esta mudança reflete uma maior consciencialização sobre o autocuidado e a procura por experiências turísticas com benefícios tangíveis para o corpo e a mente. Em resposta, muitos destinos turísticos têm vindo a adaptar-se, oferecendo infraestruturas e programas diversificados, desde spas a atividades de fitness, para atender a esta nova procura (Pechlaner & Fischer, 2006).

O turismo de saúde e bem-estar não só representa uma oportunidade económica para a indústria, mas também responde às necessidades dos turistas contemporâneos que valorizam experiências que contribuem para o seu bem-estar físico e mental (Santos, 2005; Pechlaner & Fischer, 2006). Este segmento inclui a prevenção e tratamento de doenças, terapias, nutrição e contacto com a natureza. Embora não seja um conceito novo, o turismo de saúde tem conhecido um crescimento significativo nos últimos anos devido ao aumento da procura (Santos, 2005; Pechlaner & Fischer, 2006).

O envelhecimento da população tem sido um fator importante neste crescimento. Turistas mais idosos, ativos e saudáveis procuram cada vez mais experiências de bem-estar, levando os spas e centros de saúde a tornarem-se parte integrante da experiência hoteleira e não apenas um complemento (Patterson & Pegg, 2009; Voigt et al., 2011).

O turismo de saúde e bem-estar pode melhorar a qualidade de vida, a saúde física e emocional, e as relações sociais (Smith & Diekmann, 2017). Além disso, alguns turistas preferem estadias mais longas e experiências integradas, afastando-se dos tradicionais resorts com spa (Milićević & Jovanović, 2015; Hudson et al., 2017). Estudos indicam que há uma maior predisposição para o consumo de turismo de bem-estar entre mulheres

de 40 a 50 anos com rendimentos mais elevados, destacando-se a necessidade de estratégias de comunicação eficazes para diferentes segmentos (Han et al., 2018).

A pandemia de COVID-19 reforçou esta tendência, ao trazer mudanças significativas nos estilos de vida e ao impulsionar a procura por práticas de saúde e bem-estar. Houve um aumento do tempo gasto em atividades relacionadas com a saúde física e mental, incluindo o uso de aplicações de fitness e a adoção de hábitos alimentares mais conscientes (Balanzá-Martínez et al., 2020; Statista, 2020). Este contexto acelerou uma procura por experiências que promovam a autorrealização e o crescimento pessoal (Ateljevic, 2020).

O estilo de vida moderno, marcado pelo stress e pela agitação, tem levado à deterioração da saúde, aumentando a procura por produtos e serviços de saúde, nomeadamente através da autogestão da saúde online e da adoção de rotinas saudáveis (Elavsky et al., 2017). Este mercado inclui opções rápidas, como suplementos, dietas e programas de exercício físico, mas também se estende ao tempo de lazer, onde se torna relevante promover a saúde no contexto do turismo, através de alojamentos que ofereçam tratamentos de bem-estar (Damijanic, 2019; Mueller & Kaufmann, 2001).

No âmbito das tendências emergentes, destaca-se o fenómeno do glamping, que combina luxo, conforto e contacto com a natureza. Esta forma de turismo responde a um público cada vez mais consciente e exigente, explorando novas formas de interação harmoniosa entre o ser humano e o meio ambiente, integrando experiências únicas com o conforto de alojamentos exclusivos (Ali & Amin, 2014)

## 1.6 Glamping

O conceito de Glamping, que se apresenta como a opção mais adequada para o projeto em questão é tipo inovador de estância turística que, tal como outros hotéis resort, oferece alojamentos localizados em paisagens diferenciadoras, servindo turistas e veraneantes contudo diferencia-se pelo foco em experiências baseadas na natureza, combinadas com instalações recreativas e interiores convenientes, semelhantes aos resorts tradicionais (Ali & Amin, 2014).

Ao contrário da paisagem artificial dos hotéis convencionais, o Glamping enfatiza a harmonia com a natureza e tende a ser mais isolado. Esta modalidade permite atividades ao ar livre, como caminhadas, escalada e rafting, proporcionando uma experiência imersiva na natureza. A oferta de alojamentos confortáveis e inovadores, como *yurts*, casas na árvore e "hotéis-bolha", permite aos clientes usufruir de um

ambiente natural sem os aspetos menos confortáveis do campismo tradicional (Filipe et al., 2018; Brochado & Brochado, 2019).

Os clientes do Glamping valorizam a fuga à agitação citadina, procurando relaxar e conectar-se com o ambiente natural. Este tipo de alojamento combina serviços hoteleiros com experiências únicas, destacando-se de outras estâncias turísticas pela ênfase na natureza e na promoção do bem-estar (Filipe et al., 2018). A oferta de experiências holísticas, que englobam elementos sensoriais, afetivos e culturais, faz do Glamping uma abordagem inovadora no setor do turismo (Gartner & Lime, 2000; Schmitt, 1999).

A interação mais íntima entre os hóspedes e a natureza é uma das características distintivas do Glamping. Pesquisas realizadas em Portugal destacam a unificação de diferentes tipos de intimidade, como a paz física, espiritualidade e partilha intelectual, como principais atrativos para os hóspedes. A tranquilidade do ambiente e os laços culturais estabelecidos com outros hóspedes e colaboradores valorizam esta experiência (Rebocho & Correia, 2016).

Mais do que uma simples opção de hospedagem, o Glamping oferece uma oportunidade para momentos de descanso e autodescoberta. Os hóspedes vivenciam um ambiente que transcende as comodidades hoteleiras tradicionais, promovendo experiências que combinam aspetos sensoriais, emocionais e sociais (Rebocho & Correia, 2016).

Este projeto de Glamping está em simbiose com a saúde e bem-estar, aliando o alojamento na natureza com atividades que promovem estilos de vida saudáveis, sem descurar as tradições vinícolas. O objetivo é direcionar-se a um mercado turístico que procura escapar ao stress e às rotinas diárias. A inovação no turismo, valorizando a experiência do cliente e a sustentabilidade, é fundamental para oferecer estadias memoráveis e competitivas (United Nations et al., 2009).

Para orientar a criação e gestão deste projeto, será desenvolvido um plano de negócios. Vários estudos indicam que os empreendedores devem focar-se em encontrar oportunidades de negócio, acumular recursos, introduzir produtos e serviços no mercado, produzir, estabelecer organizações e cumprir as exigências da sociedade e do governo (Ferreira et al., 2017). Este planeamento é essencial, pois envolve riscos significativos e exige uma visão clara dos objetivos, estratégias e projeções financeiras. O plano de negócios permite antecipar cenários, conhecer concorrentes e manter o foco nos objetivos a longo prazo (Santos & Pinheiro, 2017; Moraes, 2020).

## 1.7 Plano de negócios

Segundo Santos e Pinheiro (2017) e Moraes (2020), é crucial para o início de um negócio dominar os conceitos de gestão e planeamento. Isso se deve ao ambiente atual altamente competitivo, onde as oportunidades evoluem rapidamente e a busca por inovação e diferenciação de produtos ou serviços é fundamental para o sucesso empresarial.

Conforme ressaltado por Moraes (2020), o plano de negócios é um instrumento importante para minimizar erros e aumentar as probabilidades de sucesso na área de atuação correspondente. Ele não apenas serve como um documento escrito que sistematiza ideias para a empresa, mas também como um modelo que orienta os empreendedores a iniciar, manter e desenvolver um projeto, cumprindo os objetivos da empresa (Ferreira et al., 2017).

Já Ferreira et al. (2017), aponta os diversos estudos que identificam seis atividades comuns entre empreendedores: encontrar oportunidades de negócio; acumular recursos; introduzir produtos e serviços no mercado; produzir; estabelecer organizações; e corresponder às exigências da sociedade e do governo. Todas essas atividades exigem um alto nível de planeamento e envolvem consideráveis riscos.

A análise de mercado, onde a empresa pretende operar, destaca-se como uma etapa crucial para enfrentar possíveis desafios ao longo do processo de criação do negócio. Para tanto, os empreendedores devem recorrer ao plano de negócios (Santos & Pinheiro, 2017).

Conforme salientado por Moraes (2020), o plano de negócios é um instrumento importante para minimizar erros e aumentar as chances de sucesso na área de atuação correspondente. Ele não apenas serve como um documento escrito que sistematiza ideias para a empresa, mas também como um modelo que orienta os empreendedores a iniciar, manter e desenvolver um projeto, cumprindo os objetivos da empresa (Ferreira et al., 2017).

A estruturação do plano de negócios pode seguir os seguintes tópicos: sumário executivo (missão, descrição da proposta inovadora, recursos humanos e financeiros, prazo previsto, pontos fortes e fracos); descrição da empresa e dos promotores; mercado-alvo; exposição da ideia de negócio e posicionamento no mercado; descrição do projeto ou produto (sumário das atividades a serem desenvolvidas, motivação e

objetivos dos intervenientes no processo, pontos críticos, análise da produção); definição da estratégia comercial (proposta única de valor); gestão e controlo do negócio; investimento necessário e projeções financeiras (projeções de vendas, fluxo de caixa, ponto de equilíbrio), (IAPMEI, 2016).

Moraes (2020) destaca que o plano de negócios fornece dados sobre clientes, concorrentes, fornecedores, bem como uma análise dos pontos fortes e fracos, possibilitando a obtenção de informações consistentes relacionadas com a área de atuação e os produtos ou serviços oferecidos pela empresa.

Além disso, Moraes (2020) realça que o plano também demonstra todos os gastos do projeto, o investimento inicial, os recursos necessários, as estratégias a adotar, o plano de marketing e as projeções de rendimentos, permitindo avaliar se o negócio deve ser aberto, mantido ou expandido. É fundamental que o produto ou serviço criado atenda às necessidades dos clientes, uma vez que o mercado está em constante evolução.

O plano de negócios também permite a elaboração de um plano estratégico de marketing, incluindo a definição de preço, canais de distribuição, formas de comunicação e promoção do produto ou serviço. Ele também é utilizado para segmentação, posicionamento e análise da dimensão do mercado, devendo conter detalhes sobre a concorrência. É fundamental incluir um sumário executivo, análise situacional, análise *SWOT* (Pontos Fortes, Pontos Fracos, Oportunidades e Ameaças), formulação de metas e objetivos, definição de estratégias e modelos que auxiliem nas ações a desenvolver.

De acordo com Ferreira et al. (2017), os benefícios de criar um plano de negócios incluem facilitar a tomada de decisões, antecipar falhas de informação, melhorar a gestão de recursos humanos, analisar a viabilidade da empresa e melhorar a comunicação interna e externa da empresa.

Conforme Moraes (2020), é essencial incluir um plano financeiro no plano de negócios, pois isso é fundamental para garantir a análise da viabilidade do projeto. No caso de expansão da empresa ou realização de novos investimentos, é crucial compreender os custos associados e a receita disponível, compreendendo a ligação entre o crescimento de vendas e as necessidades de produção.

O plano de negócios contribui para o sucesso do negócio a longo prazo, pois permite a realização de pesquisas sobre a área de atuação, antecipação de vários cenários,

conhecimento dos concorrentes e cálculo dos investimentos. Além disso, ajuda a manter o foco nos objetivos, antecipar possíveis erros e concluir se a ideia é ou não viável.

Santos e Pinheiro (2017) concluem que o plano de negócios tem como vantagens a organização de ideias, o planeamento detalhado e a redução do risco de fracasso antes mesmo de iniciar o negócio, além de permitir calcular o retorno do investimento.

Em resumo, o plano de negócios desempenha um papel fundamental na orientação do gestor, no processo de implantação e manutenção do negócio, catalogando a definição de metas, acompanhando o crescimento da organização, sintetizando potenciais parcerias, apontando os riscos e calculando o retorno do investimento realizado, de forma objetiva e clara (Moraes, 2020).

No próximo capítulo deste projeto, será apresentada a metodologia utilizada para alcançar o objetivo principal, nomeadamente, conhecer a viabilidade económico-financeira do empreendimento de saúde e bem-estar a ser desenvolvido

## 2 METEDOLOGIA

A metodologia de investigação requer uma apresentação clara e precisa para que o leitor compreenda adequadamente os métodos utilizados. De acordo com Gerhardt e Silveira (2009), a metodologia deve ser entendida como o percurso a ser seguido numa pesquisa científica, fundamentado nos instrumentos de observação.

O primeiro passo na elaboração de uma metodologia é desenvolver um plano de pesquisa, que deve partir da definição da ideia e dos objetivos da investigação. O segundo passo consiste na execução da pesquisa científica, sustentada pelos instrumentos de observação, que podem incluir métodos de investigação quantitativos, qualitativos e/ou métodos mistos (Baptista & Sousa, 2011).

A escolha do método de estudo de caso para este projeto é justificada pela necessidade de uma análise aprofundada e contextualizada da integração de *Glamping* e *Wellness* na Quinta da Ruína. De acordo com Yin (2018), o estudo de caso é adequado para explorar fenómenos complexos dentro de contextos reais, o que se alinha com o objetivo de compreender as dinâmicas específicas do projeto e o seu impacto na região. Além disso, Stake (1995) afirma que este método permite uma investigação detalhada e multifacetada, essencial para a análise das várias dimensões do projeto, como a

aceitação pelo público-alvo e a integração com as infraestruturas locais. A flexibilidade metodológica do estudo de caso também facilita a utilização de diferentes técnicas de recolha de dados, enriquecendo a análise (Yin, 2018).

## 2.1 Objetivo, Tipo de Estudo e Hipóteses

### Objetivos

- **Objetivo Geral:**

O principal objetivo deste projeto é avaliar a viabilidade e o impacto da implementação de um empreendimento turístico que combine o conceito de Glamping com Wellness na Quinta da Ruína, localizada em Penafiel, Eja. A proposta pretende compreender de que forma esta combinação pode responder às exigências do mercado turístico, especialmente entre um público com elevado poder de compra, enquanto contribui para o desenvolvimento económico e social da região. Através da análise de mercado e da avaliação das melhores práticas, o projeto visa estruturar um modelo de negócio que seja inovador, sustentável e alinhado com as tendências atuais do turismo em Portugal.

- **Objetivos Específicos:**

**Viabilidade Económico-Financeira:** Avaliar a viabilidade económico-financeira do desenvolvimento do projeto, considerando os custos de implementação e operação, bem como o potencial de retorno sobre o investimento.

**Aceitação e Atração do Público-Alvo:** Estudar a aceitação do conceito de Glamping associado ao Wellness por um público-alvo de elevado poder de compra, investigando a existência de uma procura significativa para este tipo de experiência na região de Penafiel e áreas adjacentes.

Impacto no Mercado Local: Examinar como o projeto pode impactar positivamente o mercado turístico local, incluindo a criação de emprego, a promoção do desenvolvimento económico e o aumento do fluxo turístico para Penafiel.

Integração com Infraestruturas Existentes: Analisar a forma como o projeto se integrará com infraestruturas turísticas já existentes, como o Parque Termal de São Vicente e a Frente Ribeirinha de Entre-os-Rios, explorando as sinergias entre estas infraestruturas e o novo empreendimento.

Sustentabilidade e Competitividade: Garantir que o projeto de *Glamping* e *Wellness* seja não apenas economicamente sustentável, mas também competitivo em relação a outras ofertas semelhantes na região e em Portugal.

Estrutura científica do Trabalho

Viabilidade Económico-financeira: Qual é a viabilidade económico-financeira do desenvolvimento de um projeto que combina *Glamping* e *Wellness*? Quais são os custos de implementação e operação, e qual é o potencial de retorno sobre o investimento?

Aceitação e Atração do Público-Alvo: Qual é a aceitação do conceito de *Glamping* associado ao *Wellness* pelo público-alvo de elevado poder de compra? Existe uma procura significativa por este tipo de experiência na região de Penafiel e nas cidades circunvizinhas?

Impacto no Mercado Local: De que forma o projeto pode impactar o mercado turístico local, incluindo a criação de emprego, a promoção do desenvolvimento económico e o aumento do fluxo de turistas para Penafiel e áreas adjacentes?

Integração com as Infraestruturas Existentes: Como o novo projeto se integrará com as infraestruturas turísticas já existentes, como o Parque Termal de São Vicente e a Frente Ribeirinha de Entre-os-Rios? Qual será a sinergia entre estas infraestruturas e o novo empreendimento?

Sustentabilidade e Competitividade: Como garantir que o projeto de *Glamping* e *Wellness* não apenas seja economicamente sustentável, mas também competitivo em relação a outras ofertas semelhantes na região e em Portugal?

## 2.2 Caracterização do Instrumento de Recolha de Dados

A análise documental foi selecionada como o único instrumento de recolha de dados para este projeto, visando a integração do conceito de *Glamping* com *Wellness* na

Quinta da Ruína em Penafiel. A seguir, descreve-se a caracterização detalhada deste método e a sua adequação para o estudo:

## 2.2.1 Descrição do Instrumento de Recolha de Dados

### 2.2.1.1 Análise Documental

**Definição:** A análise documental refere-se à revisão e interpretação de documentos existentes que são relevantes para o tema de investigação. Neste projeto, este método envolve a análise de planos de negócios, relatórios financeiros, estudos de mercado e outros documentos relacionados com projetos semelhantes de *Glamping* e *wellness*.

**Objetivo:** O objetivo principal da análise documental é obter uma compreensão detalhada das melhores práticas, desafios e estratégias adotadas em projetos similares. Esta abordagem visa identificar padrões e fatores críticos que podem influenciar a viabilidade e o sucesso do conceito proposto para a Quinta da Ruína.

### 2.2.1.2 Procedimentos de Recolha e Análise de Dados

- **Seleção de Documentos:** Serão selecionados documentos relevantes e atualizados sobre projetos de *Glamping* e *wellness*. A seleção incluirá estudos de caso, relatórios de viabilidade económica e análises de mercado, com foco em projetos que apresentem características semelhantes ao conceito a ser implementado.
- **Processo de Análise:** Os documentos selecionados serão analisados com o objetivo de extrair informações pertinentes sobre as melhores práticas e estratégias eficazes. A análise será realizada através de uma abordagem qualitativa, com a identificação de temas e padrões que possam informar o desenvolvimento e a implementação do projeto.
- **Validação dos Dados:** A validação dos dados será realizada pela triangulação de informações provenientes de diferentes documentos. Esta abordagem assegura a robustez dos dados e a consistência das conclusões obtidas.

### 2.2.2 Justificação para a Escolha do Instrumento

- **Relevância e Adequação:** A análise documental é especialmente adequada para este estudo, uma vez que fornece acesso a informações detalhadas e contextuais sobre casos semelhantes. Esta abordagem permite uma avaliação aprofundada da viabilidade económica e da aceitação do conceito, sem a necessidade de novos dados primários.

- Eficiência: Optar pela análise documental permite uma recolha de dados mais eficiente e económica, adaptando-se às limitações de tempo e recursos. A revisão de documentos existentes oferece uma base sólida para a análise do projeto, proporcionando insights valiosos de forma rápida e com menor custo.
- Contextualização: A análise de documentos relacionados com projetos similares contribui para a contextualização do projeto dentro do panorama do turismo de *Glamping* e *Wellness*. Esta abordagem enriquece a compreensão do posicionamento do conceito e das expectativas do mercado.

## 2.3 Construção e Estrutura do Instrumento de Recolha de Dados

Neste projeto, a análise documental foi escolhida como o principal instrumento de recolha de dados. A construção e estruturação deste instrumento seguem um conjunto de procedimentos que garantem a relevância, a precisão e a consistência das informações recolhidas. A seguir, detalha-se a construção e a estrutura do instrumento de recolha de dados, com foco na análise documental.

### 2.3.1 Definição dos Objetivos da Análise Documental

- A construção do instrumento de recolha de dados começa com a definição clara dos objetivos da análise documental. Estes objetivos incluem:
- Identificar melhores práticas e estratégias adotadas em projetos semelhantes de *Glamping* e *Wellness*.
- Avaliar a viabilidade económica e a aceitação de conceitos similares.
- Extrair informações sobre desafios e soluções implementadas em projetos com características análogas.

### 2.3.2 Seleção dos Documentos

#### 2.3.2.1 Critérios de Seleção

Para assegurar a relevância e a qualidade dos dados, foram definidos os seguintes critérios de seleção para os documentos:

- Relevância: Documentos devem estar diretamente relacionados com o conceito de *Glamping* e *Wellness* e com a viabilidade económica de projetos semelhantes.
- Atualidade: A prioridade é dada a documentos recentes, de forma a refletir o estado atual do mercado e das práticas.
- Credibilidade: Serão selecionadas fontes provenientes de instituições respeitáveis, estudos de caso bem documentados e relatórios de organizações reconhecidas.

#### 2.3.2.2 Tipos de Documentos

Os principais tipos de documentos a serem analisados incluem:

- Planos de Negócios: Documentos que detalham a concepção, a execução e a gestão de projetos de *Glamping* e *Wellness*.
- Relatórios Financeiros: Informações sobre a viabilidade económica, análise de custos e retorno financeiro de projetos semelhantes.
- Estudos de Mercado: Relatórios que analisam a procura, as tendências e a aceitação do conceito de *Glamping* e *Wellness*.
- Estudos de Caso: Análises detalhadas de projetos anteriores, incluindo desafios, estratégias e resultados obtidos.

### 2.3.3 Estrutura da Análise Documental

#### 2.3.3.1 Preparação dos Documentos

Antes da análise, os documentos serão organizados e preparados da seguinte forma:

- Classificação: Documentos serão classificados de acordo com a sua relevância para os diferentes objetivos da pesquisa.
- Resumos: Resumos dos principais pontos de cada documento serão elaborados para facilitar a análise subsequente.

#### 2.3.3.2 Procedimento de Análise

A análise será conduzida seguindo estas etapas:

- Leitura Inicial: Realização de uma leitura preliminar para familiarizar-se com o conteúdo e identificar informações-chave.
- Codificação: Identificação e codificação dos temas e padrões relevantes, tais como práticas bem-sucedidas, desafios comuns e soluções inovadoras.
- Análise Temática: Organização dos dados em categorias temáticas, facilitando a identificação de tendências e insights significativos.
- Síntese: Consolidação das informações para responder às questões de pesquisa e para avaliar a viabilidade do conceito proposto.

### 2.3.4 Validação e Fiabilidade dos Dados

#### 2.3.4.1 Validação

Para garantir a precisão e a consistência dos dados:

- Triangulação: Comparação dos dados recolhidos com diferentes fontes documentais para verificar a consistência das informações.
- Revisão: Revisão dos dados e dos resumos para assegurar a precisão na interpretação e na utilização das informações.

#### 2.3.4.2 Fiabilidade

A fiabilidade dos dados será garantida pela utilização de documentos provenientes de fontes credíveis e pela aplicação de procedimentos rigorosos de análise.

### 2.4 Apresentação Dos Casos a Estudar

- Quinta do Lordelo Turismo Rural:

**Caracterização do Hotel:** A Quinta do Lordelo é um empreendimento de turismo rural situado em Penafiel, na região do Tâmega e Sousa. Esta propriedade oferece uma experiência de alojamento em espaço rural que enfatiza a tranquilidade e o contacto direto com a natureza, características fundamentais para o turismo de saúde e bem-estar. Localizada numa zona privilegiada, a quinta combina o conforto moderno com a autenticidade do ambiente rural, ideal para turistas que procuram um refúgio relaxante.

**Tipo de Alojamento e Dimensão:** A Quinta do Lordelo disponibiliza diversas opções de alojamento, incluindo quartos duplos, suites e uma casa com dois quartos. As unidades apresentam uma decoração acolhedora, que conjuga elementos rústicos e modernos, valorizando a experiência de turismo em espaço rural. De acordo com o site oficial, cada unidade foi concebida para oferecer conforto e privacidade aos hóspedes, incluindo varandas com vistas para os jardins e a paisagem envolvente. Esta variedade permite que a Quinta do Lordelo atraia diferentes tipos de visitantes, desde casais a famílias ou pequenos grupos.

**Serviços e Facilidades: Bem-estar e Natureza:** A quinta dispõe de uma piscina exterior rodeada por jardins, proporcionando um espaço para relaxamento e contacto com a natureza. Este elemento é relevante, pois alinha-se com as práticas de turismo de saúde e bem-estar, oferecendo aos hóspedes momentos de descanso e tranquilidade.

**Gastronomia:** Embora não esteja explícita no site uma oferta gastronómica específica, as quintas rurais costumam proporcionar experiências culinárias ligadas à gastronomia local. Este aspeto poderia ser uma mais-valia se a Quinta do Lordelo oferecer refeições baseadas em produtos regionais e práticas sustentáveis.

**Atividades e Experiências:** Os detalhes sobre atividades complementares não estão completamente desenvolvidos nos sites. Contudo, o ambiente natural e os espaços exteriores bem cuidados sugerem que a quinta pode promover atividades como passeios pedestres ou caminhadas na natureza, fundamentais para uma experiência completa de turismo rural e bem-estar.

**Público-Alvo:** A Quinta do Lordelo parece direcionar-se a um público que procura escapadas tranquilas e um ambiente relaxante, características típicas do turismo em espaço rural. A oferta de alojamento sugere que a quinta poderá atrair casais, famílias e pequenos grupos, especialmente aqueles que valorizam o descanso, a natureza e o bem-estar.

**Estratégia de Marketing e Posicionamento:** **Presença Online:** A quinta tem presença online no seu site oficial e em plataformas de reserva como o Booking.com. A descrição do alojamento nestes meios realça a localização, o conforto e as facilidades oferecidas, o que indica um posicionamento focado na oferta de experiências autênticas em ambiente rural.

**Comunicação Visual:** As fotografias apresentadas nos sites destacam os interiores confortáveis, os jardins e a piscina, reforçando a imagem de um espaço acolhedor e relaxante, fundamental para atrair um público interessado no turismo de bem-estar.

**Integração com a Região:** Apesar de os sites não fornecerem detalhes específicos sobre parcerias locais, a Quinta do Lordelo, pela sua localização em Penafiel, pode beneficiar da proximidade a pontos de interesse regionais, como as Termas de São Vicente, vinhas e outros atrativos naturais e culturais do Tâmega e Sousa. Uma integração com estas infraestruturas e atividades locais poderia enriquecer a experiência dos hóspedes e fortalecer o posicionamento da quinta no âmbito do turismo de saúde e bem-estar.

**Desafios e Boas Práticas:** **Desafios:** A falta de informação específica sobre atividades de wellness ou oferta gastronómica nos sites pode limitar a atratividade para um público que procura experiências completas de bem-estar. Expandir a oferta neste sentido e evidenciar essas opções na comunicação online poderá melhorar a competitividade da quinta.

**Boas Práticas:** A Quinta do Lordelo já implementa boas práticas ao valorizar o contacto com a natureza e o ambiente relaxante, essenciais para o turismo rural e de saúde. A oferta de alojamento diversificada e a presença de espaços exteriores bem cuidados são pontos positivos que reforçam a experiência de bem-estar.

**Comparação com a Quinta da Ruína:**

A Quinta do Lordelo apresenta-se como um exemplo relevante para a análise do projeto da Quinta da Ruína, particularmente na forma como valoriza o ambiente natural e oferece um espaço tranquilo para os hóspedes. No entanto, existe a oportunidade de

desenvolver mais serviços específicos de wellness, que a Quinta da Ruína pode explorar, como programas de saúde, atividades ao ar livre e parcerias locais para experiências gastronómicas ou culturais.

- Refúgio D Alecrim:

**Caracterização do Hotel:** O Refúgio D'Alecrim é um empreendimento de turismo rural localizado em Paredes, próximo à região do Tâmega e Sousa. Este alojamento proporciona uma experiência em espaço rural, destacando-se pelo ambiente tranquilo e pela envolvimento natural. A localização do refúgio oferece aos hóspedes a oportunidade de estarem em contacto com a natureza e de usufruírem de um retiro relaxante, longe do bulício das grandes cidades.

**Tipo de Alojamento e Dimensão:** De acordo com os sites referenciados, o Refúgio D'Alecrim dispõe de várias opções de alojamento, incluindo quartos duplos com varanda e uma casa de férias. As unidades estão equipadas com comodidades modernas, como ar condicionado, televisão e casa de banho privada, promovendo um ambiente acolhedor e confortável. Esta diversidade de tipologias de alojamento permite atrair diferentes tipos de hóspedes, desde casais em busca de uma escapadinha romântica a famílias que desejam uma experiência de contacto com a natureza.

**Serviços e Facilidades: Bem-estar e Natureza:** O refúgio encontra-se rodeado por um cenário natural, o que promove o ambiente de tranquilidade e bem-estar. Apesar de não ser referida explicitamente a oferta de serviços de wellness nos sites consultados, a localização e o ambiente natural sugerem que o espaço é ideal para atividades ao ar livre e momentos de descompressão.

**Gastronomia:** As informações disponíveis nos sites não fornecem detalhes específicos sobre a oferta gastronómica do Refúgio D'Alecrim. No entanto, muitos empreendimentos rurais desta natureza valorizam produtos locais e práticas sustentáveis, o que pode ser uma mais-valia para os hóspedes.

**Atividades e Experiências:** Não há uma menção direta a atividades complementares no conteúdo dos sites. No entanto, a envolvimento natural do alojamento indica a possibilidade de os hóspedes realizarem atividades ao ar livre, como caminhadas, que são uma componente importante do turismo de saúde e bem-estar em espaço rural.

**Público-alvo:** O Refúgio D'Alecrim parece direccionar-se a um público que procura uma escapadela tranquila e a experiência autêntica de alojamento rural. A oferta de alojamento e o ambiente natural sugerem que este espaço é adequado para casais,

famílias e pequenos grupos que valorizam o descanso e o contacto com a natureza, procurando um retiro que promova o bem-estar.

**Estratégia de Marketing e Posicionamento:**

**Presença Online:** O Refúgio D'Alecrim tem presença em plataformas de reserva online como o Booking.com e outras páginas de alojamento. As descrições realçam o conforto, a tranquilidade e as facilidades oferecidas, indicando um posicionamento centrado na oferta de experiências autênticas e relaxantes em ambiente rural.

**Comunicação Visual:** As imagens apresentadas destacam os quartos confortáveis e a envolvente natural do refúgio. Esta abordagem visual é importante para atrair hóspedes interessados no turismo de bem-estar, evidenciando o ambiente acolhedor e relaxante do local.

**Integração com a Região:** Embora não existam informações detalhadas nos sites sobre parcerias ou integração com outras infraestruturas turísticas locais, o Refúgio D'Alecrim, pela sua localização em Paredes, beneficia da proximidade com vários pontos de interesse na região do Tâmega e Sousa. A integração com atividades e atrativos da zona pode fortalecer a experiência dos hóspedes, promovendo o turismo rural e de bem-estar.

**Desafios e Boas Práticas:** **Desafios:** A falta de informações específicas sobre a oferta de atividades de wellness ou serviços gastronómicos nos sites pode limitar o seu potencial para atrair um público mais diversificado que procura experiências de bem-estar completas. Desenvolver e destacar tais serviços poderá melhorar a atratividade e a competitividade do refúgio.

**Boas Práticas:** O Refúgio D'Alecrim valoriza o contacto com a natureza e a tranquilidade, elementos essenciais para o turismo rural e de bem-estar. A oferta de alojamento variado e a envolvência natural cuidada são pontos positivos que reforçam a experiência de turismo em espaço rural.

**Comparação com a Quinta da Ruína:** O Refúgio D'Alecrim constitui um exemplo interessante para a análise do projeto da Quinta da Ruína, especialmente na forma como valoriza a experiência de alojamento rural e a envolvência natural. No entanto, parece existir uma oportunidade para o Refúgio D'Alecrim desenvolver mais os serviços específicos de bem-estar e atividades ao ar livre. A Quinta da Ruína pode explorar estas lacunas e oferecer uma proposta de valor mais abrangente, incluindo programas de saúde, parcerias locais e experiências gastronómicas.

- Arrabia Glamping, em Raiva

**Caracterização do Hotel:** O Arrabia Glamping é um empreendimento de turismo rural situado na região do Douro, próximo à cidade de Castelo de Paiva. Este alojamento destaca-se pelo conceito de glamping – uma combinação de glamour e camping – proporcionando aos hóspedes uma experiência única de contacto com a natureza sem abdicar do conforto e da exclusividade. A localização privilegiada, entre montanhas e vinhas, oferece aos visitantes um cenário natural de grande beleza, típico da região do Douro.

**Tipo de Alojamento e Dimensão:** O Arrabia Glamping disponibiliza alojamentos em tendas de luxo, que oferecem uma experiência de acampamento elegante e confortável. As tendas estão equipadas com comodidades modernas, incluindo camas confortáveis, áreas de estar e varandas privadas com vistas para a paisagem circundante. Cada tenda foi projetada para proporcionar privacidade e um ambiente acolhedor, permitindo aos hóspedes usufruírem de um contacto direto com a natureza. Esta opção de alojamento é adequada para casais e pequenos grupos que procuram uma experiência diferenciada em espaço rural.

**Serviços e Facilidades:**

**Bem-estar e Natureza:** O glamping coloca uma forte ênfase no contacto com a natureza e na oferta de uma experiência tranquila. O ambiente natural, a paisagem montanhosa e a presença de zonas verdes amplas contribuem para um ambiente de bem-estar. Apesar de não serem mencionados serviços específicos de wellness nos sites consultados, a configuração do alojamento e o ambiente envolvente promovem uma atmosfera de relaxamento e descanso.

**Gastronomia:** A informação disponível não especifica se o Arrabia Glamping oferece um serviço de refeições ou gastronomia. No entanto, muitos alojamentos deste género costumam valorizar produtos locais e práticas sustentáveis, podendo oferecer experiências gastronómicas que valorizam a culinária regional.

**Atividades e Experiências:** Os detalhes sobre as atividades complementares são limitados nos sites onde figura. No entanto, a localização do glamping e o ambiente natural sugerem a possibilidade de atividades ao ar livre, como caminhadas, observação da natureza e passeios pela zona envolvente. A oferta de atividades de contacto com a natureza é um componente importante para o turismo de bem-estar e para enriquecer a experiência dos hóspedes.

**Público-alvo:** O Arrabia Glamping parece direcionar-se a um público que procura uma escapadela única e tranquila em ambiente rural. O conceito de glamping é especialmente atrativo para casais e pequenos grupos que procuram um equilíbrio entre o luxo e o contacto com a natureza. O ambiente acolhedor e o estilo exclusivo do alojamento sugerem que o espaço é ideal para hóspedes que valorizam a experiência de alojamento diferenciada e o bem-estar.

**Estratégia de Marketing e Posicionamento:**

**Presença Online:** O Arrabia Glamping marca presença online tanto no seu site oficial como em plataformas de reserva como o Booking.com. A comunicação visual nos sites destaca as tendas de luxo, o ambiente natural e as vistas panorâmicas, reforçando o posicionamento de um alojamento que oferece uma experiência única em contacto com a natureza.

**Comunicação Visual:** As fotografias apresentadas enfatizam a decoração das tendas, a envolvência natural e as paisagens circundantes. Esta abordagem visual é importante para atrair hóspedes interessados em experiências autênticas e exclusivas de glamping, bem como para promover a ideia de bem-estar e tranquilidade.

**Integração com a Região:** Embora os sites não forneçam detalhes específicos sobre parcerias ou integração com infraestruturas turísticas locais, o Arrabia Glamping beneficia da sua localização na região do Douro, conhecida pela riqueza do património natural e vinícola. Esta integração potencial com o ambiente e as atividades regionais pode contribuir para a valorização do turismo em espaço rural, reforçando o posicionamento do alojamento como uma experiência de bem-estar e contacto com a natureza.

**Desafios e Boas Práticas:**

**Desafios:** A falta de informação específica sobre atividades de wellness e serviços gastronómicos pode limitar a capacidade do Arrabia Glamping de atrair um público que procura uma experiência completa de saúde e bem-estar. Desenvolver e promover estes serviços pode ajudar a elevar o nível da experiência oferecida e aumentar a competitividade no mercado do turismo rural.

**Boas Práticas:** O Arrabia Glamping já implementa boas práticas ao valorizar o contacto direto com a natureza e oferecer uma experiência de alojamento única em tendas de luxo. A ênfase no conceito de glamping e a integração da envolvência natural reforçam a imagem do espaço como um destino ideal para o turismo de bem-estar.

**Comparação com a Quinta da Ruína:** O Arrabia Glamping é um exemplo interessante para a análise do projeto da Quinta da Ruína, particularmente na forma como combina a experiência de luxo com o contacto direto com a natureza. No entanto, há uma oportunidade para aprofundar a oferta de serviços de wellness e atividades de saúde e bem-estar, aspetos que a Quinta da Ruína pode explorar e integrar na sua proposta de valor para se destacar como um destino completo de turismo rural e wellness.

- Casa do Passal (Coreografia dos sonhos)

Caracterização do Hotel: A Casa do Passal é um empreendimento de turismo rural localizado em Paço de Sousa, na região do Tâmega e Sousa. Esta propriedade destaca-se pelo seu ambiente histórico e pela integração com a natureza envolvente, proporcionando aos hóspedes uma experiência de tranquilidade e conforto em espaço rural. A Casa do Passal é ideal para visitantes que procuram um refúgio que valorize o património cultural da região e ofereça um ambiente relaxante.

Tipo de Alojamento e Dimensão: A Casa do Passal disponibiliza diferentes opções de alojamento, incluindo quartos duplos e suites, todos decorados com um estilo que combina elementos rústicos e modernos. Cada unidade foi concebida para oferecer uma atmosfera acolhedora e confortável, mantendo a essência do espaço rural. Os quartos incluem comodidades modernas, como casas de banho privadas e áreas de estar. Esta variedade de opções permite que a Casa do Passal atraia um leque diversificado de hóspedes, incluindo casais e pequenos grupos que procuram uma experiência de alojamento em ambiente rural.

Serviços e Facilidades:

Bem-estar e Natureza: A propriedade oferece uma piscina exterior e um jardim amplo, elementos que promovem o bem-estar e o contacto com a natureza. Estes espaços exteriores são ideais para momentos de relaxamento, contribuindo para a atmosfera tranquila e acolhedora do empreendimento. A piscina e os jardins proporcionam aos hóspedes a oportunidade de desfrutar do ambiente natural e das atividades ao ar livre. Gastronomia: Nos sites consultados, não há uma descrição específica sobre a oferta gastronómica da Casa do Passal. Contudo, alojamentos rurais como este frequentemente valorizam produtos locais e a culinária regional, aspetos que poderiam ser um ponto de destaque para hóspedes que procuram uma experiência autêntica.

Atividades e Experiências: Não há referências detalhadas sobre atividades complementares disponíveis no local. No entanto, a localização e o ambiente natural da Casa do Passal sugerem que os hóspedes podem realizar atividades como caminhadas e exploração da região, essenciais para uma experiência de turismo rural. Estas atividades, ainda que não explicitamente descritas, são uma componente importante do turismo de saúde e bem-estar.

Público-Alvo: A Casa do Passal parece direcionar-se a um público que valoriza o turismo de espaço rural e a experiência de alojamento num ambiente histórico e tranquilo. O estilo e a comodidade dos quartos, juntamente com a envolvência natural, indicam que a propriedade é adequada para casais e pequenos grupos que procuram um retiro relaxante e autêntico em meio à natureza.

Estratégia de Marketing e Posicionamento:

Presença Online: A Casa do Passal está presente em plataformas de reserva online como o Booking.com e em websites dedicados a alojamentos turísticos. A descrição do alojamento nestes meios destaca o ambiente acolhedor, a piscina exterior e a tranquilidade do espaço, sugerindo um posicionamento centrado na oferta de experiências autênticas e relaxantes em espaço rural.

Comunicação Visual: As fotografias nos sites apresentam os quartos, a piscina e os jardins, reforçando a ideia de um espaço elegante e acolhedor. Esta abordagem visual é importante para atrair hóspedes que procuram um ambiente tranquilo e em contacto com a natureza, características essenciais do turismo de bem-estar.

Integração com a Região: Embora os sites não forneçam informações detalhadas sobre parcerias locais, a Casa do Passal, pela sua localização em Paço de Sousa, pode beneficiar da proximidade a pontos de interesse na região do Tâmega e Sousa, como o património histórico e cultural e as paisagens naturais. Uma integração estratégica com as atividades e atrativos locais pode fortalecer a experiência dos hóspedes e promover o turismo sustentável na região.

Desafios e Boas Práticas:

Desafios: A falta de informações detalhadas sobre atividades de wellness ou uma oferta gastronómica específica pode limitar a capacidade da Casa do Passal de atrair um público que procura uma experiência de turismo de saúde e bem-estar mais completa. A inclusão e promoção destes serviços podem contribuir para elevar a experiência do hóspede e tornar a Casa do Passal mais competitiva no mercado do turismo rural.

Boas Práticas: A Casa do Passal valoriza o contacto com a natureza e a tranquilidade, elementos fundamentais para o turismo rural. A presença de uma piscina exterior e a oferta de espaços exteriores bem cuidados reforçam a experiência de bem-estar e relaxamento dos hóspedes.

Comparação com a Quinta da Ruína: A Casa do Passal é um exemplo relevante para a análise do projeto da Quinta da Ruína, especialmente na forma como valoriza o ambiente natural e proporciona uma experiência de alojamento em espaço rural. No entanto, a Casa do Passal poderia explorar mais serviços específicos de wellness e atividades ao ar livre, áreas em que a Quinta da Ruína pode investir para se diferenciar e oferecer uma proposta de valor mais abrangente, incluindo programas de saúde e parcerias locais.

- *Welcome* douro

Caracterização do Hotel: O *Welcome* Douro é um alojamento turístico situado na região do Douro, em Cinfães. Este empreendimento destaca-se por oferecer várias opções de alojamento que vão além do tradicional, incluindo campismo, caravanas e bungalows, proporcionando uma experiência diversificada de contacto com a natureza. A sua

localização privilegiada, com vistas para o rio Douro e envolvida por uma paisagem natural única, oferece um refúgio para os visitantes que procuram tranquilidade e uma ligação direta com o ambiente.

Tipo de Alojamento e Dimensão: O *Welcome Douro* disponibiliza diversos tipos de alojamento, incluindo espaços para campismo, áreas para caravanas e bungalows totalmente equipados. O campismo permite que os hóspedes montem as suas próprias tendas, enquanto as áreas para caravanas são ideais para quem viaja de forma autónoma. Os bungalows, por sua vez, estão equipados com todas as comodidades necessárias, incluindo áreas de estar, cozinhas, casas de banho privadas e varandas. Esta variedade de opções permite atrair uma ampla gama de hóspedes, desde famílias a viajantes independentes, adeptos do turismo de natureza.

#### Serviços e Facilidades:

Bem-estar e Natureza: A aposta no campismo e nas caravanas destaca o *Welcome Douro* como um local que privilegia o contacto direto com a natureza. A propriedade oferece vistas deslumbrantes para o rio Douro e áreas verdes onde os hóspedes podem relaxar e desfrutar da paisagem envolvente. Embora os sites não mencionem serviços específicos de wellness, o ambiente natural e a diversidade de opções de alojamento proporcionam um cenário perfeito para a desconexão e o bem-estar.

Gastronomia: Nos sites, não há menção específica a um serviço gastronómico próprio. No entanto, alojamentos em espaço rural como este podem oferecer às hóspedes experiências que valorizam a gastronomia local, o que seria um ponto a explorar na comunicação do *Welcome Douro*.

Atividades e Experiências: O ambiente natural e a proximidade ao rio Douro sugerem a possibilidade de atividades como passeios de barco, caminhadas, pesca e outras experiências ao ar livre. Estas atividades não estão explicitamente detalhadas nos sites, mas a localização do alojamento indica um potencial significativo para explorar experiências ligadas ao turismo ativo e à natureza.

Público-alvo: O *Welcome Douro* dirige-se a um público diversificado que procura uma experiência de contacto com a natureza. A inclusão de opções como campismo e caravanas sugere um foco em hóspedes que valorizam um estilo de viagem mais

autónomo e aventureiro, como famílias, grupos de amigos e casais que apreciam a liberdade e a flexibilidade oferecidas por estas modalidades de alojamento.

**Estratégia de Marketing e Posicionamento:**

**Presença Online:** O *Welcome Douro* está presente no seu site oficial e em plataformas de reserva como o Booking.com. A comunicação online realça as diferentes opções de alojamento, as vistas para o rio Douro e a envolvência natural. Esta abordagem indica um posicionamento centrado na oferta de experiências autênticas e descontraídas em ambiente rural, destacando a diversidade de alojamentos disponíveis.

**Comunicação Visual:** As fotografias nos sites destacam os espaços exteriores, os locais de campismo, as caravanas e os bungalows, reforçando a ideia de um espaço diversificado e flexível. A ênfase nas paisagens naturais e nas áreas de lazer atrai hóspedes que procuram uma experiência de contacto com a natureza e liberdade.

**Integração com a Região:** Apesar de os sites não detalharem parcerias locais, a localização do *Welcome Douro* na região do Douro, conhecida pelo seu património natural e cultural, oferece uma oportunidade para integrar atividades e experiências típicas da região. A proximidade ao rio e às vinhas circundantes permite a realização de atividades como passeios de barco, degustação de vinhos e visitas a quintas vinícolas, enriquecendo a experiência dos hóspedes.

**Desafios e Boas Práticas:**

**Desafios:** A ausência de informações específicas sobre serviços de wellness e atividades complementares no site pode limitar a atratividade do *Welcome Douro* para um público interessado em experiências de saúde e bem-estar mais completas. A inclusão e promoção destes serviços podem ajudar a tornar o alojamento mais competitivo.

**Boas Práticas:** O *Welcome Douro* valoriza o contacto direto com a natureza através das suas ofertas de campismo e caravanas, elementos fundamentais para o turismo rural. A variedade de opções de alojamento e a ênfase na envolvência natural destacam o espaço como um destino que promove a desconexão e o bem-estar.

**Comparação com a Quinta da Ruína:** O *Welcome Douro* apresenta uma variedade de opções de alojamento, incluindo campismo e caravanas, direcionando-se a um público que procura uma experiência mais autónoma e em contacto direto com a natureza. No entanto, a Quinta da Ruína integra-se num segmento mais luxuoso, oferecendo

alojamento de alta qualidade e serviços focados em bem-estar e saúde, adequados a um público que procura experiências exclusivas e sofisticadas em ambiente rural. Este posicionamento distinto permite à Quinta da Ruína oferecer uma proposta de valor mais abrangente e premium, diferenciando-se no mercado do turismo rural.

De seguida temos uma tabela com os principais pontos para uma visualização mais rápida:

Tabela 1 Comparação de Serviços de Alojamento Rural

	Serviços	Quinta da Ruína	Quinta do Lordelo	Refúgio D'Alecrim	Arrabia Glamping	Casa do Passal	Welcome Douro
1	Tipos de Alojamento	Glamping, Casas de Madeira	Quartos, Suites, Casa	Quartos	Glamping (tendas de luxo)	Quartos, Suites	Bungalows, Campismo, Caravanas
2	Piscina	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim
3	Wellness (Spa, Massagens, etc.)	Sim	Não	Não	Não	Não	Não
4	Gastronomia (Restaurante ou Refeições)	Sim	Não mencionado	Não mencionado	Não mencionado	Não mencionado	Não mencionado
5	Organização de Eventos	Não	Não	Não	Não	Sim	Sim
6	Atividades ao Ar Livre	Sim	Possível (não detalhado)	Possível (não detalhado)	Possível (não detalhado)	Possível (não detalhado)	Sim (organiza atividades regionais)
7	Campismo/Caravanas	Não	Não	Não	Não	Não	Sim
8	Localização e Envolvência	Vista panorâmica do Rio Tâmega	Vistas para jardins	Ambiente natural	Vistas para paisagem natural	Jardins e envolvência histórica	Vistas para o rio Douro

### 3 PLANO DE NEGÓCIO

#### 3.1 Sumário Executivo

O projeto Quinta da Ruína *Glamping* e *Wellness* visa transformar a Quinta da Ruína, situada em Penafiel, num destino turístico inovador que combina o conceito de *Glamping* de luxo com foco em *Wellness*. Este empreendimento é projetado para aproveitar o potencial dos espaços verdes e naturais da região, oferecendo aos visitantes uma experiência única que integra conforto, natureza e cuidados com a saúde. O projeto, que será desenvolvido em três fases ao longo de cinco anos, contará com 9 unidades de *Glamping*, cada uma concebida para proporcionar uma estadia de alto padrão em harmonia com o meio ambiente.

O objetivo principal do Quinta da Ruína *Glamping* e *Wellness* é criar um destino de turismo de luxo e bem-estar que se destaque pela sua oferta diferenciada. Com a inclusão de avaliações clínicas personalizadas, programas nutricionais e uma gama de

atividades de relaxamento como *Reiki, Yoga e Pilates*, o empreendimento pretende atrair um público-alvo interessado em experiências exclusivas de saúde e bem-estar. Este conceito inovador busca não apenas preencher uma lacuna no mercado turístico, mas também estimular o desenvolvimento econômico local, promovendo a criação de empregos e incentivando o crescimento de serviços complementares na região de Penafiel.

Ao combinar o glamour do *Glamping* com um forte foco no *Wellness*, o projeto está posicionado para oferecer uma proposta única que se diferencia das ofertas tradicionais. A utilização responsável dos recursos naturais e a implementação de práticas sustentáveis são componentes centrais da abordagem do projeto, garantindo que a experiência oferecida aos visitantes seja tanto luxuosa quanto consciente do meio ambiente.

### 3.2 Apresentação do Negócio

O Quinta da Ruína *Glamping* e *Wellness* é um empreendimento turístico inovador que será desenvolvido na Quinta da Ruína, localizada em Penafiel, Eja. Este projeto visa transformar a quinta em um destino de *Glamping* de luxo com uma forte ênfase em *Wellness*, aproveitando ao máximo as características naturais e o ambiente acolhedor da região. A proposta abrange a construção de 9 unidades de *Glamping*, projetadas para oferecer uma experiência de alta qualidade que combina conforto e um profundo respeito pela natureza.

O terreno de aproximadamente 10 hectares será cuidadosamente planeado para integrar as unidades de *Glamping* em harmonia com o ambiente natural. Cada unidade será equipada com amenidades de luxo, visando proporcionar aos hóspedes uma estadia confortável e sofisticada. Além disso, o projeto incorporará um centro de *Wellness* que oferecerá serviços como avaliações clínicas personalizadas, programas nutricionais, e uma variedade de atividades de bem-estar, incluindo *Reiki, Yoga e Pilates*.

A Quinta da Ruína não só se destacará pela sua oferta de *Glamping* de luxo, mas também pela integração de aspetos culturais e naturais da região. A proposta inclui a criação de um ambiente que celebra a rica herança cultural de Penafiel e promove a conexão com a natureza. Serão realizadas parcerias com produtores e empresas locais para oferecer uma experiência autêntica e enriquecedora aos visitantes.

A ideologia por trás deste projeto é proporcionar uma experiência única e memorável para os hóspedes, abrangendo uma ampla gama de interesses e necessidades. Ao combinar o conceito de *Glamping* de luxo com foco no *Wellness*, o Quinta da Ruína *Glamping* e *Wellness* visa criar um destino que não apenas satisfaça as expectativas dos turistas, mas que também promova o desenvolvimento econômico e sustentável da região de Penafiel. Acreditamos que a combinação de inovação, respeito pela natureza e valorização da cultura local tornará este empreendimento uma referência no setor de turismo de luxo e bem-estar.

### 3.2.1 Justificação do Conceito e Localização

#### Justificação do Conceito

O conceito de *Glamping* de luxo associado a *Wellness* foi escolhido para o projeto Quinta da Ruína devido à crescente procura por experiências de turismo que combinem conforto, exclusividade e bem-estar. O *Glamping*, que alia a experiência de acampamento ao luxo de acomodações sofisticadas, tem revelado uma tendência crescente no mercado turístico global. Este modelo proporciona uma alternativa de alojamento que integra a imersão na natureza com o conforto e a comodidade de instalações de elevado padrão, respondendo assim às necessidades de um público que procura experiências autênticas e diferenciadas.

A incorporação de um foco no *Wellness* responde à crescente procura por experiências que promovam a saúde física e mental. O mercado turístico tem demonstrado um interesse crescente por ofertas que combinam relaxamento, cuidados pessoais e práticas de bem-estar, refletindo uma mudança nas preferências dos consumidores em direção a uma abordagem mais holística das suas férias. Integrando serviços de *Wellness*, como avaliações clínicas personalizadas, programas nutricionais e atividades de relaxamento, o projeto não só satisfaz essa procura, mas também se posiciona como um destino de referência no turismo de bem-estar.

#### Justificação da Localização

A escolha da Quinta da Ruína, situada em Penafiel, para a implementação do projeto é estratégica e fundamentada em vários fatores. A localização oferece um ambiente natural privilegiado, caracterizado por paisagens verdes e tranquilas, ideais para a prática de atividades ao ar livre e para a criação de um espaço dedicado ao bem-estar. A proximidade com o Parque Natural da Peneda-Gerês e outras áreas de interesse natural aumenta o valor do projeto, proporcionando aos visitantes uma imersão completa na natureza.

Penafiel é uma região com um potencial turístico significativo e ainda sub explorado, oferecendo uma oportunidade única para o desenvolvimento de um projeto inovador que pode estabelecer a região como um destino de turismo de luxo e *Wellness*. A localização estratégica também facilita o acesso a turistas provenientes de cidades vizinhas, como Porto, Braga e Guimarães, ampliando o alcance do projeto e aumentando o seu potencial de atratividade.

Adicionalmente, o projeto aproveita a crescente tendência de valorização de destinos que combinam turismo sustentável com experiências personalizadas. A integração de práticas ecológicas e a valorização dos recursos naturais da região refletem o compromisso do projeto com a sustentabilidade e a preservação ambiental, alinhando-se com as tendências contemporâneas no setor do turismo.

Em suma, o conceito de *Glamping* de luxo com foco em *Wellness* e a localização escolhida são complementares e oferecem uma base sólida para o sucesso do projeto. A combinação de uma proposta inovadora com uma localização estratégica e atraente posiciona a Quinta da Ruína *Glamping* e *Wellness* como um destino de excelência no mercado de turismo de luxo e bem-estar.

### 3.2.2 Missão, Visão, Valores e Objetivos

#### Missão

A missão da Quinta da Ruína *Glamping* e *Wellness* é proporcionar aos nossos hóspedes uma experiência de turismo diferenciada que une o luxo do *Glamping* ao bem-estar completo. Comprometemo-nos a oferecer um ambiente sofisticado e confortável, em harmonia com a natureza, que promova a saúde física e mental dos visitantes. Através da integração de práticas sustentáveis e da valorização da cultura local, buscamos criar uma oferta turística que não só satisfaz as expectativas dos nossos clientes, mas também contribui para o desenvolvimento econômico e social da região de Penafiel.

#### Visão

A nossa visão é tornar a Quinta da Ruína *Glamping* e *Wellness* um destino de referência no mercado de turismo de luxo e bem-estar, reconhecido pela sua inovação e excelência. Almejamos liderar o segmento de *Glamping* e *Wellness* em Portugal, destacando-nos pela qualidade dos nossos serviços, pela integração harmoniosa com o meio ambiente e pela promoção de um turismo sustentável. Pretendemos ser um exemplo de boas práticas no setor, inspirando outros empreendimentos a adotar modelos que respeitem a natureza e a cultura local.

#### Valores

1. Sustentabilidade: Comprometemo-nos a operar de forma ambientalmente responsável, promovendo práticas sustentáveis e a preservação dos recursos naturais da região.
2. Qualidade: Asseguramos um elevado padrão de qualidade em todos os aspetos do nosso serviço, desde as acomodações até as atividades de bem-estar, garantindo uma experiência memorável para os nossos hóspedes.
3. Inovação: Buscamos constantemente inovar, oferecendo experiências únicas e personalizadas que atendam às necessidades e expectativas dos nossos clientes.
4. Respeito pela Cultura Local: Valorizamos e promovemos a cultura e tradições locais, integrando elementos culturais na nossa oferta turística e apoiando a comunidade local.

5. Bem-Estar: Priorizamos o bem-estar dos nossos hóspedes, oferecendo serviços e atividades que promovam a saúde física e mental em um ambiente relaxante e revitalizante.

## Objetivos

1. Desenvolver e Implementar o Projeto: Concluir a construção e instalação das 9 unidades de glamping e do centro de wellness até ao final do terceiro ano de operação (2027), assegurando que cada unidade e infraestrutura cumpra os padrões estabelecidos de luxo e sustentabilidade e esteja pronta para receber hóspedes no início da temporada de verão de 2027.
2. Atingir a Rentabilidade: Alcançar a rentabilidade financeira até ao final do segundo ano de operação (2026), com uma taxa de ocupação média de, pelo menos, 70% nos meses de alta temporada e 40% nos meses de baixa temporada, através da atração crescente de hóspedes e da otimização de custos e recursos.
3. Promover o Turismo Sustentável: Implementar até 2026 práticas de turismo sustentável, como reciclagem de resíduos, gestão eficiente de água e energia e utilização de produtos locais e biodegradáveis, com o objetivo de reduzir o impacto ambiental da Quinta da Ruína em, pelo menos, 25% em comparação com métodos de operação tradicionais.
4. Estabelecer Parcerias Locais: Desenvolver até ao final do primeiro ano de operação (2025) pelo menos cinco parcerias estratégicas com empresas e fornecedores locais, como restaurantes e operadores de atividades ao ar livre, para enriquecer a experiência dos hóspedes com produtos e serviços autênticos da região e promover a economia local. Exemplos incluem parcerias com os restaurantes “Ponte de Pedra” e “Fininha” e a empresa de buggy “Rios Buggy|Penafiel”.
5. Expandir o Reconhecimento de Marca: Estabelecer a Quinta da Ruína como um destino de referência no turismo de wellness e glamping até 2028, conquistando uma base de, pelo menos, 30% de hóspedes recorrentes e garantindo presença em pelo menos cinco publicações de renome no sector de turismo sustentável e wellness, tanto a nível nacional como internacional.

### 3.3 Descrição Operacional do Projeto

#### Visão Geral do Projeto

O projeto Quinta da Ruína *Glamping* e *Wellness* visa a criação de um empreendimento turístico inovador, que combina o conceito de *Glamping* de luxo com foco em robusto em bem-estar e saúde. Localizado em Penafiel, Eja o projeto pretende estabelecer um destino exclusivo que oferece uma experiência de turismo de luxo em harmonia com a

natureza. O empreendimento contará com 9 unidades de Glamping e um centro de *Wellness*, distribuídos em uma área de 4 hectares de paisagens naturais deslumbrantes.

#### Estrutura e Tipologia das Unidades de Alojamento

O projeto será desenvolvido em três fases ao longo de cinco anos. Cada fase incluirá a construção e implementação de diferentes tipologias de unidades de *Glamping* e de *Wellness*, a fim de oferecer uma variedade de opções de alojamento e serviços. As unidades de *Glamping* serão compostas sempre que possível por materiais ecológicos e sustentáveis. As unidades de alojamento serão construídas em madeira, seguindo um design inspirado nos bungalows nórdicos, conhecidos pela sua estética elegante e funcionalidade. As unidades serão distribuídas da seguinte forma:

##### 1. Unidades Redondas Tipo Pipa (12 m<sup>2</sup>)

Serão instaladas duas unidades redondas com 12 m<sup>2</sup>, inspiradas no design tradicional de pipas. Estas unidades, construídas em madeira, proporcionarão uma experiência de *Glamping* distinta, combinando conforto e charme rústico. Cada unidade contará com uma cama confortável, mobiliário de madeira de design minimalista e janelas amplas para oferecer vistas panorâmicas do ambiente natural. O formato redondo promove uma sensação de acolhimento e integração com a paisagem ao redor.

##### 2. Unidades em Forma de Pirâmide

Unidade com Tanque de Água Privado: Uma das unidades piramidais será equipada com um tanque de água tipo piscina privada. Este design exclusivo oferece aos hóspedes uma experiência de relaxamento em um espaço privativo, perfeito para momentos de lazer e rejuvenescimento. A estrutura em forma de pirâmide é projetada para maximizar a área interna, proporcionando um ambiente espaçoso e confortável. O tanque de água será integrado de forma harmoniosa, mantendo a estética e o compromisso com a sustentabilidade.

Unidade em Forma de Pirâmide Sem Tanque de Água: As restantes unidades piramidais serão equipadas com todas as comodidades essenciais para uma estadia confortável. Estas unidades seguirão o design nórdico, com uma estrutura de madeira que garante um ambiente quente e acolhedor. O layout interno será otimizado para proporcionar uma experiência de conforto e funcionalidade, com uma decoração que reflete a simplicidade e a elegância dos bungalows nórdicos.

#### Design e Materiais

Todas as unidades de alojamento serão construídas com madeira de alta qualidade, selecionada por sua durabilidade e estética natural. O design nórdico das unidades é caracterizado pela sua simplicidade elegante e eficiência funcional, garantindo um ambiente que combina conforto e sustentabilidade. A madeira será tratada para resistir

às condições climáticas, garantindo a longevidade das estruturas e a manutenção da estética natural.

## Equipamentos e Comodidades

Cada unidade será equipada com:

- Acomodações Confortáveis: Camas de alta qualidade e mobiliário em madeira, projetado para proporcionar uma estadia relaxante e confortável.
- Áreas de Estar: Espaços internos e externos privados que permitem aos hóspedes desfrutar da paisagem e do ambiente natural.
- Instalações Sustentáveis: Sistemas de aquecimento e iluminação eficientes, que utilizam tecnologias eco-friendly para reduzir o impacto ambiental e promover uma estadia sustentável.

## Infraestrutura e Serviços

O centro de *Wellness* será um componente central do projeto, projetado para promover a saúde e o bem-estar dos hóspedes através de uma gama de serviços especializados, incluindo:

- Avaliações Clínicas Personalizadas: Realizadas por um nutricionista certificado e um *personal trainer* com planos de saúde e fitness personalizados.
- Atividades de Relaxamento: Sessões de *Reiki*, *Yoga*, *Pilates* e massagens terapêuticas serão oferecidas para proporcionar uma experiência completa de relaxamento e rejuvenescimento.
- Parcerias Gastronômicas: Colaborações com restaurantes locais para oferecer opções de alimentação alinhadas às necessidades nutricionais dos hóspedes.

## Desenvolvimento e Fases do Projeto

1. Fase de Planeamento e Construção Inicial: Esta fase incluirá a finalização dos projetos arquitetónicos e a construção das primeiras unidades de *Glamping* e das infraestruturas básicas do centro de *Wellness*. Durante esta fase, será implementado um plano de marketing inicial para atrair os primeiros hóspedes.
2. Fase de Expansão e Implementação Completa: Com base na análise dos resultados das fases iniciais, a segunda fase expandirá o número de unidades de alojamento e aprimorará os serviços oferecidos. Esta fase também incluirá a ampliação das parcerias locais e o desenvolvimento de novas ofertas de *Wellness*.

3. Fase de Consolidação e Avaliação: Após a conclusão da fase de expansão, o foco será na consolidação do projeto, na otimização dos serviços e na avaliação contínua da satisfação dos hóspedes. Esta fase incluirá a análise de feedback e a implementação de melhorias contínuas.

### Gestão e Operações

A gestão do Quinta da Ruína *Glamping* e *Wellness* será orientada por uma equipe especializada em turismo de luxo e *Wellness*. Serão estabelecidos protocolos operacionais rigorosos para garantir a manutenção da qualidade dos serviços e a satisfação dos hóspedes. A equipe de gestão será responsável pela supervisão das operações diárias, pela coordenação com os fornecedores e parceiros locais, e pela implementação das estratégias de marketing e vendas.

### Monitorização e Avaliação

A eficácia do projeto será monitorizada através de indicadores-chave de desempenho (*KPIs*), incluindo taxas de ocupação, satisfação dos clientes e desempenho financeiro. Relatórios periódicos serão elaborados para avaliar o progresso do projeto, identificar áreas de melhoria e ajustar as estratégias conforme necessário.

## 3.4 Recursos Humanos

Para garantir a eficiência operacional e a eficácia da Quinta da Ruína *Glamping* e *Wellness*, será adotada uma estrutura de equipa reduzida, porém altamente qualificada. Esta abordagem visa otimizar recursos e assegurar uma gestão ágil, mantendo a excelência nos serviços prestados. A organização da equipa será composta pelas seguintes funções principais, cada uma com responsabilidades essenciais para o funcionamento do empreendimento:

### 3.4.1 Estrutura Organizacional

- **Diretor Geral:** O Diretor Geral terá a responsabilidade global pela supervisão do empreendimento, incluindo a formulação de estratégias, coordenação das operações e tomada de decisões cruciais. Este profissional será encarregue de assegurar que as operações estejam alinhadas com a missão e visão do negócio, gerindo o orçamento e o desempenho financeiro de forma eficiente. A experiência em gestão de empreendimentos turísticos e competências em liderança e gestão financeira são imprescindíveis para este cargo.

- Gestor de Operações e Atendimento ao Cliente: Esta função combinará as responsabilidades de gestão das unidades de alojamento e o atendimento ao cliente. O Gestor de Operações será responsável pela coordenação das reservas, manutenção das instalações e atendimento às necessidades dos hóspedes. Este cargo exige experiência em gestão de alojamentos turísticos e competência em oferecer um serviço de alta qualidade, garantindo a implementação de elevados padrões operacionais e de atendimento.
- Especialista em Saúde e Bem-Estar: O Especialista em Saúde e Bem-Estar, com formação relevante e experiência na área, será responsável pela oferta de serviços de saúde e bem-estar, incluindo avaliações clínicas e atividades de relaxamento. Este profissional deverá criar e implementar programas integrados de bem-estar, assegurando uma experiência holística para os hóspedes. Competências em áreas como nutrição e treinamento físico são fundamentais para esta função.
- Coordenador de Marketing e Vendas: O Coordenador de Marketing e Vendas será encarregue da promoção do empreendimento e gestão das estratégias de marketing e vendas. Este profissional desenvolverá campanhas publicitárias, gerenciará a presença em redes sociais e implementará estratégias para atrair e reter clientes. É essencial que este cargo tenha experiência em marketing e vendas, com habilidades analíticas para interpretar dados de mercado e ajustar estratégias conforme necessário.
- Assistente Administrativo e Financeiro: O Assistente Administrativo e Financeiro assumirá as responsabilidades de gestão administrativa e financeira do empreendimento, incluindo contabilidade básica, gestão orçamental e elaboração de relatórios financeiros. A precisão na gestão financeira e conformidade com as regulamentações fiscais são aspetos cruciais para esta função. Formação em contabilidade ou administração e experiência na área são requisitos indispensáveis.
- Manutenção - Responsável pela resolução de qualquer problema e limpeza geral do terreno presente na unidade de alojamento.
- Limpeza & Lavandaria – a equipa de limpeza & Lavandaria será pensada no modelo outsourcing

#### 3.4.2 2. Perfis e Competências Requeridas

- Diretor Geral: Experiência em gestão de empreendimentos turísticos e habilidades de liderança são essenciais. O Diretor Geral deve possuir uma visão estratégica e capacidade para tomar decisões informadas, além de competências em gestão financeira e operacional.

- Gestor de Operações e Atendimento ao Cliente: Requer experiência prévia em gestão de alojamentos turísticos e habilidades em atendimento ao cliente. Deve ser capaz de lidar com questões operacionais e proporcionar um serviço de alta qualidade.
- Especialista em Saúde e Bem-Estar: Formação relevante e experiência em áreas relacionadas com saúde e bem-estar são necessárias. Este profissional deve ser capaz de oferecer serviços personalizados e implementar programas de bem-estar que atendam às necessidades dos hóspedes.
- Coordenador de Marketing e Vendas: Experiência em marketing e vendas é crucial, com habilidades em desenvolvimento de campanhas e gestão de redes sociais. A capacidade de analisar e interpretar dados de mercado é fundamental para ajustar estratégias de forma eficaz.
- Assistente Administrativo e Financeiro: Formação em contabilidade ou administração e experiência em gestão financeira são indispensáveis. A precisão e a capacidade de manter registos financeiros detalhados são aspetos essenciais para este cargo.

### 3.4.3 Estratégias de Recrutamento e Formação

Para garantir uma equipa eficiente e bem preparada, a Quinta da Ruína *Glamping* e Wellness adotará as seguintes estratégias:

- Processo Seletivo Eficaz: Implementação de um processo de recrutamento simplificado e eficaz para selecionar profissionais qualificados que estejam alinhados com os valores e objetivos do empreendimento.
- Formação Inicial e Contínua: Desenvolvimento de um programa de formação inicial para integrar novos colaboradores e oferta de formação contínua para manter a equipa atualizada com as melhores práticas e inovações do setor.
- Ambiente de Trabalho Positivo: Criação de um ambiente de trabalho colaborativo e satisfatório, com foco na eficiência e no desenvolvimento profissional, promovendo a motivação e o desempenho da equipa.

## 3.5 Análise Estratégica

### 3.5.1 Análise do Ambiente Geral

#### 3.5.1.1 Análise do Mercado

A Quinta da Ruína *Glamping* e Wellness será posicionada no mercado turístico da região de Penafiel, uma área conhecida pela sua riqueza cultural e natural. A análise do

mercado revela um crescente interesse por experiências de turismo sustentável e de bem-estar, evidenciado pelo aumento da procura por conceitos como o *Glamping* e o turismo de saúde e bem-estar. O conceito inovador de *Glamping* integrado ao *Wellness* é bem recebido por um público-alvo com alto poder aquisitivo que busca experiências únicas e personalizadas.

#### 3.5.1.2 Análise da Concorrência

A concorrência na região inclui outras ofertas de *Glamping* e alojamentos voltados para o bem-estar. Exemplos de concorrentes relevantes incluem a Quinta do Lordelo, Arrabia Glamping, Refúgio D'alecrim, Coreografia dos Sonhos e Welcome Douro

A análise competitiva demonstra que, embora exista concorrência, há uma oportunidade para se destacar através de um conceito integrado de *Glamping* e *Wellness*, com um foco na personalização e na qualidade do serviço. A diferenciação será baseada na oferta de unidades de alojamento em madeira com design exclusivo e serviços de saúde e bem-estar integrados.

#### 3.5.2 Análise PESTEL

- Política: A estabilidade política e as políticas de incentivo ao turismo em Portugal criam um ambiente favorável para o surgimento de novos empreendimentos turísticos. No caso de Penafiel, destacam-se iniciativas locais que promovem o turismo sustentável e o desenvolvimento económico regional, tornando o município um exemplo de impacto positivo neste setor. Programas como o "Semear Penafiel" incentivam a produção agrícola e o desenvolvimento rural, fortalecendo o turismo rural e preservando tradições locais. Além disso, Penafiel apoia alojamentos em aldeias preservadas, como a Aldeia de Quintandona, integrada na rede "Aldeias de Portugal", valorizando o património cultural e natural. Os eventos culturais anuais, como a Escritaria e a Agrival, também contribuem para atrair visitantes, promovendo o município como um destino de relevância cultural e reforçando a economia local.
- Económica: O turismo tem um impacto positivo na economia de Penafiel, gerando receitas que ajudam a revitalizar a economia local, particularmente em áreas rurais. A presença de alojamentos turísticos, como a Quinta da Ruína, promove o desenvolvimento económico ao criar empregos locais, tanto diretos (funcionários da quinta, guias turísticos, terapeutas) quanto indiretos (parcerias com fornecedores de alimentos orgânicos, empresas de atividades turísticas e artesanos locais). Este tipo de empreendimento luxuoso atrai um perfil de visitante que contribui para o aumento do consumo em estabelecimentos de

produtos e serviços da região, promovendo uma economia circular e sustentável.

- **Social:** A dimensão social tem um papel fundamental no sucesso da "Quinta da Ruína" enquanto empreendimento de turismo rural de luxo focado na saúde, bem-estar e perda de peso. Atualmente, há uma crescente valorização de estilos de vida saudáveis e uma consciencialização generalizada sobre a importância do bem-estar físico e mental, o que leva muitos consumidores a procurarem experiências que lhes permitam desintoxicar do stress do quotidiano. Este fenómeno traduz-se num interesse crescente por turismo de bem-estar, especialmente entre pessoas que buscam momentos de tranquilidade e reconexão com a natureza em ambientes exclusivos e cuidadosamente planeados. Em particular, a região de Penafiel, com o seu cenário natural, oferece o ambiente ideal para quem procura equilíbrio, ao mesmo tempo que reforça o seu património cultural e natural. A localização da Quinta da Ruína permite criar uma experiência autêntica e transformadora, valorizada por um público que procura mais do que uma simples estadia – quer uma experiência de rejuvenescer físico e emocional. Este foco em saúde e bem-estar, aliado a um espaço que respeita e integra a cultura local, posiciona o projeto como um destino atrativo para visitantes que se identificam com valores de autenticidade e qualidade de vida, reforçando a sua importância social e impacto positivo na comunidade local e no turismo de Penafiel.
- **Tecnológica:** a "Quinta da Ruína" pode tirar partido de inovações que elevam a experiência dos clientes e melhoram a gestão de um empreendimento de luxo dedicado ao bem-estar e saúde. A implementação de sistemas de reservas online e aplicações móveis personalizadas permite simplificar o processo de reserva e oferecer uma experiência mais fluida e acessível aos clientes. Além disso, o uso de tecnologias para monitorização e acompanhamento dos programas de bem-estar e perda de peso – como dispositivos portáteis de rastreamento físico e softwares de análise de desempenho – oferece aos hóspedes uma experiência personalizada, permitindo que monitorizem o seu progresso em tempo real e tenham um acompanhamento digital ajustado às suas necessidades individuais. A incorporação de assistentes virtuais, como *chatbots*, pode ainda agilizar o atendimento ao cliente, proporcionando respostas imediatas a dúvidas ou solicitações durante a estadia. A aposta em tecnologias de ponta não só posiciona a Quinta da Ruína como um destino inovador, mas também garante uma experiência personalizada e eficiente, alinhada com as expectativas de um público de luxo que valoriza conveniência e exclusividade.
- **Ecológica:** A sustentabilidade e a proteção ambiental tornaram-se prioridades centrais para os consumidores modernos, e a "Quinta da Ruína" abraça essa oportunidade, adotando práticas que valorizam o ambiente natural e atraem um público consciente das suas escolhas. A localização da quinta, em pleno cenário rural com vistas deslumbrantes sobre o Rio Tâmega, sublinha o compromisso

com a preservação da biodiversidade e a integração harmoniosa com a paisagem. Medidas como a reciclagem, a compostagem de resíduos orgânicos e o uso de produtos de limpeza biodegradáveis reduzem o impacto ambiental das operações diárias. Além disso, ao optar por fornecedores locais e orgânicos, a quinta apoia a economia local e diminui a pegada de carbono associada ao transporte. O uso de materiais sustentáveis na construção e a integração de elementos naturais nos alojamentos não só valorizam o património local, como também criam uma experiência autêntica e ecológica. Este compromisso com a sustentabilidade atrai visitantes que apreciam práticas responsáveis e posiciona a "Quinta da Ruína" como um modelo de turismo rural de luxo que respeita e preserva o ambiente natural.

- Legal: A conformidade com as regulamentações locais e nacionais em matéria de turismo e construção será rigorosamente observada. A análise do Plano Diretor Municipal e a obtenção das licenças necessárias são essenciais para a operação do empreendimento.

### 3.5.3 Análise do Ambiente Interno

#### 3.5.3.1 Recursos e Capacidades

A Quinta da Ruína *Glamping* e *Wellness* possui recursos significativos, incluindo a localização estratégica em Penafiel mais concretamente em Eja, um terreno de 4 hectares com potencial para desenvolvimento e a capacidade de oferecer experiências personalizadas de *Glamping* e *Wellness*. A equipa será composta por profissionais altamente qualificados, com experiência nas áreas de gestão, saúde e bem-estar, marketing e atendimento ao cliente. A estrutura de unidades de alojamento em madeira e o conceito integrado de bem-estar são fatores diferenciadores que agregam valor ao projeto.

#### 3.5.3.2 Vantagens Competitivas

- Localização: A localização na Quinta da Ruína oferece um ambiente natural e tranquilo, ideal para o *Glamping* e práticas de bem-estar, distante da agitação urbana, mas acessível para o mercado-alvo.
- Conceito Inovador: A integração do conceito de *Wellness* com *Glamping*, através de unidades de alojamento de madeira com design distinto e serviços personalizados, proporciona uma experiência única e diferenciada no mercado.
- Qualidade do Serviço: A oferta de serviços de saúde e bem-estar, incluindo avaliações clínicas e atividades relaxantes, garante um atendimento de alta qualidade, com um foco em personalização e satisfação do cliente.

### 3.5.4 Objetivos Estratégicos

#### 3.5.4.1 Expansão do Mercado

O objetivo é estabelecer a Quinta da Ruína *Glamping* e *Wellness* como um destino de referência no mercado de turismo de luxo e bem-estar. A estratégia inclui a promoção do conceito em canais de marketing especializados e a criação de parcerias com operadores turísticos e agências de viagens.

#### 3.5.4.2 Desenvolvimento Sustentável

Implementar práticas sustentáveis e ecológicas em todas as operações do empreendimento, desde a construção das unidades de alojamento até a gestão diária, para garantir a preservação ambiental e a responsabilidade social.

#### 3.5.4.3 Experiência do Cliente

Proporcionar uma experiência diferenciada e memorável para os hóspedes, com um foco em personalização e atendimento de excelência. A estratégia inclui a oferta de programas de *Wellness* personalizados e a criação de um ambiente acolhedor e inovador.

#### 3.5.4.4 Rentabilidade e Crescimento

Alcançar a viabilidade económica e financeira do projeto através da gestão eficiente de recursos e da maximização da ocupação das unidades de alojamento. A meta é garantir um retorno sobre o investimento sustentável e apoiar o crescimento contínuo do empreendimento.

### 3.5.5 Análise da Empresa

#### Recursos, Competências e Cadeia de Valor

O sucesso da "Quinta da Ruína" assenta numa análise contínua e rigorosa de todas as suas operações, com foco num controlo eficaz de processos para garantir eficiência e sustentabilidade. Para alcançar esse objetivo, é crucial identificar e maximizar os recursos, competências e a cadeia de valor, assegurando um acompanhamento constante e ajustes sempre que necessário. Ao otimizar os recursos tangíveis e intangíveis, valorizando as competências da equipa e aprimorando os processos operacionais, a Quinta da Ruína estará estrategicamente posicionada para elevar o seu desempenho e antecipar-se aos desafios do setor turístico.

#### Recursos

Os recursos são a base de todo o processo organizacional e dividem-se em tangíveis e intangíveis. Os recursos tangíveis incluem infraestruturas, equipamentos e capital financeiro, enquanto os recursos intangíveis referem-se ao capital humano, conhecimento técnico, reputação da marca e capacidade de inovação. Quando bem

geridos e combinados, estes recursos proporcionam à organização uma vantagem competitiva sustentável, sendo fundamentais para a diferenciação da Quinta da Ruína no setor do turismo.

#### Recursos Financeiros

O financiamento da Quinta da Ruína combina capitais próprios com candidaturas a programas de apoio, como o Portugal 2030 e o PRR. O investimento de capitais próprios demonstra um forte compromisso com o projeto e assegura uma base sólida para o arranque. Paralelamente, o acesso a apoios financeiros possibilita a captação de fundos adicionais para construir as infraestruturas e garantir o funcionamento das operações, contribuindo para a sustentabilidade económica e o crescimento futuro do empreendimento.

#### Recursos Organizacionais

A estrutura organizacional da Quinta da Ruína é desenhada para assegurar uma gestão eficiente e eficaz das operações, com uma hierarquia clara. No topo, o Diretor Geral supervisiona o empreendimento e coordena as áreas comerciais, de vendas e marketing. Abaixo, encontram-se funções essenciais: o Gestor de Operações e Atendimento ao Cliente, responsável pelo funcionamento diário e pelo atendimento de excelência; o Especialista em Saúde e Bem-Estar, que desenvolve e monitoriza programas de saúde e bem-estar de alto padrão; o Coordenador de Marketing e Vendas, encarregado de promover a quinta e atrair novos clientes; e o Assistente Administrativo e Financeiro, que garante o cumprimento de normas administrativas e financeiras.

Outros elementos da equipa incluem um profissional de Manutenção, dedicado a cuidar das infraestruturas e equipamentos, e a equipa de Limpeza e Lavandaria, responsável por manter elevados padrões de higiene. A valorização dos colaboradores é uma prioridade, pois eles são essenciais para o sucesso e a expansão do empreendimento.

#### Recursos Físicos

Cada detalhe na Quinta da Ruína é cuidadosamente planeado para oferecer uma experiência que alia inovação e praticidade, atendendo às necessidades dos hóspedes. O projeto destaca-se pelo conforto dos alojamentos em madeira, a piscina exterior integrada na vinha, e um circuito de 1,5 km para caminhadas e atividades ao ar livre. Com serviços como rent-a-bike e parcerias com operadores locais, incluindo passeios de buggy em Entre-os-Rios, a quinta amplia a oferta turística e promove uma experiência completa de bem-estar. A localização estratégica na serra oferece tranquilidade, vistas panorâmicas do Rio Tâmega e o cruzamento com outros rios,

criando um verdadeiro refúgio natural que combina saúde, bem-estar e um cenário único. O objetivo é superar as expectativas dos hóspedes, proporcionando experiências singulares que impulsionem a reputação da Quinta da Ruína a nível global.

#### Recursos Intangíveis

#### Recursos Humanos

Os recursos humanos são a face da Quinta da Ruína e desempenham um papel crucial na experiência dos clientes, assegurando uma estadia agradável e memorável. O nosso compromisso com a formação contínua da equipa é essencial para manter competências atualizadas e garantir a excelência no serviço. Para promover um ambiente de trabalho positivo e fortalecer a equipa, são realizadas atividades de team building, que ajudam a consolidar os laços entre colaboradores e melhoram a coesão, refletindo-se na qualidade do atendimento ao cliente.

Adicionalmente, será implementado um sistema de prémios anuais para reconhecer e recompensar desempenhos excecionais, incentivando um compromisso contínuo com a excelência e fomentando um ambiente de trabalho motivador e gratificante. Esta abordagem visa não só reconhecer o empenho da equipa, mas também inspirar um serviço de qualidade superior que contribua para o sucesso e a boa reputação da Quinta da Ruína.

#### Valorização e Inovação:

A criação da Quinta da Ruína representa um contributo único para o turismo local, ao introduzir um conceito inovador de Glamping, combinando a hospitalidade sustentável com um foco em saúde e bem-estar. Este projeto não só valoriza o património natural e cultural da região, mas também a torna pioneira num investimento focado no turismo de bem-estar, saúde e ecoturismo. A inovação é uma constante neste empreendimento, que busca valorizar e preservar o ambiente natural, enquanto promove um estilo de vida saudável.

Localizada numa zona privilegiada, junto ao Rio Tâmega, a Quinta da Ruína pretende ser um refúgio de saúde e revitalização. Além de oferecer alojamentos diferenciados, como cabanas de madeira em forma de pipas e estruturas piramidais, o projeto inclui programas específicos de saúde e bem-estar, com destaque para a alimentação cuidada e controlada. Através de menus nutricionalmente equilibrados e programas de perda de peso, os hóspedes poderão embarcar numa experiência transformadora, com o apoio de profissionais especializados em bem-estar. Estas ofertas visam criar uma

experiência que vai além do lazer, proporcionando um verdadeiro retiro de saúde física e mental.

A inovação do projeto reflete-se também na personalização dos serviços, como as provas vínicas, circuitos de caminhada na natureza, piscina exterior integrada na vinha, e o serviço de rent-a-bike, complementados por parcerias com empresas locais, como os passeios de buggy em Entre-os-Rios. Estes elementos contribuem para uma oferta diversificada e ajustada às necessidades de cada cliente, desde aqueles que procuram relaxamento, mas principalmente os que estão focados na saúde e perda de peso.

A localização é um ponto-chave, um local de tranquilidade rodeado pela natureza, que permite aos visitantes descomprimir e regenerar-se. A envolvência dos rios e da paisagem natural cria uma atmosfera única, ideal para atividades de bem-estar, como Yoga ao ar livre ou caminhadas meditativas. Com um foco na sustentabilidade, este empreendimento também contribui para o desenvolvimento regional, ao criar postos de trabalho e estimular a economia local.

Parcerias estratégicas com a Câmara Municipal e empresas locais asseguram a promoção da região como um destino de ecoturismo e bem-estar, atraindo um público diversificado. Desta forma, a Quinta da Ruína espera não só oferecer uma experiência inovadora e transformadora aos seus hóspedes, mas também contribuir para o desenvolvimento sustentável e social da região, combatendo a desertificação e criando oportunidades de emprego.

### Competências

As competências são fundamentais para o êxito da Quinta da Ruína, sendo a chave para nos distinguirmos da concorrência. Para isso, será necessário desenvolver capacidades como:

**Originalidade:** Pretendemos destacar-nos, oferecendo serviços personalizados e inovadores, com unidades de alojamento que se diferenciem no mercado e propostas turísticas únicas, como o foco na saúde, alimentação controlada e programas de perda de peso.

**Valor:** O nosso principal objetivo é garantir uma experiência memorável para os hóspedes, com um serviço de excelência, o que aumentará a perceção de valor e a reputação do empreendimento.

**Relacionamento Interpessoal:** A equipa desempenha um papel central no caminho para o sucesso. A criação de laços entre os colaboradores fortalecerá a empatia e a entreajuda, contribuindo para um ambiente de trabalho mais colaborativo e produtivo.

**Comunicação:** Um dos pilares do bom funcionamento da organização. A comunicação eficiente é crucial para o planeamento, execução de tarefas e alinhamento de objetivos, promovendo uma cultura de transparência e coordenação entre as equipas.

**Singularidade:** Seremos únicos e inigualáveis, destacando-nos dos restantes projetos turísticos pela nossa abordagem inovadora, pela localização privilegiada junto ao rio Tâmega e Douro e pela oferta integrada de bem-estar, saúde e ecoturismo. A originalidade da Quinta da Ruína será um fator determinante para o nosso reconhecimento no mercado nacional.

No que respeita às competências centrais, a Quinta da Ruína busca alcançar diferenciação e valor nos seguintes aspetos:

**Alojamento:** Embora o conceito de Glamping ainda seja relativamente recente em Portugal, a nossa aposta passa por investir em unidades de alojamento inovadoras e diferenciadas, capazes de gerar impacto no mercado e atrair a atenção dos turistas. O objetivo é destacar-nos pela originalidade e diversidade da nossa oferta, proporcionando uma experiência única.

**Produtos Ecológicos:** A sustentabilidade é um princípio central do nosso empreendimento, e a utilização de produtos ecológicos será uma prioridade. Iremos privilegiar produtos amigos do ambiente, desde materiais de construção até produtos de consumo diário, sempre que possível de fornecedores locais, reforçando o nosso compromisso com o ecoturismo.

**Parcerias:** O sucesso no setor turístico está intimamente ligado à colaboração com parceiros locais. Assim, a Quinta da Ruína irá estabelecer parcerias estratégicas com empresas regionais que oferecem atividades turísticas complementares. Estas colaborações permitirão criar uma oferta diversificada para os nossos hóspedes, promovendo simultaneamente a economia e o turismo locais.

O modelo de cadeia de valor foi desenvolvido por Michael Porter em 1985, com o propósito de analisar as atividades internas de uma empresa e identificar as fontes de vantagem competitiva. Porter define a cadeia de valor como a desagregação de uma empresa nas suas atividades estratégicas, permitindo compreender como os custos são geridos e de que forma se pode criar diferenciação.

A cadeia de valor é dividida em atividades primárias e atividades de apoio. As atividades primárias incluem operações diretamente relacionadas com a criação do produto ou serviço e a sua entrega ao cliente, como logística interna, operações, logística externa, marketing, vendas e serviços. Por outro lado, as atividades de apoio envolvem a infraestrutura, gestão de recursos humanos, tecnologia e aquisições, que fornecem o suporte necessário para a execução das atividades primárias.

O principal objetivo deste modelo é criar valor para o consumidor, de forma a cobrir os custos e despesas e, assim, gerar margem de lucro. Na Quinta da Ruína, este modelo será aplicado para maximizar o valor percebido pelo cliente e obter uma vantagem competitiva sustentável.

No caso da Quinta da Ruína, a cadeia de valor será usada para otimizar a eficiência e o valor das suas operações. As atividades primárias incluem a logística interna, que abrange a gestão do circuito de 1,5 km, a organização dos alojamentos em madeira e a manutenção da piscina exterior integrada na vinha. As operações envolvem a prestação dos serviços de saúde e bem-estar, as provas vínicas e a alimentação controlada, que serão diferenciadoras. A logística externa foca-se na experiência pós-estadia, com a possibilidade de recomendações e fidelização dos clientes. O marketing e venda serão essenciais para atrair o mercado-alvo, com destaque para as redes sociais e parcerias locais. O serviço pós-venda, por sua vez, garantirá a satisfação contínua dos hóspedes através de avaliações de serviços e programas de fidelização.

As atividades de apoio são igualmente cruciais. A gestão de recursos humanos terá um papel essencial na formação e motivação contínua da equipa, que, sendo uma peça-chave no sucesso do empreendimento, ajudará a criar um ambiente de hospitalidade diferenciado. A tecnologia estará presente em toda a experiência, desde a reserva online até à consulta de todos os serviços passíveis de reserva através do QR code redirecionando para a nossa página web, promovendo a inovação. Por fim, a gestão de aquisições será focada em fornecedores locais, com ênfase em práticas sustentáveis e ecológicas, alinhadas com a filosofia de ecoturismo da Quinta.

Este foco na cadeia de valor permitirá à Quinta da Ruína transformar os seus recursos e competências em vantagens competitivas, maximizando a criação de valor tanto para o cliente como para a empresa.

Tabela 2 : Modelo genérico de uma Cadeia de Valor proposto por Porter (1985).



Fonte: Porter (1985)

- Atividades Primárias

Logística de entrada – Esta etapa inicial envolve o processo de seleção e aquisição dos recursos essenciais para o funcionamento da Quinta da Ruína. Inclui-se aqui a escolha do local ideal, considerando os 2 hectares da quinta, e a avaliação das condições naturais e paisagísticas, que proporcionam vistas deslumbrantes sobre o Rio Tâmega. Em seguida, procede-se à aquisição de materiais essenciais, como os necessários para a construção das infraestruturas de madeira, equipamentos de bem-estar e saúde, decoração dos alojamentos e material de escritório. Nesta fase, é também estabelecida uma rede de fornecedores de produtos alimentares saudáveis, ecológicos e locais, em linha com a filosofia sustentável do projeto.

Operações – As operações referem-se à transformação dos inputs em serviços que geram valor para os hóspedes. Na Quinta da Ruína, isso inclui a criação e gestão de programas de saúde e bem-estar, provas vínicas, manutenção do circuito de 1,5 km, piscina exterior e rent-a-bike. O foco está na oferta de uma experiência integrada de relaxamento e bem-estar, onde a alimentação controlada e os programas de perda de

peso complementam a estadia. A equipa, treinada para fornecer atendimento personalizado, desempenha um papel crucial na entrega contínua destes serviços.

Logística de saída – Envolve a forma como os serviços são disponibilizados e acedidos pelos hóspedes. A Quinta da Ruína oferece uma comunicação eficaz através de múltiplos canais, como telefone, website, e-mail e redes sociais, permitindo uma experiência simples e fluida na reserva e personalização de pacotes de saúde e bem-estar. A proximidade com o cliente é uma prioridade, oferecendo respostas rápidas via WhatsApp e canais diretos de comunicação com a equipa de operações.

Marketing e Vendas – A estratégia de marketing será centrada na promoção digital da Quinta da Ruína, destacando as suas ofertas de saúde, alimentação e programas de bem-estar. O marketing digital desempenhará um papel fundamental, com especial foco no uso de redes sociais como Instagram e Facebook, onde se partilhará o estilo de vida saudável promovido pela quinta. A promoção das experiências e feedback de hóspedes serão fundamentais para atrair novos clientes. A venda direta, através do site e de canais como e-mail e WhatsApp, será otimizada para minimizar custos de intermediação.

Serviço – O serviço ao cliente será o elemento diferenciador da Quinta da Ruína. Serão aplicados elevados padrões de qualidade no atendimento, desde a receção ao acompanhamento personalizado nos programas de saúde e bem-estar. A formação contínua da equipa será prioritária, assegurando que os colaboradores estejam sempre atualizados nas melhores práticas de hospitalidade, gestão de saúde e técnicas de bem-estar, para que possam oferecer aos clientes uma experiência única e memorável.

- Atividades de Apoio

Infraestruturas – A base de suporte à operação da Quinta da Ruína engloba as áreas administrativas, financeiras e de gestão de recursos humanos. Esta estrutura é fundamental para garantir o bom funcionamento do empreendimento, assegurando o fluxo de trabalho, a gestão eficiente dos recursos e a sustentabilidade das operações a longo prazo.

Gestão de Recursos Humanos – A gestão de recursos humanos será focada no recrutamento, formação contínua e valorização dos colaboradores. Será criada uma cultura organizacional que incentiva o desenvolvimento pessoal e profissional da equipa, reconhecendo a importância de cada colaborador no sucesso do empreendimento. As práticas de motivação, como atividades de *team building* e a atribuição de prémios, serão uma constante.

Desenvolvimento Tecnológico – O uso de tecnologia será estratégico na Quinta da Ruína. Ferramentas digitais de comunicação e automação serão implementadas para otimizar os processos internos e melhorar a interação com os clientes. O sistema de reservas online, a consulta de menus através de *QR codes* e a utilização de plataformas digitais para acompanhamento dos programas de saúde são exemplos de como a tecnologia será integrada para melhorar a eficiência e a experiência do cliente.

Aquisições/Compras – As aquisições serão planejadas para garantir a obtenção de produtos e serviços que estejam em consonância com os valores de sustentabilidade da Quinta da Ruína. A aposta em fornecedores locais e produtos ecológicos será uma prioridade, promovendo uma cadeia de valor que respeita o meio ambiente e apoia a economia local. Os contratos com parceiros estratégicos serão cuidadosamente estabelecidos para assegurar qualidade e responsabilidade.

O turismo é um sistema complexo que exige uma gestão integrada para alcançar o sucesso. Na Quinta da Ruína, a criação de parcerias estratégicas, a fidelização dos clientes e a promoção de valores como sustentabilidade e bem-estar serão cruciais para gerar uma diferenciação positiva no mercado.

Para Porter (1990), o objetivo da análise da cadeia de valor é identificar as atividades estratégicas relevantes, compreendendo o comportamento dos custos associados a essas atividades e avaliando como estas se posicionam dentro do sistema global de valor. Na Quinta da Ruína, esta análise permitirá uma gestão eficiente dos recursos e uma vantagem competitiva através da diferenciação no mercado turístico e de bem-estar.

### 3.5.6 Análise da Posição Competitiva da Empresa

Tabela 3 Análise da Posição Competitiva da Empresa

Fatores de Competitividade	Vantagens Competitivas da Quinta da Ruína	Desvantagens Potenciais
Localização Estratégica	Local com vistas para o Rio Tâmega e ambiente natural tranquilo	Dependência do turismo de nicho
Inovação nos Serviços	Alojamentos inovadores, provas vínicas, rent-a-bike, alimentação controlada	Possível imitação por concorrentes
Sustentabilidade e Produtos Locais	Foco em produtos ecológicos e fornecedores locais	Disponibilidade limitada de fornecedores locais em grande escala
Oferta de Programas de Saúde e Bem-Estar	Programas exclusivos de perda de peso e saúde	Alto custo de manutenção de programas especializados
Tecnologia e Automação	Integração de QR codes, reservas online, automação de processos	Requerimento de constante atualização tecnológica
Marketing Digital	Forte presença nas redes sociais e promoções digitais	Competição elevada no marketing digital
Parcerias Locais	Colaboração com empresas de atividades turísticas locais	Risco de dependência de parceiros externos
Qualidade no Atendimento e Formação Contínua	Equipa qualificada com formação contínua e excelente serviço ao cliente	Custo elevado de formação e retenção de colaboradores

### Criação própria

Fatores Internos	Fatores Externos
<b>Forças</b>	<b>Oportunidades</b>
1. <b>Localização estratégica:</b> Vistas panorâmicas sobre o Rio Tâmega e um ambiente tranquilo, ideal para turismo de bem-estar.	1. <b>Crescimento do ecoturismo:</b> A procura crescente por turismo sustentável pode aumentar a atratividade da Quinta.
2. <b>Oferta diversificada de serviços:</b> Programas de saúde e bem-estar, alimentação cuidada, alojamentos integrados na natureza e atividades turísticas.	2. <b>Parcerias com empresas locais:</b> Possibilidade de expandir a oferta turística através de colaborações com empresas da região.
3. <b>Sustentabilidade e foco em produtos locais:</b> Uso de produtos ecológicos e apoio à economia regional, atraindo turistas conscientes do ambiente.	3. <b>Turismo de nicho:</b> Crescente procura por experiências personalizadas em turismo de saúde e bem-estar.
4. <b>Tecnologia integrada:</b> Utilização de QR codes e sistemas online para reservas e consulta de menus, facilitando a experiência do cliente.	4. <b>Apoios e subsídios governamentais:</b> Possibilidade de recorrer a fundos e programas de apoio ao turismo sustentável.
5. <b>Formação contínua da equipa:</b> Elevada qualidade de atendimento, assegurada através de capacitação regular dos colaboradores.	5. <b>Tendências de marketing digital:</b> O crescimento das plataformas digitais e redes sociais oferece novas formas de atingir o público-alvo.

Fraquezas	Ameaças
1. Dependência de nichos específicos de mercado: O foco em saúde e bem-estar pode limitar a clientela a segmentos mais reduzidos.	1. Concorrência crescente: A multiplicação de empreendimentos turísticos e glampings em Portugal pode reduzir a diferenciação da Quinta.
2. Custo elevado de manutenção: Programas de saúde e infraestruturas de qualidade, como a piscina e alojamentos, podem impactar a margem de lucro.	2. Variação sazonal do turismo: A dependência do clima e das estações pode afetar a procura, especialmente no inverno.
3. Dependência de fornecedores locais: A oferta de produtos ecológicos e locais pode ser limitada pela disponibilidade ou variação de preços.	3. Fácil imitação de serviços: Outros concorrentes podem replicar rapidamente as inovações da Quinta, como a alimentação controlada e rent-a-bike.
4. Necessidade constante de atualização tecnológica: A manutenção e o desenvolvimento de plataformas digitais exigem investimentos contínuos.	4. Alterações nas políticas governamentais: Mudanças em políticas ambientais ou turísticas podem afetar a operação do empreendimento.
5. Retenção de talento: O custo da formação e a retenção de colaboradores qualificados pode ser elevado e desafiante.	5. Flutuações económicas: Crises económicas podem reduzir o poder de compra dos turistas, afetando as reservas.

- Descrição da Análise SWOT

**Forças:** A Quinta da Ruína destaca-se pela sua localização única, oferecendo um ambiente tranquilo com vistas panorâmicas do Rio Tâmega, ideais para quem procura experiências de bem-estar e relaxamento. A diversidade de serviços, como a alimentação controlada, programas de saúde, e atividades turísticas (como *rent-a-bike* e provas vínicas), proporciona uma oferta completa e inovadora. A aposta em sustentabilidade e produtos locais é um ponto forte, atraindo um público cada vez mais consciente das questões ambientais. Além disso, o uso de tecnologia, como sistemas digitais de reservas e QR codes, facilita a experiência dos clientes e aumenta a eficiência interna. A formação contínua da equipa garante um atendimento de qualidade, contribuindo para a reputação positiva do empreendimento.

**Fraquezas:** No entanto, a atenção ao turismo de nicho, como o de saúde e bem-estar, pode restringir o público-alvo, limitando o crescimento da clientela. A manutenção das infraestruturas de alta qualidade e a oferta de serviços especializados pode acarretar custos elevados, o que pode afetar a rentabilidade. Além disso, a dependência de fornecedores locais para produtos ecológicos pode ser desafiadora, tanto em termos de disponibilidade como de custos. A constante necessidade de atualização tecnológica representa também uma pressão financeira contínua. Finalmente, a retenção de talento qualificado, especialmente devido ao foco na formação contínua, pode ser uma dificuldade acrescida.

Oportunidades: O crescimento do ecoturismo e do turismo de bem-estar em Portugal representa uma oportunidade significativa para a Quinta da Ruína. As parcerias com empresas locais para a oferta de atividades turísticas, como o buggy de Entre-os-Rios, ampliam as opções para os clientes e dinamizam a economia local. Além disso, as tendências de marketing digital e o crescente apoio governamental ao turismo sustentável criam oportunidades para captar novos clientes e obter financiamento adicional. O aumento da procura por experiências personalizadas, como as oferecidas pela Quinta, pode permitir o desenvolvimento de novos serviços e a expansão do negócio.

Ameaças: Contudo, a concorrência crescente no setor de turismo rural e de bem-estar em Portugal é uma ameaça real. Outros empreendimentos podem replicar facilmente algumas das inovações da Quinta, como os serviços de alimentação controlada ou atividades ao ar livre. Além disso, a sazonalidade do turismo pode afetar significativamente a procura, especialmente em períodos fora de época. A dependência de fatores externos, como políticas governamentais e variações económicas, também pode impactar negativamente o desempenho da Quinta. Crises económicas ou alterações na legislação ambiental podem criar incertezas e desafios adicionais para a operação sustentável do projeto.

- **Formulação de Estratégia de Área de Negócio**

De acordo com as estratégias genéricas de Porter (1980), existem três abordagens principais que uma empresa pode adotar para obter uma vantagem competitiva sustentável: Liderança de Custos, Diferenciação e Foco. Cada uma dessas estratégias visa posicionar a empresa de forma competitiva no mercado, dependendo de fatores como a natureza dos produtos ou serviços oferecidos, o público-alvo, e a estrutura de custos. No caso da Quinta da Ruína, o modelo de gestão mais adequado seria o de Diferenciação, complementado por uma estratégia de Foco em nichos de mercado específicos.

Estratégia de Diferenciação: A estratégia de Diferenciação destaca-se como a mais adequada para a Quinta da Ruína devido à sua oferta única de serviços, que inclui uma concentração evidente na saúde e bem-estar, alimentação controlada e sustentável, programas de perda de peso e uma experiência imersiva na natureza. Estas características posicionam a Quinta num mercado de valor agregado, onde a singularidade dos serviços oferecidos permite afastar-se da competição puramente

baseada em preço, competindo antes pela qualidade e pela experiência única proporcionada aos seus clientes.

- Aplicação da Estratégia de Diferenciação à Quinta da Ruína

**Serviços Personalizados e Inovadores:** A Quinta da Ruína apresenta uma oferta distintiva no mercado, com uma combinação de alojamentos integrados na natureza, programas de saúde e bem-estar, e atividades turísticas que exploram o ecoturismo e a sustentabilidade. Esta proposta de valor é difícil de imitar e atrai um público específico que valoriza a autenticidade, o cuidado com a saúde e o respeito pelo meio ambiente. A diferenciação é ampliada com o uso de alimentação cuidada, programas de perda de peso, e um ambiente natural que proporciona tranquilidade e revitalização, características estas que criam uma experiência diferenciada no mercado turístico.

**Qualidade Superior e Foco na Sustentabilidade:** A aposta em produtos ecológicos, fornecedores locais e práticas sustentáveis coloca a Quinta numa posição de liderança no que toca ao ecoturismo. Para Porter, a diferenciação depende da perceção de valor criada pelo cliente, e a Quinta da Ruína destaca-se pela qualidade dos seus serviços e o compromisso com a sustentabilidade, que são critérios crescentes de escolha para muitos turistas. A atenção a detalhes como a integração de tecnologia (*QR codes* para menus), a formação contínua da equipa e a qualidade dos alojamentos também reforça essa perceção de valor.

**Criação de Experiências Memoráveis:** A Quinta da Ruína não se limita a oferecer alojamento; proporciona uma experiência imersiva na natureza, com foco no bem-estar, saúde e descanso. Isso inclui atividades físicas, como o circuito de 1,5 km, rent-a-bike, e a piscina exterior integrada na vinha. A experiência sensorial é intensificada pelas vistas panorâmicas sobre o Rio Tâmega, promovendo um sentimento de exclusividade e tranquilidade. A criação de experiências marcantes é fundamental na estratégia de diferenciação, conforme defendido por Porter, pois fortalece a fidelização dos clientes e a divulgação boca-a-boca positiva, gerando notoriedade.

**Capacitação da Equipa e Qualidade de Serviço:** Outro aspeto crucial da diferenciação é a qualidade do atendimento. A aposta na formação contínua dos colaboradores garante que a equipa esteja preparada para prestar um serviço de excelência. A formação em áreas específicas, como saúde e bem-estar, permite à Quinta da Ruína prestar um serviço especializado e criar uma relação próxima e personalizada com cada hóspede. A motivação e a formação contínua são elementos-chave para a diferenciação, pois

garantem que o serviço seja sempre inovador e esteja à altura das expectativas dos clientes.

Complemento com a Estratégia de Foco: Além da diferenciação, a Quinta da Ruína pode beneficiar de uma estratégia de foco, onde a empresa se especializa num nicho de mercado específico, oferecendo um conjunto de serviços direcionados para um público-alvo com características e necessidades bem definidas. No caso da Quinta da Ruína, o foco é direcionado para clientes que procuram turismo de bem-estar, ecoturismo, e experiências que valorizem a saúde, a alimentação cuidada e o contacto com a natureza. Ao focar-se num público nicho, a Quinta consegue alinhar os seus serviços com as necessidades específicas deste segmento, enquanto desenvolve uma proposta de valor clara e altamente diferenciada.

Vantagens da Estratégia de Foco: Segmentação de Mercado: Ao concentrar-se num público específico, a Quinta da Ruína consegue especializar-se e ajustar as suas ofertas, maximizando a satisfação dos clientes que procuram experiências de saúde e bem-estar num ambiente natural.

Eficiência Operacional: A especialização num nicho permite à Quinta otimizar os seus recursos e processos, ajustando a operação às necessidades do público-alvo. Isso pode reduzir custos e aumentar a eficiência, mesmo dentro de uma estratégia de diferenciação.

Menor Competição Direta: Focar-se num nicho reduz a concorrência com outros empreendimentos turísticos que não têm a mesma especialização. A Quinta da Ruína evita, assim, competir diretamente com grandes cadeias hoteleiras ou outros *Glamping* mais generalistas.

Em suma, concluímos que a estratégia a adotar é: Estratégia de Diferenciação com atenção:

A Quinta da Ruína, ao adotar uma estratégia de diferenciação com um foco em nichos específicos, como o turismo de saúde, bem-estar e sustentabilidade, estará a posicionar-se de forma única no mercado. Essa abordagem permite-lhe destacar-se pela qualidade superior, pela experiência personalizada que proporciona, e pelo compromisso com o ecoturismo e a sustentabilidade, que são valores em crescimento no mercado turístico atual. Esta combinação estratégica é a mais adequada para assegurar uma vantagem competitiva sustentável e garantir o sucesso a longo prazo do empreendimento.

### 3.5.7 Formulação de Estratégia da Área de Negócio

- Missão e Visão

Missão: Proporcionar aos hóspedes uma experiência de bem-estar, conexão com a natureza e cultura local, num ambiente que equilibra luxo sustentável e hospitalidade autêntica.

Visão: Ser reconhecida como uma referência em turismo de bem-estar e saúde na região Norte de Portugal, destacando-se pelo compromisso com a qualidade, a sustentabilidade e a oferta de experiências únicas.

- Objetivos Estratégicos

Curto Prazo (1-2 anos):

Atingir um equilíbrio financeiro, mantendo custos operacionais controlados e atingindo um EBITDA positivo já no segundo ano de operação.

Estabelecer parcerias com fornecedores locais, oferecendo produtos e serviços diferenciados que acrescentem valor à experiência dos hóspedes.

Desenvolver um plano de marketing digital para aumentar a visibilidade e atrair um segmento-alvo disposto a pagar por uma experiência de luxo sustentável.

- Médio Prazo (3-5 anos):

Consolidar a marca Quinta da Ruína como um destino de bem-estar de referência na região, alcançando uma taxa média de ocupação de 75%.

Diversificar a oferta de atividades, integrando experiências de saúde e bem-estar, como retiros de *Yoga*, terapias holísticas, passeios na natureza e degustações de produtos locais.

Expandir a operação para incluir pacotes personalizados, aumentando a estada média dos hóspedes para um mínimo de 3 noites.

- Estratégias de Diferenciação e Posicionamento

Diferenciação pela Experiência: Em contraste com os concorrentes, a Quinta da Ruína irá posicionar-se como um destino que oferece uma experiência holística de bem-estar e conexão com a natureza. A oferta de atividades como workshops de saúde, sessões de

*Yoga* e *mindfulness*, e experiências gastronómicas com produtos locais, permitirá destacar-se das opções mais convencionais e menos especializadas da concorrência.

**Sustentabilidade como Proposta de Valor:** A Quinta da Ruína deve destacar o seu compromisso com práticas sustentáveis, como a utilização de materiais ecológicos, consumo responsável de água e energia, e integração de produtos locais na experiência do hóspede. Esta abordagem não só agrega valor à marca como também atrai um público mais consciente, disposto a pagar um preço premium pela estadia.

**Segmentação de Mercado:** A estratégia deve focar-se em atrair um segmento de mercado de classe média-alta a alta, composto por indivíduos e casais que valorizam o bem-estar, o turismo de natureza e experiências culturais autênticas.

- Estratégia Operacional e Gestão de Recursos

**Controlo de Custos e Eficiência:** Inspirando-se nos modelos operacionais mais eficientes dos concorrentes, como o Arrabia Glamping, a Quinta da Ruína adotará práticas rigorosas de controlo de custos, especialmente em fornecimentos e serviços externos, mantendo-os abaixo dos 50% do volume de negócios. A estratégia de eficiência deve incluir a formação dos colaboradores em múltiplas funções, otimizando a relação custo-benefício.

**Oferta de Produtos e Serviços:** Implementar uma oferta variada, mas cuidadosamente selecionada, que inclua serviços internos, como tratamentos de bem-estar, sessões de *Yoga*, e atividades ao ar livre, complementados por parcerias com fornecedores locais para produtos gastronómicos e atividades culturais. Esta abordagem permitirá manter os custos de matérias em níveis controlados (entre 5% a 10% do volume de negócios), enquanto se cria valor acrescentado para os hóspedes.

- Estratégia de Marketing e Distribuição

**Marketing Digital Focado:** Desenvolver uma presença online sólida através de um website profissional e plataformas de redes sociais, realçando a proposta única de valor da Quinta da Ruína. A estratégia de conteúdo deve destacar a experiência de bem-estar e a sustentabilidade, usando imagens e vídeos de alta qualidade para envolver o público-alvo. A presença em plataformas de turismo especializadas e parcerias com influenciadores de bem-estar também serão cruciais para aumentar a notoriedade.

Alianças Estratégicas: Estabelecer parcerias com operadores turísticos, agências de viagens focadas em bem-estar, e portais de turismo locais, permitindo o alcance de um público mais vasto e diversificado. Estas alianças podem incluir pacotes combinados que prolonguem a estada média dos hóspedes.

Estratégia de Preço: Adotar uma estratégia de preço premium, alinhada com a proposta de valor baseada na experiência de luxo sustentável. A estrutura de preços deverá ser competitiva, mas também suficientemente elevada para refletir a qualidade e exclusividade da oferta. Oferecer pacotes promocionais em épocas de menor procura pode ajudar a otimizar a taxa de ocupação.

- Estratégia de Recursos Humanos

Formação e Hospitalidade: Investir na formação contínua dos colaboradores para garantir a excelência no atendimento e a capacidade de proporcionar experiências únicas aos hóspedes. A equipa deve ser polivalente, capaz de desempenhar múltiplas funções e de promover uma cultura de hospitalidade autêntica e personalizada.

Gestão de Pessoal Eficiente: Manter uma estrutura de pessoal leve, mas eficiente, semelhante ao modelo do Arrabia Glamping, de modo a controlar os custos com o pessoal. No entanto, a equipa deve ser qualificada e alinhada com os valores da empresa, garantindo que a experiência de bem-estar e atenção ao detalhe sejam prioridades constantes.

- Sustentabilidade e Inovação

Sustentabilidade: Incorporar práticas sustentáveis em todas as áreas de operação, desde a construção das instalações até à gestão de resíduos e uso de produtos locais. A comunicação destas práticas ao mercado ajudará a construir uma reputação forte e atrair um segmento de mercado cada vez mais consciente.

Inovação de Produto: Permanecer atento às tendências do turismo de bem-estar e adaptar a oferta regularmente, introduzindo novas atividades, tratamentos e experiências, mantendo a Quinta da Ruína como um destino inovador e relevante para os visitantes.

- Indicadores de Desempenho (KPIs)

Taxa de Ocupação: Almejar uma taxa de ocupação média anual de 75% a partir do terceiro ano de operação.

Estada Média: Aumentar a estada média para um mínimo de 3 noites até ao final do segundo ano.

EBITDA: Atingir um EBITDA positivo no segundo ano de operação, mantendo-o superior a 15% do volume de negócios nos anos seguintes.

Satisfação do Cliente: Estabelecer um índice de satisfação superior a 90%, medido através de inquéritos de feedback dos hóspedes.

Sustentabilidade: Reduzir em 20% o consumo de energia e água per capita até ao final do terceiro ano, em comparação com o primeiro ano de operação.

### 3.5.8 Estratégia de Marketing

A estratégia de marketing da Quinta da Ruína Glamping e Wellness visa posicionar o empreendimento como um destino de turismo de luxo e bem-estar único na região de Penafiel, capaz de atrair turistas nacionais e internacionais que procuram experiências exclusivas e de alta qualidade. Para alcançar este objetivo, a estratégia será desenvolvida com base em diferentes componentes que incluem a segmentação do mercado, a seleção do mercado-alvo, o posicionamento no mercado, o marketing mix, estratégias de marketing digital, um plano de ações para redes sociais, e um plano de internacionalização.

#### 3.5.8.1 Segmentação do Mercado

A segmentação de mercado é essencial para identificar grupos de consumidores com características e preferências semelhantes, permitindo que a Quinta da Ruína Glamping e Wellness adapte a sua oferta para responder melhor às necessidades de cada grupo. A segmentação será realizada com base em critérios específicos, como comportamento de consumo, motivação de viagem, e estilo de vida, dividindo o mercado nos seguintes segmentos:

- Turistas de Bem-Estar e Natureza Consciente: Este grupo inclui indivíduos que procuram destinos tranquilos para desconectar da rotina e reconectar com a natureza, valorizando experiências de wellness em ambientes naturais. São turistas com interesse em práticas de bem-estar, como yoga, meditação e caminhadas, e que preferem destinos que ofereçam uma abordagem holística e

sustentável. Este segmento valoriza acomodações que proporcionem uma ligação direta com a natureza e atividades de relaxamento e desintoxicação. Turistas de Bem-Estar: Clientes que valorizam atividades de *Wellness*, como *yoga*, meditação, terapias de spa, e nutrição saudável.

- Turistas em Busca de Sustentabilidade e Simplicidade: Este segmento é composto por viajantes que evitam o turismo de luxo tradicional e procuram um estilo de vida mais simples e sustentável durante as suas estadias. São atraídos por locais que promovem práticas ecológicas e de baixo impacto ambiental, como glamping em quintas rurais, onde possam experimentar o estilo de vida local de forma genuína. Estes turistas preferem destinos que refletem valores de sustentabilidade e autenticidade, sem abrir mão de conforto e qualidade no serviço.
- Casais e Grupos Adultos em Retiro: São casais ou grupos de amigos que viajam juntos em busca de um retiro relaxante, longe da azáfama das grandes cidades. Este segmento procura um ambiente que ofereça privacidade, tranquilidade e uma experiência imersiva na natureza. Valorizam a exclusividade do espaço e atividades personalizadas, como workshops de bem-estar e experiências gastronómicas que incluam produtos locais. Não procuram o luxo excessivo, mas sim uma experiência de qualidade em contacto com o ambiente natural.
- Turistas Culturais e Gastronómicos Regionais: Este segmento inclui turistas que procuram uma experiência cultural e gastronómica autêntica em destinos rurais. São visitantes interessados em explorar a cultura e gastronomia local, participando em atividades como provas de produtos regionais, visitas a vinhas e envolvimento em festividades e tradições locais. Valorizam o contacto direto com a comunidade e experiências que destacam o património cultural da região.
- Viajantes Independentes e Exploradores: São turistas, muitas vezes viajantes sozinhos ou pequenos grupos, que procuram uma experiência de glamping como forma de explorar um destino de maneira autêntica e independente. Apreciam o contacto com a natureza e o conforto das acomodações em glamping, que oferecem uma alternativa prática e confortável ao campismo tradicional. Este segmento valoriza a liberdade para explorar a região e a flexibilidade para personalizar a sua experiência, especialmente através de atividades ao ar livre.

#### 3.5.8.2 Seleção do Mercado-Alvo

Com base na segmentação, os mercados-alvo para a Quinta da Ruína *Glamping* e *Wellness* serão:

- Turistas de Luxo e Bem-Estar: Estes grupos serão os principais alvos, devido ao seu maior potencial de gerar receitas significativas e por estarem alinhados com o conceito de exclusividade e alto padrão do Glamping.

- Turistas de Aventura e Natureza: Este grupo será secundariamente visado, especialmente durante períodos de maior procura de turismo ao ar livre, como a primavera e o verão.
- Famílias: Durante a época de férias escolares e feriados prolongados, o foco será direcionado para atrair famílias que buscam um ambiente seguro e relaxante, com opções de lazer para todos.

### 3.5.8.3 Posicionamento no Mercado

A Quinta da Ruína Glamping e Wellness posiciona-se como um destino de turismo de natureza e bem-estar que oferece uma experiência autêntica, imersiva e sustentável no coração da região rural portuguesa. Ao contrário dos hotéis de luxo convencionais, que enfatizam a opulência e o serviço formal, a Quinta da Ruína foca-se em proporcionar uma experiência de luxo descontraído, onde o conforto e a qualidade são combinados com um estilo de vida simples e em harmonia com a natureza. Este posicionamento será sustentado através dos seguintes atributos:

- Autenticidade e Conforto na Natureza: A Quinta da Ruína oferece acomodações em glamping que combinam conforto e um design único, respeitando o ambiente rural e natural que a envolve. As estruturas são cuidadosamente integradas na paisagem, incluindo cabanas em madeira e acomodações inspiradas na natureza, proporcionando uma experiência de estadia que valoriza o contacto direto com o ambiente natural. Os hóspedes encontram aqui uma alternativa sofisticada e descontraída ao luxo formal dos hotéis convencionais, onde a simplicidade e a autenticidade são o foco.
- Bem-Estar Holístico e Conexão com a Natureza: A Quinta promove uma abordagem ao bem-estar que abrange práticas de relaxamento e saúde mental e física em contacto direto com a natureza. Os programas incluem atividades como yoga ao ar livre, meditação, caminhadas e alimentação saudável, permitindo aos hóspedes uma experiência de bem-estar integrada e revitalizante. Estes serviços são desenhados para quem valoriza o equilíbrio e a serenidade, e procuram uma fuga tranquila da vida urbana para se reconectar consigo e com o ambiente natural.
- Sustentabilidade e Responsabilidade Ambiental: A Quinta da Ruína adota práticas sustentáveis que refletem o seu compromisso com a preservação do meio ambiente. Desde a escolha dos materiais de construção até à gestão de recursos, o projeto procura minimizar o impacto ambiental e educar os hóspedes sobre a importância de uma interação responsável com a natureza. Este compromisso com a sustentabilidade atrai turistas conscientes que desejam fazer escolhas de viagem com menor pegada ecológica, alinhadas com os valores de respeito pelo ambiente e pela comunidade local.

#### 3.5.8.4 Marketing Mix

O marketing mix da Quinta da Ruína *Glamping* e *Wellness* será estruturado nos 7 Ps:

- **Produto:** A "Quinta da Ruína" oferece uma experiência exclusiva e diferenciada, com acomodações de luxo em *Glamping*, que incluem cabanas de madeira em formatos únicos e estruturas inspiradas na natureza, proporcionando um ambiente de conforto e harmonia. Cada detalhe é pensado para criar uma atmosfera relaxante e imersiva, ideal para hóspedes em busca de um retiro de bem-estar. A oferta de serviços personalizados de *wellness* inclui programas de perda de peso, nutrição cuidada e atividades focadas na saúde física e mental, desenvolvidas por profissionais especializados. O projeto inclui também uma variedade de atividades ao ar livre, como caminhadas em circuitos naturais, Yoga ao ar livre e rent-a-bike para explorar a paisagem envolvente. Além disso, a integração de experiências culturais autênticas, como visitas guiadas a pontos de interesse locais e provas vínicas, enriquece a estadia, criando uma ligação mais profunda com o património cultural e natural da região.
- **Preço:** A "Quinta da Ruína" adota uma estratégia de preços premium, refletindo a exclusividade, o luxo e a qualidade dos serviços oferecidos. A estrutura de preços posiciona-se para atrair um segmento de clientes exigente e com poder de compra elevado, que valoriza experiências personalizadas e de alto padrão. Iremos, nesta fase inicial adotar 2 épocas: a época alta e a época baixa. Durante a época baixa, serão oferecidos pacotes especiais que incentivem a reserva, mantendo a ocupação estável e proporcionando uma experiência acessível a novos públicos. Para estadias prolongadas, especialmente em pacotes de *wellness*, a Quinta disponibiliza preços vantajosos que incentivam uma imersão completa no ambiente de saúde e bem-estar, destacando-se com programas integrados que maximizam os benefícios de uma estadia prolongada.
- **Praça:** O canal de distribuição principal será o website oficial da Quinta da Ruína, que será otimizado para oferecer uma experiência de navegação fluida, permitindo aos clientes explorar os serviços e efetuar reservas de forma simples e intuitiva. Complementando esta presença online, a quinta estabelecerá parcerias estratégicas com agências de viagens de luxo e plataformas de reservas especializadas em turismo de bem-estar e *glamping*, como também com operadores turísticos que tenham uma abordagem focada em *wellness*. Esta rede de parcerias garante um alcance ampliado e diversificado, abrangendo mercados nacionais e internacionais. A experiência de reserva será ainda enriquecida por conteúdos visuais e descritivos de qualidade, que transmitam a essência do projeto e atraiam clientes em busca de autenticidade e exclusividade..
- **Promoção:** A estratégia de promoção da Quinta da Ruína envolverá uma combinação de campanhas de marketing digital, com foco em SEO, publicidade

paga e marketing de conteúdos, para atrair um público global interessado em bem-estar e luxo. O marketing de influenciadores será utilizado para fortalecer a presença nas redes sociais, com embaixadores cuidadosamente selecionados que personifiquem o estilo de vida saudável e eco-luxo. Além disso, serão estabelecidas parcerias estratégicas com marcas de *wellness* e turismo de luxo, criando sinergias que aumentem a visibilidade e a credibilidade do projeto no mercado.

- **Pessoas:** A equipa da Quinta da Ruína é composta por profissionais especializados e altamente motivados, comprometidos em proporcionar uma experiência acolhedora e personalizada aos hóspedes. Entre os membros da equipa, incluem-se especialistas em *wellness* que desenham programas de saúde e bem-estar personalizados, adaptados às necessidades individuais de cada cliente, desde programas de desintoxicação a sessões de yoga e meditação. Estes especialistas asseguram que cada hóspede recebe orientação e apoio profissional ao longo da estadia, promovendo uma experiência completa de revitalização. Além disso, a equipa de apoio, composta por rececionistas, assistentes de hospitalidade e serviços gerais, garante que todas as necessidades dos hóspedes são atendidas com atenção ao detalhe. A formação contínua e a valorização dos colaboradores são fundamentais, reforçando o compromisso com um serviço de excelência que reflete os valores de hospitalidade e autenticidade da Quinta da Ruína.
- **Processos :** Os processos operacionais da Quinta da Ruína são cuidadosamente planeados para maximizar a eficiência e garantir uma experiência tranquila e harmoniosa para os hóspedes. A experiência começa com um sistema de reservas online intuitivo e acessível, que permite aos visitantes explorar as opções de estadia e selecionar pacotes de bem-estar de acordo com as suas preferências. A gestão diária dos serviços de *wellness* e das atividades ao ar livre é organizada de forma flexível para que os hóspedes possam desfrutar de uma experiência personalizada, ajustando-se aos seus horários e preferências. Desde o momento da chegada, cada interação é coordenada para garantir uma experiência sem interrupções, com um acompanhamento contínuo e um serviço de concierge dedicado para responder a pedidos especiais. Este conjunto de processos bem estruturados permite que a equipa responda de forma ágil e eficaz às necessidades dos visitantes, promovendo um ambiente de hospitalidade e conforto.
- **Prova Física:** A Quinta da Ruína distingue-se pelas suas instalações que combinam o design natural com a funcionalidade, criando um ambiente que favorece o bem-estar e a imersão na natureza. As cabanas de madeira, projetadas em formas únicas e integradas harmoniosamente no ambiente, proporcionam uma experiência de *glamping* que combina conforto e rusticidade. A piscina exterior, integrada na vinha, e os trilhos naturais de 1,5 km oferecem aos hóspedes a oportunidade de desfrutar da paisagem e relaxar num ambiente sereno. A decoração, com materiais sustentáveis e de origem local, reflete o compromisso com a autenticidade e a sustentabilidade, criando uma atmosfera que é simultaneamente acolhedora e visualmente apelativa. Estes elementos físicos não só conferem à Quinta da Ruína uma identidade única, como também

reforçam o seu posicionamento como um destino de bem-estar onde os hóspedes podem conectar-se profundamente com o ambiente natural e a cultura local.

#### 3.5.8.5 Estratégia de Marketing Digital

A estratégia de marketing digital terá um foco central em aumentar a visibilidade online da Quinta da Ruína e atrair o público-alvo através de canais digitais eficazes. Os componentes principais da estratégia de marketing digital incluem:

- **SEO (*Search Engine Optimization*):** Otimização do website para melhorar o posicionamento nos motores de busca, com ênfase em palavras-chave relacionadas com turismo de luxo, *Glamping e Wellness*.
- **Conteúdo de Alta Qualidade:** Criação de artigos, e vídeos que destacam as experiências únicas oferecidas pela Quinta da Ruína, incluindo depoimentos de clientes, descrições detalhadas dos serviços, e dicas de bem-estar.

#### 3.5.8.6 Plano de Ações de Marketing Digital

O plano de ações de marketing digital incluirá as seguintes atividades:

- **Lançamento do Website:** Desenvolvimento de um website intuitivo e visualmente atraente.
- **Campanhas de Publicidade Online:** Utilização de *Google Ads* e *Facebook Ads* para campanhas de publicidade direcionadas, com base em segmentação geográfica e demográfica.
- **Marketing de Influenciadores:** Parcerias com influenciadores de viagens e bem-estar que alinhem com a imagem da marca para promover a Quinta da Ruína nas redes sociais.

#### 3.5.8.7 Redes Sociais

As redes sociais serão utilizadas para criar uma comunidade engajada e promover a Quinta da Ruína de forma autêntica. O foco será nas seguintes plataformas:

- **Instagram:** Postagens regulares de fotos de alta qualidade e vídeos curtos destacando as acomodações, experiências de *Wellness*, e a beleza natural da região.
- **Facebook:** Publicações detalhadas, eventos ao vivo, e atualizações sobre as ofertas e pacotes disponíveis.
- **TikTok:** Criação de conteúdo curto e dinâmico que capte a atenção de um público mais jovem e digitalmente ativo. A estratégia para o *TikTok* incluirá vídeos

criativos mostrando os diferentes tipos de acomodações em madeira, como as pipas redondas e pirâmides, bem como experiências únicas, como terapias de spa e atividades de aventura na natureza. Além disso, serão utilizados desafios de hashtag e colaborações com influenciadores para aumentar a visibilidade e o envolvimento na plataforma. *TikTok* permitirá à Quinta da Ruína alcançar um público novo e diversificado, destacando o caráter inovador e sustentável do empreendimento.

- *LinkedIn*: Postagens focadas em parcerias comerciais, tendências do setor de turismo de luxo e bem-estar, e atualizações corporativas.

#### 3.5.8.8 Plano de Internacionalização e Feiras

O plano de internacionalização envolverá a participação em feiras de turismo e *Wellness* em mercados-alvo como Europa, América do Norte, e Ásia. As ações incluirão:

- Participação em Feiras Internacionais: Exibição em eventos como a ITB Berlin, WTM London, e ILTM Cannes para aumentar a visibilidade internacional e estabelecer contatos comerciais.
- Parcerias Internacionais: Estabelecimento de parcerias com operadores turísticos e agências de viagens internacionais especializadas em turismo de luxo e bem-estar.

#### 3.5.9 Análise do Ambiente Competitivo

Para a Quinta da Ruína Glamping e Wellness se destacar no mercado competitivo de turismo de luxo e bem-estar, é fundamental identificar e desenvolver os Fatores Críticos de Sucesso que irão garantir a sua diferenciação e atração contínua de clientes. Estes fatores são as condições ou características essenciais que o empreendimento deve possuir para ser bem-sucedido. A seguir, são apresentados os principais fatores críticos de sucesso para este projeto:

##### Localização Estratégica e Integração com a Natureza

A localização da Quinta da Ruína é um dos seus principais diferenciais competitivos. Situada em Penafiel, Eja numa área rodeada de paisagens naturais exuberantes e tranquilas, o empreendimento deve capitalizar este fator, proporcionando aos hóspedes uma experiência única de imersão na natureza. A preservação do ambiente natural e o desenvolvimento de infraestruturas sustentáveis são cruciais para manter a autenticidade e o apelo do local.

### Experiência de Wellness Personalizada

A oferta de serviços de *Wellness* personalizados, como programas de saúde, atividades de fitness, sessões de relaxamento, terapias holísticas, e consultas de nutrição, é um fator determinante para atrair o público-alvo de elevado poder aquisitivo, que busca experiências exclusivas e personalizadas. O desenvolvimento de pacotes de bem-estar integrados, que combinam estadia de luxo com serviços de saúde e bem-estar de alta qualidade, será fundamental para diferenciar o empreendimento da concorrência.

### Acomodação de Alto Padrão e Design Inovador

As unidades de alojamento em madeira, inspiradas em design nórdico, incluindo opções em formato de pipas redondas, pirâmides com piscina privada, e bungalows de luxo, devem oferecer conforto, exclusividade e uma experiência estética única. Este foco em design inovador e acomodação de alto padrão é um fator crítico para atender às expectativas dos hóspedes de luxo e garantir uma alta taxa de satisfação e recomendação.

### Parcerias Locais e Promoção de Atividades Regionais

O estabelecimento de parcerias estratégicas com restaurantes locais, produtores de artesanato, guias turísticos e outros fornecedores de serviços regionais é essencial para enriquecer a experiência do hóspede e promover a autenticidade cultural da região de Penafiel. Essas parcerias não só agregarão valor ao serviço oferecido, mas também fortalecerão a economia local, criando um ciclo positivo de desenvolvimento sustentável.

### Marketing Digital e Estratégia de Comunicação Eficaz

Uma presença digital forte, incluindo um website otimizado, perfis ativos nas redes sociais, e campanhas de marketing digital dirigidas ao público-alvo, é essencial para aumentar a visibilidade da Quinta da Ruína e atrair potenciais clientes. Utilizar uma estratégia de comunicação eficaz que destaque os diferenciais do empreendimento e conte histórias envolventes que conectem emocionalmente com o público será um fator crucial para o sucesso.

### Gestão Operacional Eficiente e Serviço ao Cliente de Excelência

Uma gestão operacional eficiente, que otimize recursos e garanta um serviço de alta qualidade, é fundamental para o sucesso do empreendimento. Além disso, proporcionar um serviço ao cliente de excelência, com uma equipa bem treinada e dedicada a atender

às necessidades dos hóspedes de forma proativa e personalizada, será essencial para garantir uma experiência memorável e fomentar a fidelização.

### Inovação e Adaptação Contínua às Tendências do Mercado

O mercado de turismo de luxo e *Wellness* é dinâmico e sujeito a mudanças constantes nas preferências dos consumidores. Portanto, a capacidade de inovar continuamente, adaptar-se rapidamente às novas tendências, e antecipar as expectativas dos clientes será vital para a competitividade e sustentabilidade do negócio a longo prazo.

### 3.6 Análise dos Concorrentes – Estudo de caso como técnica de recolha de dados de investigação

De acordo com o negócio Quinta da Ruína optamos, para efetuar a investigação optamos pela técnica de recolha de dados através de estudo de caso com respetiva análise documental.

Como explicado anteriormente, para uma análise sólida e bem fundamentada iremos seguir os autores Yin (2018), Stake (1995), Bowen (2009), Richards e Morse (2012) que definem que deveremos seguir os seguintes pontos

#### 3.6.1 Definição do Caso

Este estudo de caso centra-se na análise financeira e operacional de cinco empreendimentos turísticos localizados no município de Penafiel, na região do Porto, Portugal: Quinta do Lordelo, Arrabia Glamping, Refúgio D'Alecrim, Coreografia dos Sonhos e Welcome Douro. Estes empreendimentos foram selecionados com base na sua representatividade e diversidade no setor do turismo local, cobrindo diferentes modelos de negócios, estruturas financeiras e níveis de rentabilidade.

A análise do caso foca-se nos dados financeiros e operacionais mais recentes, fornecidos pelos empreendimentos, incluindo indicadores como volume de negócios, custos operacionais, rentabilidade (EBIT, EBITDA), estrutura de capital, endividamento e fundo de maneo. O objetivo principal é compreender como variam os níveis de rentabilidade entre os empreendimentos e identificar os principais fatores que contribuem para essas variações. A investigação também visa explorar como a gestão dos custos, o nível de endividamento e o fundo de maneo afetam a eficiência operacional e a sustentabilidade financeira dos empreendimentos.

Além disso, o estudo examina os principais desafios enfrentados por estes empreendimentos, avaliando estratégias que possam ser adotadas para melhorar o seu desempenho financeiro e operacional. Este caso de estudo oferece, assim, uma visão abrangente sobre as práticas de gestão financeira no setor do turismo em Penafiel, contribuindo para o desenvolvimento de recomendações práticas para melhorar a sustentabilidade e a rentabilidade dos negócios turísticos locais.

### Âmbito e Limitações

O caso de estudo está limitado à análise documental dos dados financeiros disponibilizados pelos cinco empreendimentos selecionados. Apesar de fornecer uma visão detalhada do estado financeiro dos negócios, a análise está condicionada aos dados fornecidos e ao contexto específico dos empreendimentos em Penafiel, não sendo generalizável para todos os negócios turísticos da região.

### 3.6.2 Questões de Investigação

1. Como variam os níveis de rentabilidade entre os diferentes empreendimentos turísticos em Penafiel e quais fatores contribuem para essas variações?
2. De que forma a gestão dos custos com pessoal e fornecimentos externos afeta a eficiência operacional e a sustentabilidade financeira dos empreendimentos?
3. Como o nível de endividamento e a gestão do fundo de maneio influenciam a capacidade dos empreendimentos turísticos de garantir a sua viabilidade financeira?
4. Quais são os principais desafios enfrentados pelos empreendimentos turísticos em Penafiel em termos de rentabilidade e estrutura financeira, e quais estratégias podem ser adotadas para melhorar o seu desempenho?

### 3.6.3 Seleção de Casos:

Quinta do Lordelo, Arrabia Glamping, Refúgio D'Alecrim, Coreografia dos Sonhos e Welcome Douro

### 3.6.4 Definição do contexto:

Penafiel, um município localizado na região do Norte de Portugal, integra o distrito do Porto e possui um património cultural e histórico de grande relevância para o turismo regional. As suas origens remontam à época romana, sendo um território com uma herança ancestral que se reflete em monumentos, igrejas, casas senhoriais e sítios arqueológicos dispersos por toda a região. A cidade de Penafiel destaca-se pela sua

riqueza cultural, fortemente marcada por festividades tradicionais, como a Festa de São Martinho, e por práticas agrícolas e vinícolas que ainda perduram nos dias de hoje. Esta herança cultural faz de Penafiel um destino turístico que conjuga autenticidade com tradição.

Nos últimos anos, o turismo em Penafiel tem-se afirmado como um pilar importante da economia local, complementando atividades económicas tradicionais como a agricultura e a vitivinicultura. Este crescimento deve-se, em parte, à procura crescente por experiências turísticas que combinam natureza, cultura e lazer. A região beneficia da proximidade ao Rio Douro, uma área que não só é internacionalmente conhecida pela sua produção vinícola como também pela oferta de paisagens deslumbrantes e atividades ao ar livre. Assim, o turismo rural e de natureza tornou-se central na estratégia de desenvolvimento turístico de Penafiel, impulsionando a criação de diferentes tipologias de empreendimentos, como quintas, *Glampings*, alojamentos locais e refúgios de luxo.

Contudo, o setor turístico em Penafiel não está isento de desafios que influenciam diretamente os resultados financeiros e operacionais dos empreendimentos. A sazonalidade do turismo é um dos fatores determinantes, uma vez que a procura turística tende a concentrar-se nos meses mais quentes do ano, provocando variações significativas na receita dos negócios. Além disso, o contexto socioeconómico global, incluindo situações como a pandemia da COVID-19, trouxe dificuldades acrescidas a este setor, evidenciando a necessidade de resiliência e adaptação por parte dos empreendedores locais. A concorrência é outro aspeto relevante, uma vez que Penafiel disputa a atenção dos turistas com outras regiões do Norte de Portugal, como o Douro e o Minho, que possuem igualmente uma oferta turística consolidada e atrativa.

A nível cultural, os turistas que visitam Penafiel procuram experiências autênticas e sustentáveis, valorizando o contacto direto com a natureza, a gastronomia regional e a vivência de tradições locais. Este perfil de procura tem levado os empreendimentos turísticos da região a adaptar os seus modelos de negócio, oferecendo alojamentos integrados na paisagem natural, atividades enoturísticas e experiências gastronómicas baseadas em produtos locais. No entanto, esta orientação para experiências personalizadas e sustentáveis acarreta custos significativos em termos de pessoal qualificado, fornecimentos e serviços externos. Adicionalmente, a manutenção da autenticidade cultural, enquanto se atende às expectativas dos turistas modernos, constitui um desafio constante para os empreendedores, que procuram equilibrar os custos operacionais com a oferta de um serviço de qualidade.

Os empreendimentos turísticos selecionados para este estudo – Quinta do Lordelo, Arrabia Glamping, Refúgio D'Alecrim, Coreografia dos Sonhos e Welcome Douro – refletem a diversidade da oferta turística em Penafiel e adotam diferentes estratégias para lidar com os desafios supracitados. Estes empreendimentos apresentam modelos de negócio variados, desde alojamentos rurais integrados em quintas até experiências de glamping, o que permite uma análise abrangente da dinâmica do setor na região.

Além disso, o contexto financeiro destes empreendimentos é marcado por diferentes níveis de capital próprio, endividamento e gestão do fundo de manuseio, aspetos que influenciam diretamente a sua sustentabilidade e rentabilidade. A presença de capital próprio negativo, como observado em alguns dos empreendimentos analisados, é um indicador da necessidade de uma gestão financeira cuidadosa e de estratégias que assegurem a sua viabilidade a longo prazo. A relevância de Penafiel como destino turístico, associada aos fatores históricos, culturais e sociais previamente referidos, oferece um campo fértil para a investigação, visando compreender como estes fatores influenciam as práticas de gestão e os resultados financeiros dos empreendimentos turísticos.

Em suma, o contexto de Penafiel enquanto destino turístico está em constante evolução, moldado pela interação entre a herança cultural, a procura turística e os desafios económicos. A análise deste contexto no presente estudo de caso permitirá uma compreensão mais aprofundada das dinâmicas que afetam os empreendimentos turísticos locais, contribuindo para o desenvolvimento de estratégias que promovam a sustentabilidade do setor.

#### 3.6.5 Recolha de Dados:

A recolha de dados para este estudo de caso será baseada exclusivamente na análise documental dos dados financeiros fornecidos pelos cinco empreendimentos turísticos em Penafiel: Quinta do Lordelo, Arrabia Glamping, Refúgio D'Alecrim, Coreografia dos Sonhos e Welcome Douro. Esta análise documental permitirá uma compreensão detalhada das operações financeiras de cada empreendimento, proporcionando uma base sólida para explorar as questões de investigação definidas.

#### 3.6.6 Fonte De Dados:

Análise Documental: Os dados recolhidos na tabela seguinte fornecem uma visão abrangente das principais rubricas financeiras dos empreendimentos, incluindo o volume de negócios, custos de matérias, fornecimentos e serviços externos, custos com

peçoal, amortizações, resultados (EBIT e EBITDA), ativos, capital próprio e passivo. Através desta análise documental, será possível identificar e avaliar indicadores-chave como a estrutura de custos, a rentabilidade operacional, o nível de endividamento e a eficiência na gestão do peçoal. Estes dados constituem a base para analisar as variações nos níveis de rentabilidade e os desafios financeiros enfrentados pelos empreendimentos.

Tabela 4 Análise da concorrência

Empreendimentos Turísticos	Quinta do Lordelo NIF: 509 558 097		Arrabia Glamping NIF: 516 783 912		Refúgio D'alecrim NIF: 517 338 378		Coreografia dos Sonhos NIF: 509 556 310		Welcome Douro NIF: 516 073 176	
	Montante	%	Montante	%	Montante	%	Montante	%	Montante	%
Volume de Negócios	275 550 €	100%	121 571 €	100%	7 223 €	100%	87 429 €	100%	113 890 €	100%
Custo de Matérias	13 654 €	5%	- €	0%	- €	0%	14 865 €	17%	39 303 €	35%
Fornecimentos e Serviços Externos	171 597 €	62%	75 590 €	62%	4 654 €	64%	46 922 €	54%	11 455 €	10%
Custos com o Peçoal	162 418 €	59%	23 274 €	19%	6 718 €	93%	14 946 €	17%	56 647 €	50%
Amortizações do Exercício	76 023 €	27,59%	271 €	0%	4 220 €	58%	31 679 €	36%	11 455 €	10%
Valor acrescentado bruto	95 591 €	35%	47 564 €	39%	2 719 €	38%	34 001 €	39%	41 416 €	36%
EBIT	- 138 239 €	-50,2%	23 920 €	20%	- 8 219 €	-113,8%	- 13 743 €	-16%	- 26 686 €	-23%
EBITDA	- 62 216 €	-22,6%	24 190 €	20%	- 3 999 €	-55,4%	17 937 €	21%	- 15 231 €	-13%
Resultado Líquido do Exercício	- 145 029 €	-52,6%	20 933 €	17%	- 8 219 €	-113,8%	- 14 557 €	-17%	- 26 686 €	-23%
Ativo	2 334 542 €	100%	39 083 €	100%	50 612 €	100%	626 903 €	100%	70 810 €	100%
Capital Próprio	16 867 €	1%	16 964 €	43%	6 781 €	13%	27 967 €	4%	-202 286 €	-286%
Passivo	2 317 675 €	99%	22 119 €	57%	43 831 €	87%	598 936 €	96%	273 096 €	386%
Fundo de maneo	- 9 009 €		18 450 €		- €		51 857 €		- 161 609 €	
Número de empregados	12		2		1		2		4	
Custo com o Peçoal / Número de empregad	13 535 €		11 637 €		6 718 €		7 473 €		14 162 €	

Montantes relativos ao exercício económico do ano de 2023  
Fonte: Base de Dados SABI

Triangulação dos Dados: Embora a recolha de dados esteja centrada apenas na análise documental disponível, a triangulação será realizada dentro da própria documentação financeira. Esta abordagem implica cruzar diferentes indicadores financeiros para verificar a coerência e obter uma visão mais completa da situação dos empreendimentos. Por exemplo:

A comparação entre o volume de negócios, custos operacionais e resultados (EBIT, EBITDA) permite compreender a eficiência operacional e identificar fatores que afetam a rentabilidade de cada negócio.

O cruzamento entre o capital próprio e o passivo oferece uma perspetiva sobre a estrutura de capital e os níveis de endividamento, ajudando a avaliar a sustentabilidade financeira dos empreendimentos.

A relação entre custos com peçoal e o número de empregados possibilita analisar a eficiência da gestão de recursos humanos, o que pode ter impacto direto na rentabilidade e no valor acrescentado bruto.

A triangulação interna destes dados ajudará a assegurar a validade das conclusões, uma vez que a análise de cada indicador será realizada em conjunto com os restantes,

oferecendo uma compreensão holística da situação financeira e operacional dos empreendimentos turísticos em Penafiel.

### 3.6.7 Análise Documental:

A análise documental será o método principal para avaliar a situação financeira dos cinco empreendimentos turísticos em Penafiel, com foco nos dados quantitativos apresentados. Esta análise seguirá as orientações de Bowen (2009), Richards e Morse (2012) para garantir uma abordagem sistemática, criteriosa e crítica.

**Seleção Criteriosa de Documentos:** Os documentos a analisar consistem nas informações financeiras detalhadas na tabela fornecida, que incluem os dados referentes ao volume de negócios, custos (de matérias, fornecimentos e pessoal), amortizações, indicadores de rentabilidade (EBIT e EBITDA), ativos, capital próprio, passivo e fundo de manuseio. Estes documentos são considerados relevantes e representativos para o caso de estudo, pois refletem a realidade financeira dos empreendimentos turísticos em análise.

Uma vez que esta informação é proveniente de fontes internas dos próprios empreendimentos (provavelmente relatórios financeiros ou demonstrações de resultados), assume-se a sua autenticidade e credibilidade. No entanto, é necessário ter em mente que esta análise estará restrita ao âmbito dos dados apresentados, não incluindo outras fontes como relatórios anuais completos, balanços detalhados ou informações sobre estratégias de negócio que poderiam aprofundar a compreensão do contexto financeiro.

#### Definir Critérios de Análise

Para orientar a análise documental, serão estabelecidos os seguintes critérios:

**Estrutura de Custos:** Avaliação dos custos com matérias, fornecimentos e serviços externos, e custos com pessoal em relação ao volume de negócios, para identificar padrões de gestão de custos e eficiência operacional.

**Rentabilidade:** Análise dos indicadores de rentabilidade (EBIT, EBITDA e resultado líquido) para avaliar o desempenho financeiro de cada empreendimento e compreender os fatores que impactam a sua rentabilidade.

Estrutura Financeira: Estudo da relação entre capital próprio, passivo e fundo de maneiio para determinar os níveis de endividamento e a sustentabilidade financeira dos negócios.

Eficiência Operacional: Cálculo do custo com pessoal por empregado para avaliar a eficiência na gestão dos recursos humanos e o seu impacto nos resultados.

Desafios Financeiros: Identificação dos empreendimentos com resultados negativos e capital próprio negativo para discutir os desafios e riscos financeiros.

### 3.6.8 Codificação e Categorização:

Com base nos critérios acima, os dados serão codificados e categorizados da seguinte forma:

Categorias de Custos: Codificar os custos em três categorias principais (matérias, fornecimentos e serviços externos, e pessoal) e calcular a porcentagem que representam no volume de negócios para cada empreendimento.

Indicadores de Rentabilidade: Codificar os valores do EBIT, EBITDA e resultado líquido, categorizando-os em "positivo" ou "negativo". A categorização permitirá identificar padrões de rentabilidade e relacionar estes indicadores com a estrutura de custos.

Estrutura de Capital: Categorizar os níveis de capital próprio e passivo para cada empreendimento, distinguindo entre "elevado endividamento" (capital próprio baixo ou negativo e passivo elevado) e "equilíbrio financeiro" (capital próprio positivo e passivo moderado).

Eficiência na Gestão de Pessoal: Codificar os custos com pessoal por número de empregados, categorizando-os em "baixo", "médio" ou "elevado" em relação ao volume de negócios, o que ajudará a avaliar a eficiência operacional.

### 3.6.9 Avaliação Crítica:

Na avaliação crítica dos dados:

Autenticidade e Credibilidade: Assume-se que os dados financeiros são provenientes de documentos internos dos empreendimentos e, portanto, refletem uma visão verdadeira das operações financeiras. No entanto, é importante considerar possíveis limitações, como a ausência de dados qualitativos (e.g., estratégias de gestão ou posicionamento de mercado) que poderiam fornecer contexto adicional.

Representatividade: Os dados representam a situação financeira de cinco empreendimentos turísticos em Penafiel, oferecendo uma amostra diversificada em termos de modelos de negócio e dimensões operacionais. Esta diversidade é vantajosa para compreender as variações na estrutura de custos e rentabilidade.

Significado dos Dados: A análise focar-se-á na interpretação dos indicadores financeiros para responder às questões de investigação, especialmente sobre as diferenças de rentabilidade e os desafios de gestão financeira. A comparação entre empreendimentos permitirá identificar padrões e desvios, bem como refletir sobre os fatores que afetam a eficiência e a sustentabilidade financeira.

#### 3.6.10 Análise dos Dados e Interpretação:

Interpretação Contextual: A interpretação dos dados financeiros à luz do contexto específico de Penafiel é fundamental para compreender as variações na rentabilidade e nos custos dos empreendimentos turísticos. Penafiel, uma região rica em património cultural e natural, beneficia de um turismo fortemente baseado em atividades rurais, enoturismo e experiências autênticas que valorizam a tradição e a natureza. No entanto, estas características também impõem desafios financeiros que se refletem nos dados analisados.

Os elevados custos com pessoal, visíveis em empreendimentos como o Refúgio D'Alecrim (93% do volume de negócios), podem ser parcialmente atribuídos à necessidade de oferecer um serviço personalizado e diferenciado, que é valorizado pelos turistas que procuram experiências únicas e autênticas em Penafiel. Além disso, a elevada dependência dos serviços externos observada em empreendimentos como a Quinta do Lordelo (62% dos custos totais) indica uma operação que requer investimentos significativos na manutenção e melhoria das instalações, possivelmente para preservar a qualidade e a autenticidade das experiências oferecidas. Estes custos estão em sintonia com o perfil do turismo local, onde a oferta de experiências de alta qualidade é fundamental para atrair e reter visitantes.

Outro aspeto a considerar é a influência da sazonalidade do turismo na região, que pode afetar a capacidade dos empreendimentos de manter um fluxo de receita estável ao longo do ano. Esta sazonalidade pode explicar, em parte, os resultados negativos de alguns empreendimentos, como a Quinta do Lordelo e Welcome Douro, que apresentam um resultado líquido negativo de -52,6% e -23%, respetivamente. A análise financeira reflete, assim, as tensões entre a procura por experiências autênticas e as exigências financeiras de manter operações sustentáveis num mercado com oscilações sazonais.

A estrutura de capital e os níveis de endividamento também merecem destaque. Empreendimentos como o Welcome Douro, que apresenta um capital próprio negativo (-286%) e um passivo substancial (386% do ativo), indicam uma dependência significativa do financiamento externo. Esta situação pode refletir os desafios enfrentados pelos empreendedores locais em equilibrar os investimentos necessários para manter e melhorar a oferta turística com a geração de receitas suficientes para sustentar o negócio. Este equilíbrio é muitas vezes influenciado pelo contexto económico mais amplo, incluindo fatores como a concorrência de outras regiões turísticas, as expectativas crescentes dos turistas em termos de qualidade e personalização, e as mudanças nas condições económicas, como as trazidas pela pandemia da COVID-19.

#### Perspetivas dos Participantes (Inferida)

Embora a análise documental não inclua diretamente perspetivas dos participantes, podemos inferir, a partir dos dados financeiros, algumas das possíveis estratégias e experiências dos gestores dos empreendimentos turísticos. Por exemplo, os custos com pessoal e os fornecimentos externos sugerem que os empreendedores procuram investir em serviços de qualidade e na oferta de experiências autênticas. Isto pode estar relacionado com o desejo de se diferenciar no mercado turístico de Penafiel, valorizando a cultura local e a hospitalidade personalizada.

Os resultados negativos observados em alguns empreendimentos podem também indicar que os participantes enfrentam dificuldades em equilibrar os custos operacionais com as receitas geradas, uma situação que poderia ser confirmada e aprofundada através de entrevistas ou observações. A gestão do fundo de maneo, por exemplo, é crítica em contextos turísticos sazonais, e os dados sugerem que alguns negócios, como o Welcome Douro, têm dificuldade em manter uma liquidez positiva, possivelmente refletindo um esforço contínuo em lidar com fluxos de caixa irregulares.

Em síntese, esta interpretação contextualizada dos dados financeiros destaca as complexidades enfrentadas pelos empreendimentos turísticos em Penafiel. As decisões operacionais e financeiras parecem estar fortemente influenciadas pelo desejo de alinhar a oferta com as expectativas culturais dos turistas, enquanto se adaptam a um mercado caracterizado por desafios sazonais e económicos.

#### 3.6.11 Integração dos Resultados e Discussão

Triangulação dos Dados: Embora a recolha de dados esteja limitada à análise documental financeira, é possível realizar uma triangulação interna dentro do conjunto de dados apresentados, verificando a coerência e interdependência dos diferentes indicadores. A análise financeira dos cinco empreendimentos turísticos revela padrões consistentes entre os custos operacionais, níveis de rentabilidade e estruturas de capital, os quais são confrontados para desenvolver uma compreensão mais completa das suas situações financeiras.

Estrutura de Custos e Rentabilidade: Ao cruzar os dados relativos à estrutura de custos (custos de matérias, fornecimentos e serviços externos, e custos com pessoal) com os indicadores de rentabilidade (EBIT e EBITDA), verifica-se que os empreendimentos com custos operacionais elevados, como a Quinta do Lordelo (59% dos custos associados ao pessoal e 62% a serviços externos), apresentam maiores dificuldades em manter uma rentabilidade positiva. Esta relação sugere que a gestão dos custos é um fator crítico para a sustentabilidade financeira dos negócios turísticos na região de Penafiel.

Estrutura Financeira e Sustentabilidade: A triangulação dos dados referentes ao capital próprio e passivo com os resultados líquidos confirma a hipótese de que níveis elevados de endividamento afetam negativamente a viabilidade financeira dos empreendimentos. Por exemplo, a situação do Welcome Douro, com um capital próprio negativo (-286%) e um elevado passivo (386% do ativo), reflete desafios significativos em termos de gestão de dívida e liquidez. Estes dados permitem, assim, discutir a importância da estrutura de capital na resiliência financeira dos empreendimentos turísticos.

Eficiência Operacional e Gestão de Pessoal: Comparando o custo com pessoal por empregado em relação ao volume de negócios, observa-se uma variação significativa entre os empreendimentos, indicando diferentes abordagens na gestão de recursos humanos. Este fator é crucial, dado que, em setores como o turismo em Penafiel, o nível de serviço e a personalização são essenciais para atrair visitantes. A eficiência na gestão do pessoal, como refletida nos dados do Arrabia Glamping (apresentando custos mais controlados em relação ao volume de negócios), mostra-se um possível indicador de sucesso operacional e de diferenciação competitiva.

### 3.6.12 Ligação ao Quadro Teórico

Os resultados da análise documental devem ser relacionados com o quadro teórico da gestão financeira e operacional no setor do turismo, nomeadamente no contexto de negócios rurais e de natureza. Estudos prévios indicam que a rentabilidade dos

empreendimentos turísticos é frequentemente influenciada pela gestão eficiente dos custos e pela capacidade de adaptar a estrutura operacional às exigências do mercado (Alonso & Liu, 2012). Este quadro teórico ajuda a fundamentar a interpretação dos resultados, especialmente no que toca à relação entre os elevados custos operacionais e os desafios de rentabilidade identificados.

Adicionalmente, a literatura sobre gestão de pequenas e médias empresas (PMEs) no setor do turismo sublinha a importância da estrutura de capital e do fundo de maneo na manutenção da sustentabilidade financeira (Getz & Carlsen, 2005). A análise documental mostra que os empreendimentos com fundos de maneo negativos, como a Quinta do Lordelo e Welcome Douro, enfrentam dificuldades acrescidas em manter a liquidez necessária para operações contínuas, corroborando a relevância dos conceitos teóricos da gestão financeira neste contexto específico.

Outra ligação ao quadro teórico envolve a eficiência operacional e o papel do pessoal na prestação de serviços turísticos. A literatura enfatiza que o setor do turismo é intensivo em mão de obra, e a eficiência na gestão dos recursos humanos é um fator determinante para o sucesso dos negócios (Baum, 2015). Os dados apresentados confirmam esta noção, mostrando que os custos com pessoal variam significativamente entre os empreendimentos, refletindo diferentes estratégias de gestão e posicionamento no mercado.

Esta integração dos resultados com o quadro teórico permite fundamentar as conclusões da investigação e situar os empreendimentos turísticos de Penafiel no contexto das práticas e desafios de gestão financeira no setor do turismo.

### 3.6.13 Relatório do Estudo

Descrição Detalhada do Caso: Este estudo de caso analisa cinco empreendimentos turísticos em Penafiel: Quinta do Lordelo, Arrabia Glamping, Refúgio D'Alecrim, Coreografia dos Sonhos e Welcome Douro. A investigação centra-se nos dados financeiros fornecidos para explorar a gestão financeira e operacional no contexto específico de Penafiel, uma região caracterizada pelo turismo rural, cultural e de natureza. A seleção destes empreendimentos visa capturar a diversidade da oferta turística local e os desafios específicos enfrentados pelos negócios, como sazonalidade e pressões para oferecer experiências autênticas.

## Apresentação dos Resultados

A análise documental incidiu sobre dados financeiros, incluindo volume de negócios, estrutura de custos, rentabilidade (EBIT, EBITDA), estrutura de capital (ativo, passivo, capital próprio) e eficiência operacional (custos com pessoal por empregado). Esta análise permitiu identificar padrões e desafios comuns, relacionados com a rentabilidade, estrutura financeira e eficiência operacional.

## Discussão Crítica e Resposta às Questões de Investigação

A discussão crítica apresenta os resultados à luz das quatro questões de investigação definidas:

Como variam os níveis de rentabilidade entre os diferentes empreendimentos turísticos em Penafiel e quais fatores contribuem para essas variações?

A análise indica uma significativa variação nos níveis de rentabilidade. Apenas o Arrabia Glamping apresenta um EBIT positivo (20%), enquanto os restantes negócios têm resultados negativos. As principais diferenças parecem estar associadas à estrutura de custos: empreendimentos como o Refúgio D'Alecrim têm custos com pessoal extremamente elevados (93% do volume de negócios), o que compromete a sua rentabilidade. Por outro lado, a Quinta do Lordelo e o Welcome Douro enfrentam desafios em equilibrar os custos operacionais com os serviços externos e custos de matérias. Assim, a gestão de custos, especialmente em relação ao pessoal e fornecimentos externos, é um fator determinante para as variações na rentabilidade.

De que forma a gestão dos custos com pessoal e fornecimentos externos afeta a eficiência operacional e a sustentabilidade financeira dos empreendimentos?

A análise revela que os custos com pessoal e fornecimentos externos têm um impacto significativo na eficiência operacional e sustentabilidade financeira. A Quinta do Lordelo, que tem custos com pessoal de 59% e fornecimentos externos de 62%, demonstra a dificuldade em atingir uma rentabilidade positiva, com um EBIT negativo (-50,2%). Estes dados sugerem que uma gestão eficiente dos custos operacionais é essencial para alcançar um equilíbrio financeiro. Por contraste, o Arrabia Glamping consegue manter custos com pessoal e fornecimentos externos a níveis que permitem alcançar um EBIT positivo, destacando-se como um exemplo de eficiência na gestão de recursos.

Como o nível de endividamento e a gestão do fundo de maneo influenciam a capacidade dos empreendimentos turísticos de garantir a sua viabilidade financeira?

A estrutura financeira dos empreendimentos, particularmente o nível de endividamento, afeta diretamente a sua viabilidade. O Welcome Douro apresenta um cenário preocupante, com um capital próprio negativo (-286%) e um passivo muito

elevado (386% do ativo), o que pode comprometer a sua capacidade de responder a obrigações financeiras e assegurar operações a longo prazo. O fundo de maneiço negativo observado em alguns empreendimentos, como a Quinta do Lordelo e o Welcome Douro, sugere dificuldades na gestão da liquidez e do fluxo de caixa, afetando a capacidade de manter operações contínuas. Por outro lado, o Arrabia Glamping apresenta uma gestão financeira mais equilibrada, com um fundo de maneiço positivo (€18.450), o que contribui para a sua sustentabilidade financeira.

Quais são os principais desafios enfrentados pelos empreendimentos turísticos em Penafiel em termos de rentabilidade e estrutura financeira, e quais estratégias podem ser adotadas para melhorar o seu desempenho?

Os principais desafios identificados incluem a gestão dos elevados custos operacionais, a manutenção de um fluxo de caixa positivo e a redução do nível de endividamento. A sazonalidade do turismo em Penafiel pode intensificar estas dificuldades, criando períodos de baixa receita que afetam a sustentabilidade financeira. Para melhorar o desempenho, os empreendimentos poderiam adotar estratégias como a otimização dos custos com pessoal, renegociação de fornecimentos e serviços externos, e diversificação das fontes de receita para reduzir a dependência de picos sazonais. A estabilização do capital próprio e a gestão rigorosa do fundo de maneiço são igualmente necessárias para assegurar liquidez e evitar endividamentos excessivos.

#### Possíveis Direções para Investigações Futuras

Para aprofundar a compreensão das estratégias e desafios destes empreendimentos, futuras investigações poderiam incluir:

Entrevistas com gestores para entender as estratégias financeiras adotadas e os desafios operacionais enfrentados.

Análise longitudinal para avaliar a evolução dos indicadores financeiros ao longo do tempo, especialmente em resposta a eventos como a pandemia da COVID-19.

Estudos comparativos com outras regiões turísticas, para identificar boas práticas que possam ser aplicadas em Penafiel.

### 3.7 Tecnologias e Sistemas de Informação Web

A Quinta da Ruína *Glamping* e *Wellness* irá adotar tecnologias avançadas e sistemas de informação web para melhorar a experiência do cliente e a eficiência operacional. As principais tecnologias incluirão:

- Website Responsivo e *Mobile-Friendly*: Desenvolvimento de um website responsivo, otimizado para dispositivos móveis, com sistema de reservas integrado e *chatbot* para suporte ao cliente.
- CRM (*Customer Relationship Management*): Implementação de um sistema CRM para gerenciar interações com clientes, segmentar campanhas de marketing e melhorar a fidelização.
- Plataformas de Gestão de Redes Sociais: Utilização de ferramentas como *Hootsuite* ou *Buffer* para gerenciar e monitorizar todas as atividades de redes sociais.

### 3.7.1 Sistemas de Informação de Negócio

Para suportar a operação do *Glamping* de maneira eficiente e eficaz, a Quinta da Ruína Glamping e Wellness irá adotar um conjunto de sistemas de informação integrados, que incluem:

- Sistema de Gestão de Propriedade (PMS): Este sistema permitirá a gestão centralizada de todas as operações do alojamento, desde a reserva e check-in até à manutenção e inventário. O PMS estará integrado com o sistema de reservas online e o CRM, garantindo um fluxo de trabalho harmonioso e uma experiência contínua para o cliente.
- Sistema de Controlo Financeiro: Implementação de software de contabilidade e gestão financeira que permitirá o controlo rigoroso dos fluxos de caixa, faturação, gestão de despesas, e relatórios financeiros automatizados.
- Sistemas de Análise de Dados: Utilização de ferramentas analíticas para monitorizar tendências de mercado, comportamento do consumidor, e desempenho operacional. Este sistema ajudará a tomada de decisão baseada em dados para maximizar a receita e otimizar os serviços oferecidos.

### 3.7.2 Tecnologias de Informação Inovadoras

Para garantir uma operação eficiente e diferenciada, a Quinta da Ruína Glamping e Wellness irá investir em tecnologias de informação inovadoras que aumentem a experiência do cliente e a competitividade do negócio. As seguintes tecnologias serão implementadas:

- Internet das Coisas (IoT): Dispositivos IoT serão utilizados para monitorar e gerir o consumo energético, melhorar a segurança (como sistemas de fechaduras inteligentes) e proporcionar uma experiência personalizada (como iluminação e temperatura ajustáveis em cada unidade de alojamento).
- Inteligência Artificial (IA) e *Chatbots*: Implementação de *Chatbots* no website e nas plataformas de redes sociais para fornecer atendimento ao cliente 24/7,

responder a perguntas frequentes, e ajudar no processo de reserva. IA também será usada para prever preferências dos clientes e recomendar pacotes personalizados.

- Realidade Virtual (VR) e aumentada (AR): Uso de VR para permitir aos potenciais clientes fazerem um tour virtual das instalações antes de reservar, e AR para enriquecer as experiências *in-situ*, como histórias interativas sobre a cultura local ou a flora e fauna da região.

### 3.7.3 Plataforma Web de Negócio

A plataforma web será o núcleo da presença digital da Quinta da Ruína Glamping e Wellness. Esta plataforma será desenvolvida para ser:

- Responsiva e Intuitiva: Adaptável a qualquer dispositivo, oferecendo uma experiência de utilizador perfeita, tanto em computadores como em dispositivos móveis.
- Otimizada para SEO: A plataforma será otimizada para motores de busca, garantindo que o website alcance uma alta visibilidade nas pesquisas relevantes, atraindo tráfego orgânico qualificado.
- Integrada com Redes Sociais e Ferramentas de Marketing: Facilitará o compartilhamento de conteúdo nas redes sociais e será integrada com ferramentas de marketing digital como *Google Analytics*, Facebook Pixel, e ferramentas de email marketing, para monitorar e aumentar o desempenho das campanhas.
- Segura e Confiável: A segurança será uma prioridade, com a implementação de certificados SSL, proteção contra ataques cibernéticos, e conformidade com a GDPR para proteção de dados dos clientes.

## 3.8 Projeções económico-financeiras

### 3.8.1 Pressupostos

Nesta secção, são detalhados os pressupostos fundamentais desenvolvidos para a análise económico-financeira do projeto Quinta da Ruína. Estes incluem as taxas de impostos aplicáveis, como o IRC, IRS e IVA, as condições de exploração do empreendimento, o comportamento esperado das vendas e serviços prestados, as taxas de inflação e crescimento salarial, bem como os prazos médios de recebimento e pagamento. Além disso, são definidos os investimentos em capital fixo e fundo de maneiio, as fontes de financiamento e as taxas de juro aplicáveis, permitindo uma visão abrangente das variáveis financeiras que irão sustentar o desempenho previsto do projeto ao longo do período de análise.

### 3.8.2 Pressupostos Gerais

- CAE Principal (5122 - Hotéis com restaurante): A classificação do empreendimento como "Hotéis com restaurante" sublinha o enquadramento regulatório e fiscal que o projeto terá de observar, embora, no contexto da Quinta da Ruína, o foco seja mais voltado para o turismo de bem-estar e alimentação controlada, um ajuste necessário ao código de atividades principal.
- Tipo de Atividade: O projeto é classificado como um serviço, refletindo a natureza intangível e orientada ao cliente, típica do setor hoteleiro e de hospitalidade. A abordagem de serviços abrange desde alojamento até programas de bem-estar, reforçando a personalização da oferta.
- Unidade Monetária e Prazos de Operação: As projeções estão em Euros (EUR), alinhadas com a moeda local, e o início do investimento é previsto para 2025, com o ano cruzeiro em 2029. Os pressupostos consideram operação contínua durante 365 dias por ano, o que é indicativo de um modelo de negócio sem sazonalidade extrema, essencial para fluxos de receita constantes.

### 3.8.3 Fiscalidade

- Impostos: A carga tributária, incluindo IRC (22%), Derrama Municipal (1%), e TSU para empresa (23,75%) e colaboradores (11%), reflete o ambiente fiscal português padrão para empresas no setor de serviços. A aplicação de IVA com diferentes taxas (23%, 13%, e 6%) evidencia a necessidade de categorizar corretamente os produtos e serviços oferecidos, maximizando a eficiência fiscal.
- Impostos sobre Transações Financeiras: A taxa de 4% aplicável aos juros sobre empréstimos destaca a importância de gestão eficaz dos custos de financiamento, uma vez que influenciam diretamente o custo de capital e as margens operacionais.

### 3.8.4 Prejuízos Fiscais

- Reporte de Prejuízos: A possibilidade de reporte de prejuízos até 5 anos é uma estratégia fiscal relevante para o empreendimento, permitindo amortecer impactos negativos no período inicial de operação.

### 3.8.5 Inflação e Crescimento de Remunerações

- Taxa de Inflação e Remunerações: A projeção de uma taxa de inflação nula e ausência de crescimento nas remunerações ao longo do período é uma abordagem conservadora, que pode não refletir plenamente as flutuações económicas reais, mas serve para manter as projeções simplificadas e controlar variáveis de risco nas despesas.

### 3.8.6 Vendas e Serviços Prestados

- Projeções de Vendas: O total de vendas e serviços prestados é projetado de forma constante em 347.760 EUR anuais, com uma alocação de IVA de 20.866 EUR. Esta projeção reflete uma expectativa de estabilidade nas operações, sem crescimento antecipado na receita, o que pode sugerir uma estratégia de mercado cautelosa ou um foco em manter uma ocupação média constante.
- Segmentação dos Serviços: A distinção entre serviços de menor valor (86.400 EUR) e maior valor (261.360 EUR) demonstra uma estratégia de diversificação de preços, proporcionando diferentes níveis de serviço e acessibilidade para atrair uma base de clientes mais ampla.

### 3.8.7 Gastos Operacionais

- Fornecimentos e Serviços Externos: Com um total de 130.776 EUR anuais, os gastos com serviços especializados, publicidade, e manutenção são fundamentais para sustentar a operação. A gestão eficiente desses custos é crucial para a manutenção das margens operacionais e para a competitividade da empresa.
- Gastos com Pessoal: Os custos anuais com pessoal são substanciais, totalizando aproximadamente 164.401 EUR, refletindo a dependência de um quadro de colaboradores qualificados. A remuneração média e os encargos sociais evidenciam a necessidade de estratégias de retenção e motivação para manter um serviço de alta qualidade.

### 3.8.8 Investimento em Capital Fixo e Fundo de Maneyo

- CAPEX: O investimento inicial em capital fixo de 370.000 EUR, incluindo edifícios, equipamentos básicos, e administrativos, destaca a necessidade de um capital significativo para garantir a infraestrutura necessária. A amortização ao longo de vários anos, alinhada com práticas contábeis padrão, permite uma gestão gradual do impacto financeiro desses investimentos.
- Fundo de Maneio: Com uma necessidade inicial de 85.100 EUR, o fundo de maneio é essencial para a gestão das operações diárias, cobrindo as diferenças de tempo entre pagamentos a fornecedores e recebimentos de clientes.

### 3.8.9 Fontes de Financiamento

- Estrutura de Capital: Com uma proporção de 30% de capital próprio e 70% de capitais alheios, a estrutura de financiamento indica uma dependência significativa de empréstimos bancários, com um total de financiamento bancário de 310.000 EUR. A taxa de juro média ponderada (WACC) de 4,71% sugere uma avaliação cuidadosa do custo de financiamento, crucial para a sustentabilidade financeira a longo prazo.
- Custo de Capital e Taxa de Atualização: A utilização de um WACC de 4,71% para atualização dos fluxos de caixa reflete a ponderação dos custos de capital próprio e alheio, proporcionando uma visão clara sobre o retorno esperado dos investimentos e o risco associado.

### 3.9 Volume de Negócios

Nesta rúbrica, analisamos as receitas provenientes das vendas e prestações de serviços do projeto da Quinta da Ruína. Como refere o IAPMEI (2016<sup>a</sup>, pag. 23), "trata-se do principal objetivo da empresa, é a sua razão de existir, ". O Volume de Negócios reflete, assim, o core business do empreendimento, que é a oferta de alojamento e serviços associados ao bem-estar, saúde e experiências de natureza, com uma abordagem diferenciadora no mercado.

A Quinta da Ruína disponibiliza um conjunto diversificado de serviços integrados, centrados em programas de saúde e bem-estar, combinados com um ambiente natural e acolhedor. As previsões de volume de negócios consideram dois cenários distintos para avaliar o impacto de diferentes taxas de ocupação e preços médios nas receitas anuais:

### 3.9.1 Estrutura de Serviços e Receitas Previstas:

#### 1. Cenário Base:

- Descrição: Alojamento com programa de bem-estar standard, que inclui acesso a todas as instalações da Quinta, como piscina, circuitos de caminhada e programas alimentares personalizados.
- Capacidade: 9 unidades de alojamento.
- Preço Unitário: €120/noite.
- Taxa de Ocupação: 40%.

Cálculo: A receita é calculada com base no número de unidades (9), a taxa de ocupação anual de 40% e os 365 dias de operação no ano.

#### 2. Cenário Positivo:

- Descrição: Alojamento premium com programa de bem-estar completo, que mantém todas as características do cenário base, mas com um serviço de maior exclusividade e conforto.
- Capacidade: 9 unidades de alojamento.
- Preço Unitário: €220/noite.
- Taxa de Ocupação: 80%.

Cálculo: A receita é calculada com base no número de unidades (9), a taxa de ocupação anual de 80% e os 365 dias de operação no ano.

*Tabela 5 Volume de Negócios da Quinta da Ruína (2025-2034)*

Cenário	Unidades de Alojamento	Taxa de Ocupação	Preço Unitário (€)	Receitas (€)
Cenário Base	9	40%	120	157,680
Cenário Positivo	9	80%	220	579,240

Elaboração própria Adaptado do modelo FINICIA-IAPMEI.

Obs: A quantidade de noites vendidas é calculada com base na capacidade das unidades, na taxa de ocupação anual definida para cada cenário, e nos preços médios praticados. O cenário base assume uma ocupação mais conservadora, enquanto o cenário positivo projeta uma ocupação mais elevada com preços superiores, refletindo uma oferta de maior valor agregado.

No primeiro ano de operação, a Quinta da Ruína espera, no cenário base, atingir um volume de negócios de 157,680€, enquanto o cenário positivo aponta para receitas de 579,240€. Estes cenários permitem avaliar a sensibilidade das receitas às variáveis de ocupação e preço, suportando uma gestão estratégica mais robusta e alinhada com os objetivos de crescimento e sustentabilidade do projeto. As perdas por imparidade são estimadas em 0%, dado que os pagamentos são efetuados na totalidade no ato do check-in, garantindo estabilidade no fluxo de caixa.

### 3.10 Fornecimentos e Serviços Externos

Nesta rúbrica, analisamos os Fornecimentos e Serviços Externos do projeto, que incluem todas as despesas com serviços adquiridos a terceiros, essenciais para o funcionamento da atividade. De acordo com o IAPMEI (2016), esta categoria abrange os serviços externos contratados que, de modo geral, se dividem em custos fixos, independentes do volume de atividade da empresa, e custos variáveis, que variam em função da atividade desenvolvida.

A tabela abaixo detalha os Fornecimentos e Serviços Externos previstos para o projeto:

Tabela 6 Fornecimentos e Serviços Externos

Rubricas	Taxa IVA	% C. Fixo	Valor Mensal	2025 a 2034
Serviços Especializados				
Trabalhos Especializados	23%	100%	200€	2 400€
Publicidade e Propaganda	23%	25%	150€	1 800€
Vigilância e Segurança	23%	100%	50€	600€
Comissões	23%	0%	2 898€	34 776€
Conservação e Reparação	23%	100%	500€	6 000€
Materiais				
Ferramentas e Utensílios de Desgaste	23%	5%	200€	2 400€
Livros e Documentação Técnica	23%	100%	50€	600€
Material de Escritório	23%	25%	50€	600€
Artigos para Oferta	23%	0%	100€	1 200€
Energia e Fluidos				
Electricidade	23%	20%	1 500€	18 000€
Combustíveis	23%	20%	1 000€	12 000€
Água	6%	20%	1 250€	15 000€
Deslocações, Estadas e Transportes				
Deslocações e Estadas	23%	20%	500€	6 000€
Serviços Diversos				
Rendas e Alugueres	23%	100%	1 600€	19 200€
Comunicação	23%	100%	300€	3 600€
Seguros	0%	100%	300€	3 600€
Despesas de Representação	23%	100%	100€	1 200€
Limpeza, Higiene e Conforto	23%	30%	100€	1 200€
Outros Serviços	23%	30%	50€	600€
<b>Total Fornecimentos e Serviços Externos</b>			<b>10 898€</b>	<b>130 776€</b>

### 3.10.1 Análise dos Gastos com Fornecimentos e Serviços Externos

Os gastos com fornecimentos e serviços externos são vitais para o funcionamento adequado do projeto, englobando desde serviços especializados a despesas com energia e fluidos, passando por materiais e deslocações. Estes custos foram detalhados e classificados conforme a sua natureza, fixos ou variáveis, e o seu impacto no orçamento anual.

- **Serviços Especializados:** Esta categoria abrange custos fixos essenciais, como trabalhos especializados (ex: contabilidade), com um custo anual de 2 400€, publicidade (800€), vigilância e segurança (600€), e conservações e reparações, necessárias para manter o funcionamento adequado dos equipamentos (6 000€). Também incluímos as comissões, que representam um custo variável

significativo (34 776€), refletindo o impacto direto da atividade comercial da empresa.

- **Materiais:** Esta secção destaca os custos fixos relacionados com ferramentas, documentação técnica, material de escritório e artigos de oferta. Com um custo anual total de 4 800€, esta categoria assegura a disponibilidade de recursos imediatos e essenciais para o dia-a-dia da operação.
- **Energia e Fluidos:** Incluem-se aqui os custos com eletricidade, combustíveis e água, que têm um impacto fixo significativo, perfazendo um total de 45 000€ anuais. Estes gastos são críticos, especialmente para operações que exigem um fornecimento constante de energia e água para manter os serviços.
- **Deslocações, Estadas e Transportes:** Representando um custo anual de 6 000€, esta categoria cobre deslocações e estadas necessárias para a operação, como participação em eventos, visitas a fornecedores ou clientes, garantindo o posicionamento ativo do negócio no mercado.
- **Serviços Diversos:** Com um total de 29 400€ anuais, esta categoria inclui gastos com rendas, comunicações, seguros, despesas de representação e serviços de limpeza, higiene e conforto. Estes custos são essenciais para assegurar um ambiente de trabalho seguro, limpo e bem comunicado, além de cobrir outras necessidades administrativas e de operação.

### 3.11 Gastos com Pessoal

Nesta rúbrica, analisamos os Gastos com Pessoal, que abrangem todas as remunerações e encargos sociais relacionados com os colaboradores da empresa, distinguindo-se entre a Gerência e os trabalhadores operacionais. Esta distinção é importante para aplicar corretamente as diferentes taxas de Segurança Social e outros encargos associados (IAPMEI, 2016a).

A tabela abaixo apresenta os Gastos com o Pessoal deste projeto:

*Tabela 7 Gastos com Pessoal*

Categoria	N.º de Trabalhadores	Remuneração Base Anual
Gerência	1	42 000€
Operacionais	3	63 000€
Outros	1	16 800€
Total	5	121 800€

*Tabela 8 Outros Gastos com Pessoal:*

Descrição	Valor Anual (2025 a 2034)
Segurança Social (TSU Empresa)	28 928€
Segurança Social (TSU Colaboradores)	13 398€
IRS	23 142€
Fundos de Compensação	91€
Seguros de Acidente de Trabalho	1 523€
Outros Gastos (Formação, HST, EPI)	2 400€
Total Outros Gastos	69 482€

Total Gastos com Pessoal: 164 401€ por ano

### 3.11.1 Análise dos Gastos com Pessoal

Os Gastos com Pessoal incluem as remunerações fixas dos trabalhadores, encargos sociais obrigatórios, e outras despesas relacionadas com o bem-estar e segurança dos colaboradores. O número total de colaboradores é de cinco, composto por um elemento na gerência, três operacionais e um em outras funções auxiliares. Esta estrutura permite uma operação eficiente e ajustada às necessidades do negócio.

#### 3.11.1.1 Estrutura do Quadro de Pessoal:

- Gerência: Compreende a administração do projeto, responsável pela gestão estratégica e operacional, com uma remuneração anual de 42 000€.

- Operacionais: Estes colaboradores são cruciais para a operação diária, assegurando o atendimento ao cliente, manutenção das instalações e outros serviços essenciais, com um custo anual de 63 000€.
- Outros: Inclui funções de apoio adicionais, somando um custo anual de 16 800€.
- Remunerações e Outros Encargos: A remuneração base totaliza 121 800€ anuais, enquanto os encargos adicionais, como a Segurança Social, IRS e Seguros de Acidente de Trabalho, elevam os custos totais com pessoal para 164 401€ anuais. Os encargos sociais, nomeadamente a TSU da empresa, representam uma fatia significativa dos custos adicionais, com um valor anual de 28 928€, refletindo a importância de cumprir com as obrigações legais em termos de contribuições sociais.
- Subsídios e Outros Benefícios: Os colaboradores recebem subsídios de alimentação, com um valor anual de 9 240€, contribuindo para o bem-estar dos trabalhadores e incentivando a produtividade. Adicionalmente, foram considerados gastos com formação, higiene e segurança no trabalho, e equipamentos de proteção individual (EPI), essenciais para garantir um ambiente de trabalho seguro e em conformidade com as normas regulatórias.
- Impacto no Projeto: Os custos com pessoal representam uma parcela significativa dos gastos operacionais do projeto, refletindo a dependência de mão-de-obra qualificada para a prestação dos serviços propostos. A gestão eficiente destes custos, mantendo a motivação e a produtividade dos colaboradores, será crucial para o sucesso do projeto.

### 3.12 Investimento

Investir implica trocar a satisfação imediata e segura, traduzida em consumo presente, por uma satisfação futura potencialmente superior, refletida num consumo mais elevado. O investimento permite a produção de bens e serviços, contribuindo para a criação de riqueza e dinamização da atividade económica, sendo crucial para um crescimento económico sustentado. Segundo Ribeiro et al. (2009), para que as empresas se tornem mais competitivas, é essencial a posse de um conjunto de ativos, tanto tangíveis como intangíveis, que permitam uma melhoria contínua e integração na sua operação.

A tabela abaixo apresenta os Ativos Fixos Tangíveis e Intangíveis do projeto:

*Tabela 9 Ativo Fixo*

Investimento	Valor (€)
Ativos fixos tangíveis	
Edifícios e Outras Construções	135 000
Equipamento Básico	90 000
Equipamento Ligeiro	45 000
Equipamento de Transporte	85 000
Equipamento Administrativo	10 000
Outros Ativos Fixos Tangíveis	5 000
Total Ativos Fixos Tangíveis	370 000

### Ativos Fixos Tangíveis

Os ativos fixos tangíveis, de acordo com Hitt, Ireland e Hoskisson (2003), referem-se a bens físicos que podem ser vistos e facilmente quantificados, tais como edifícios, equipamentos de produção e veículos. Estes ativos foram orçamentados com base em propostas de mercado e avaliações de qualidade dos materiais, considerando também o tempo de instalação.

Para este projeto, o investimento total em ativos fixos tangíveis é de 370.000€. Este valor distribui-se entre diferentes categorias de ativos, essenciais para o funcionamento da unidade de alojamento:

- Edifícios e Outras Construções: Com um investimento de 135.000€, este valor inclui as infraestruturas principais como alojamentos, receção e áreas de apoio.
- Equipamento Básico: Orçado em 90.000€, este inclui elementos indispensáveis para a operação, como mobiliário, equipamento de cozinha e utensílios para os serviços de alojamento.
- Equipamento Ligeiro: Com um custo de 45.000€, este inclui pequenos equipamentos necessários para manutenção e operação diárias.
- Equipamento de Transporte: Investimento de 85.000€ destinado à aquisição de veículos para transporte de hóspedes e logística interna, essenciais para garantir a mobilidade dentro do espaço.
- Equipamento Administrativo: Avaliado em 10.000€, abrange os sistemas de gestão, incluindo computadores, impressoras e outros dispositivos eletrónicos necessários para a operação administrativa.

- Outros Ativos Fixos Tangíveis: Com um custo de 5.000€, incluem mobiliário adicional e outros itens tangíveis que suportam a operação.

### Depreciações e Amortizações

A depreciação dos ativos tangíveis reflete o desgaste natural dos bens ao longo do tempo, enquanto a amortização se refere à diminuição do valor de ativos intangíveis devido à sua utilização contínua (Silva & Pereira, 2014).

*Tabela 10 Taxas de Depreciações e Amortizações*

Ativos Fixos Tangíveis	Taxa de Depreciação (%)
Edifícios e Outras Construções	5%
Equipamento Básico	12,5%
Equipamento Ligeiro	20%
Equipamento de Transporte	25%
Equipamento Administrativo	20%
Outros Ativos Fixos Tangíveis	20%

As taxas de depreciação e amortização aplicadas são calculadas com base na vida útil estimada dos ativos. Por exemplo, a taxa de 5% aplicada aos edifícios e outras construções corresponde a uma vida útil de 20 anos, enquanto a taxa de 25% para equipamentos de transporte assume uma vida útil de 4 anos. Estes cálculos são fundamentais para a correta gestão do valor dos ativos ao longo do tempo, garantindo uma previsão precisa dos custos associados à operação do negócio.

### 3.13 Fundo de manei

O fundo de manei constitui um indicador financeiro vital na avaliação da capacidade de uma empresa para gerir as suas operações diárias, garantindo que possui recursos suficientes para cobrir os passivos de curto prazo com os seus ativos correntes. Uma gestão eficaz do fundo de manei é essencial para assegurar a continuidade das atividades empresariais, evitando interrupções financeiras e minimizando a necessidade de financiamento externo. Segundo Teixeira, Galvão e Nunes (2020), uma boa gestão do fundo de manei equilibra as entradas e saídas de caixa, promovendo a estabilidade financeira da empresa.

Tabela 11 Fundo manei

Rubricas	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Necessidades de Fundo de Maneio	85.100€	13.258€	13.258€	13.258€	13.258€	13.258€	13.258€	13.258€	13.258€	13.258€
Clientes	0€	7.070€	7.070€	7.070€	7.070€	7.070€	7.070€	7.070€	7.070€	7.070€
Inventários	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€
EOEP (Estado e Outros Entes Públicos)	85.100€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€
IVA	85.100€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€

Esta análise permite avaliar a capacidade da empresa em gerir os seus recursos e necessidades de curto prazo. No ano de 2025, as necessidades de fundo de manei apresentam um valor inicial elevado de 85.100 €, o qual é significativamente reduzido para 13.258€ nos anos subsequentes. Esta redução indica uma estabilização das operações da empresa e uma maior eficiência na gestão dos recursos ao longo do tempo. O valor estabiliza a partir de 2026, mantendo-se constante até 2034.

Os componentes principais das necessidades de fundo de manei incluem os saldos com clientes e os créditos a receber do Estado e Outros Entes Públicos (EOEP), com destaque para o IVA. As necessidades iniciais são fortemente impulsionadas pelo impacto do IVA, resultando num fundo de manei negativo nos anos seguintes (-5.048€), o que sugere a necessidade de uma gestão rigorosa para evitar constrangimentos de liquidez.

Por outro lado, os recursos de fundo de manei advêm principalmente dos saldos com fornecedores e das obrigações para com o EOEP, que incluem o IRS, TSU e FCT. Estes recursos mantêm um valor estável de 18.306€ anuais, refletindo uma gestão prudente dos passivos de curto prazo.

A variação do fundo de manei demonstra um ajuste significativo no primeiro ano (85.100€), seguido por uma variação negativa de -5.048€ nos anos subsequentes. Esta variação negativa contínua sublinha a necessidade de uma vigilância constante sobre a liquidez e a gestão de crédito, para assegurar que a empresa possa continuar as suas operações sem a necessidade de recorrer a recursos adicionais.

### 3.14 Financeiro

Nesta rúbrica, encontramos o financiamento do projeto, que deve sempre cumprir a regra do equilíbrio financeiro, ou seja, assegurar que as necessidades de médio e longo prazo sejam sustentadas de forma adequada pelas fontes de financiamento correspondentes, conforme recomendado pelo IAPMEI (2016a).

A tabela seguinte apresenta os dados financeiros e de avaliação do projeto:

Tabela 12 Avaliação do Projeto e Financiamento

Indicadores	Pós Financiamento	Pós Financiamento	Pré Financiamento	Pré Financiamento	Investidor	Investidor
	Considera Valor Residual	Considera Perpetuidade	Considera Valor Residual	Considera Perpetuidade	Considera Valor Residual	Considera Perpetuidade
VAL (Valor Atualizado Líquido)	85.581€	879.237€	6.377€	294.085€	51.101€	155.477€
TIR (Taxa Interna de Rentabilidade)	9%	25%	9%	20%	20%	28%
Payback (Período de Recuperação)	8,0 anos	8,0 anos	9,8 anos	9,1 anos	5,7 anos	5,7 anos
Valor Residual (VR)	8.452€	-	8.452€	-	8.452€	-
Valor da Perpetuidade	-	1.209.625€	-	633.323€	-	235.145€

Tabela 13 Ponto Crítico do Projeto

Ano	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Total Custos Fixos e Variáveis	-	295.177€	295.177€	295.177€	295.177€	294.757€	294.757€	294.757€	294.757€	294.757€
Total Custos Fixos	-	203.401€	203.401€	203.401€	203.401€	203.401€	203.401€	203.401€	203.401€	203.401€
Total Custos Variáveis	-	91.776€	91.776€	91.776€	91.776€	91.356€	91.356€	91.356€	91.356€	91.356€
Vendas Anuais	-	347.760€	347.760€	347.760€	347.760€	347.760€	347.760€	347.760€	347.760€	347.760€
Ponto Crítico de Vendas (valor)	#DIV/0!	276.325€	276.325€	276.325€	276.325€	275.873€	275.873€	275.873€	275.873€	275.873€
Margem de Segurança (valor)	#DIV/0!	71.435€	71.435€	71.435€	71.435€	71.887€	71.887€	71.887€	71.887€	71.887€

Tabela 14 Financeiros do Projeto

Indicadores Financeiros	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Margem Operacional	#DIV/0!	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Margem Líquida	-	-	-	-	6%	8%	8%	9%	11%	-
Rentabilidade do Ativo	-	-	-	-	6%	8%	8%	9%	12%	-
Turnover do Ativo	0%	76%	83%	90%	99%	102%	103%	104%	104%	101%
ROIC (Rentabilidade do Capital Investido)	0%	2%	3%	3%	3%	9%	11%	11%	11%	13%
ROE (Rentabilidade do Capital Próprio)	-	-	-	-	15%	17%	15%	13%	15%	-
Liquidez Geral	224%	289%	331%	377%	426%	476%	517%	560%	605%	1745%
Autonomia Financeira	29%	28%	29%	31%	33%	40%	49%	58%	67%	77%
Endividamento	71%	72%	71%	69%	67%	60%	51%	42%	33%	23%
Solvabilidade	140%	139%	141%	145%	150%	167%	195%	236%	300%	427%

Nesta secção, destacam-se os principais indicadores de avaliação financeira, como o Valor Atualizado Líquido (VAL), Taxa Interna de Rentabilidade (TIR) e o Payback, que demonstram a viabilidade e rentabilidade do projeto ao longo do tempo. O VAL pré e pós-financiamento, bem como o retorno para o investidor, mostram um projeto com potencial de crescimento e retorno sobre o investimento.

Adicionalmente, o ponto crítico de vendas reflete a necessidade mínima de receitas para cobrir os custos fixos e variáveis, enquanto os rácios financeiros evidenciam a robustez e capacidade de liquidez do negócio, sustentando a sua viabilidade e sustentabilidade ao longo do horizonte de projeção.

Os valores apresentados no quadro de financiamento e avaliação do projeto da "Quinta da Ruína" fornecem uma visão abrangente da viabilidade financeira do investimento, analisando-o sob diferentes perspetivas: pós-financiamento, pré-financiamento e do ponto de vista do investidor. Vamos analisar cada um dos principais indicadores:

### 3.14.1 Valor Atualizado Líquido (VAL)

- Pós-Financiamento:

- Com Valor Residual: 85.581€
- Com Perpetuidade: 879.237€

O VAL pós-financiamento é positivo, tanto considerando o valor residual quanto a perpetuidade, indicando que o projeto é rentável e gera valor acima do custo de capital. A considerável diferença entre o VAL com perpetuidade e com valor residual sugere que a continuidade do projeto tem um impacto significativo na rentabilidade a longo prazo.

- Pré-Financiamento:
  - Com Valor Residual: 6.377€
  - Com Perpetuidade: 294.085€

O VAL pré-financiamento apresenta valores mais modestos, especialmente ao considerar apenas o valor residual, refletindo a sensibilidade do projeto aos efeitos de financiamento e estrutura de capital. A inclusão da perpetuidade melhora substancialmente o VAL, o que reflete o impacto positivo da continuação do projeto.

- Investidor:
  - Com Valor Residual: 51.101€
  - Com Perpetuidade: 155.477€

Para o investidor, o VAL é atrativo, especialmente com a perpetuidade, indicando um bom retorno sobre o investimento. Este dado é importante para captar interesse de investidores externos, demonstrando um retorno robusto em cenários de longo prazo.

### 3.14.2 Taxa Interna de Rentabilidade (TIR)

- Pós-Financiamento:
  - Com Valor Residual: 9%
  - Com Perpetuidade: 25%

A TIR pós-financiamento é considerável, especialmente no cenário de perpetuidade, situando-se bem acima do custo médio ponderado de capital (WACC), indicando um forte potencial de geração de retorno.

- Pré-Financiamento:
  - Com Valor Residual: 9%
  - Com Perpetuidade: 20%

A TIR pré-financiamento é inferior a pós-financiamento, destacando a importância do financiamento estruturado na maximização da rentabilidade do projeto. No entanto, os valores ainda indicam um retorno positivo.

- Investidor:

- Com Valor Residual: 20%
- Com Perpetuidade: 28%

Para os investidores, a TIR é particularmente atrativa, especialmente com a perpetuidade, indicando um retorno elevado que pode justificar o risco do investimento.

### 3.14.3 Payback (Período de Recuperação de Capital)

- Pós-Financiamento: 8 anos
- Pré-Financiamento: Entre 9,1 e 9,8 anos
- Investidor: 5,7 anos

O período de recuperação do capital investido é relativamente longo para a empresa como um todo (8 a 9,8 anos), o que pode ser um ponto de atenção em termos de liquidez e capacidade de resposta a obrigações financeiras. Para os investidores, o payback é mais curto (5,7 anos), o que reforça a atratividade do projeto sob a ótica do retorno de investimento.

### 3.14.4 Rácios Financeiros

- Rentabilidade do Negócio: A margem operacional estabiliza em 20%, enquanto a margem líquida e a rentabilidade do ativo melhoram ao longo do tempo, atingindo 11% e 12%, respectivamente, em 2034. Estes indicadores sugerem uma gestão eficiente dos custos e uma capacidade crescente de geração de lucros.
- Atividade Operacional: O turnover do ativo apresenta um crescimento contínuo, indicando uma boa utilização dos ativos na geração de receitas.
- Retorno (ROIC e ROE): O ROIC cresce de 2% para 13% ao longo dos anos, refletindo uma melhoria na eficiência do uso do capital investido. O ROE também demonstra um desempenho sólido, mantendo-se entre 13% e 17%, o que é promissor para os acionistas.
- Liquidez e Solvabilidade: Os rácios de liquidez e solvabilidade mostram uma trajetória positiva, com a liquidez geral aumentando substancialmente ao longo dos anos, atingindo 1.745% em 2034, e a solvabilidade crescendo para 427%. Estes rácios indicam uma crescente robustez financeira, com capacidade de enfrentar obrigações de curto e longo prazo.
- Endividamento: O endividamento reduz gradualmente de 71% para 23%, refletindo um fortalecimento da estrutura de capital com a diminuição da dependência de capital alheio.

### 3.15 Demonstração dos Resultados

A Demonstração de Resultados é um documento financeiro fundamental, pois sintetiza os resultados das operações financeiras de uma empresa, proporcionando uma visão detalhada dos proveitos e dos custos associados à sua atividade. Este relatório agrupa as contas que registam, num determinado exercício, os custos por natureza, incluindo tanto os associados à atividade regular da empresa quanto aqueles decorrentes de operações extraordinárias (Figueiredo, 2004)

A tabela seguinte apresenta a Demonstração de Resultados da "Quinta da Ruína" para os anos de 2025 a 2034:

Tabela 15 Demonstração de Resultados

Rubricas	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Vendas e Serviços prestados	347.760€	347.760€	347.760€	347.760€	347.760€	347.760€	347.760€	347.760€	347.760€	347.760€
Subsídios à Exploração	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Varição nos Inventários da Produção	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CMVMC	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FSE (Fornecimentos e Serviços Externos)	(130.776€)	(130.776€)	(130.776€)	(130.776€)	(130.776€)	(130.776€)	(130.776€)	(130.776€)	(130.776€)	(130.776€)
Gastos com o Pessoal	(164.401€)	(164.401€)	(163.981€)	(163.981€)	(163.981€)	(163.981€)	(163.981€)	(163.981€)	(163.981€)	(163.981€)
Imparidade de Dívidas a Receber (Perdas/Reversões)	(35€)	(35€)	(35€)	(35€)	(35€)	(35€)	(35€)	(35€)	(35€)	(35€)
Outros Rendimentos	24.343€	24.939€	25.042€	25.156€	25.278€	25.401€	25.501€	25.607€	25.719€	25.719€
Outros Gastos	(8.694€)	(8.694€)	(8.694€)	(8.694€)	(8.694€)	(8.694€)	(8.694€)	(8.694€)	(8.694€)	(8.694€)
EBITDA	68.197€	68.793€	69.315€	69.429€	69.551€	69.674€	69.775€	69.880€	69.992€	69.992€
Gastos/Reversões de Depreciação e Amortização	(58.000€)	(58.000€)	(58.000€)	(58.000€)	(36.750€)	(24.750€)	(24.750€)	(24.750€)	(13.500€)	(13.500€)
EBIT (Resultado Operacional)	10.197€	10.793€	11.315€	11.429€	32.801€	44.924€	45.025€	45.130€	56.492€	56.492€
Juros e Gastos Similares Suportados	(16.120€)	(16.782€)	(16.120€)	(14.508€)	(12.896€)	(11.284€)	(9.672€)	(8.060€)	(6.448€)	(4.836€)
EBT (Resultado Antes de Impostos)	(16.120€)	(6.586€)	(5.327€)	(3.193€)	(1.467€)	21.517€	35.252€	36.965€	38.682€	51.656€
Imposto	-	-	-	-	-	(1.485€)	(7.761€)	(8.502€)	(8.897€)	(11.881€)
Resultado Líquido	(16.120€)	(6.586€)	(5.327€)	(3.193€)	(1.467€)	20.032€	27.492€	28.463€	29.785€	39.775€

Fonte: Adaptado do FINICIA-IAPMEI

A Demonstração de Resultados da "Quinta da Ruína" mostra um crescimento gradual e positivo ao longo dos anos de operação, com uma estabilização nas vendas e serviços prestados, que se mantêm constantes em 347.760€ anualmente.

EBITDA: A margem EBITDA mantém-se estável e positiva ao longo do período, começando com 68.197€ em 2026 e crescendo ligeiramente até 69.992€ em 2034. Este indicador positivo sugere que a empresa consegue gerar lucros operacionais antes de depreciações, amortizações e impostos, refletindo uma boa eficiência operacional.

EBIT: O Resultado Operacional (EBIT) também mostra uma trajetória ascendente, passando de 10.197€ em 2026 para 56.492€ em 2034, indicando uma capacidade crescente de gerar lucro operacional após depreciações e amortizações. A diminuição das depreciações ao longo dos anos contribui significativamente para a melhoria do EBIT.

Resultado Antes de Impostos (EBT): Embora o EBT seja negativo nos primeiros anos, a partir de 2030 começa a mostrar um resultado positivo, refletindo uma melhoria significativa na gestão financeira e na estrutura de custos da empresa.

Resultado Líquido: O resultado líquido segue a mesma tendência do EBT, com valores negativos nos primeiros anos, mas tornando-se positivo a partir de 2030, alcançando 39.775€ em 2034. Este crescimento do lucro líquido demonstra a viabilidade e sustentabilidade do negócio a longo prazo.

Impostos: A carga fiscal é aplicada a partir de 2030, quando o EBT se torna positivo. A aplicação de impostos reduz ligeiramente o resultado líquido, mas ainda permite à empresa manter uma trajetória de crescimento.

### 3.16 Cash Flows

A rúbrica de Cash Flow, ou fluxo de caixa, é fundamental para a gestão financeira de uma empresa, pois permite visualizar a entrada e saída de dinheiro ao longo do tempo, proporcionando uma visão clara da liquidez da organização. Segundo o IAPMEI (2016), o Cash Flow reflete a capacidade da empresa de gerar dinheiro suficiente para cobrir suas operações, pagar dívidas e realizar novos investimentos.

Tabela 16 Cash Flow da Quinta da Ruína

Rubricas	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Cash Flow Operacional	-	157.253€	67.666€	68.189€	68.302€	66.940€	60.787€	60.146€	59.857€	56.985€
Inflow	-	470.999€	399.719€	399.821€	399.935€	400.057€	400.180€	400.281€	400.386€	400.498€
Clientes (Ano Corrente)	-	361.556€	361.521€	361.521€	361.521€	361.521€	361.521€	361.521€	361.521€	361.521€
Outros Créditos a Receber	-	24.343€	24.939€	25.042€	25.156€	25.278€	25.401€	25.501€	25.607€	25.719€
EOEP (Ano Anterior)	-	85.100€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€
Outflow	-	313.746€	332.052€	331.632€	331.632€	333.117€	339.393€	340.134€	340.529€	343.513€
Fornecedores (Ano Corrente)	-	151.451€	151.451€	151.451€	151.451€	151.451€	151.451€	151.451€	151.451€	151.451€
Gastos com Pessoal	-	96.443€	96.443€	96.023€	96.023€	96.023€	96.023€	96.023€	96.023€	96.023€
EOEP	-	-	3.306€	3.306€	3.306€	3.306€	3.306€	3.306€	3.306€	3.306€
Outros Gastos	-	8.694€	8.694€	8.694€	8.694€	8.694€	8.694€	8.694€	8.694€	8.694€
Cash Flow de Financiamento	443.880€	(38.002€)	(47.120€)	(45.508€)	(43.896€)	(42.284€)	(40.672€)	(39.060€)	(37.448€)	(35.836€)
Inflow	460.000€	(0€)	0€	0€	0€	(0€)	0€	0€	(0€)	-
Outflow	16.120€	38.002€	47.120€	45.508€	43.896€	42.284€	40.672€	39.060€	37.448€	35.836€
Cash Flow de Investimento	(455.100€)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ativos Fixos	455.100€	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cash no início do ano	0€	10.000€	129.251€	149.797€	172.478€	196.884€	221.540€	241.655€	262.741€	285.150€
Cash no final do ano	(11.220€)	129.251€	149.797€	172.478€	196.884€	221.540€	241.655€	262.741€	285.150€	306.298€
Necessidades de Tesouraria	21.220€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€

Fonte: Elaboração própria

O Cash Flow operacional da "Quinta da Ruína" demonstra uma geração de caixa positiva ao longo do período analisado, com valores crescendo gradualmente a partir de 67.666€ em 2026 até 56.985€ em 2034. A variação positiva é um reflexo de uma operação eficiente e de um controle adequado dos custos operacionais, apesar de uma ligeira diminuição do cash flow operacional nos anos finais devido à estabilização das receitas e controle de despesas.

Cash Flow de Financiamento: O Cash Flow de Financiamento inicia-se com um valor positivo significativo de 443.880€ em 2025 devido a um influxo de capital e financiamentos externos no início do projeto. Ao longo dos anos seguintes, verifica-se uma saída constante de fundos atribuída principalmente ao pagamento de amortizações de dívidas e juros, que diminui gradualmente de 38.002€ em 2026 para 35.836€ em 2034.

Cash Flow de Investimento: Em 2025, houve um investimento significativo de 455.100€ em ativos fixos, refletindo os esforços iniciais para estabelecer a infraestrutura necessária para a operação da "Quinta da Ruína". Não há investimentos adicionais previstos nos anos subsequentes, o que indica que o montante inicial foi considerado suficiente para sustentar a operação ao longo do tempo.

Cash Flow acumulado: O Cash Flow acumulado mostra uma recuperação estável após o investimento inicial, com o saldo de caixa passando de negativo (-11.220€) em 2025 para positivo em 2026 e continuando a aumentar até atingir 306.298€ em 2034. Esta trajetória de crescimento sugere que a empresa é capaz de gerar caixa suficiente para suportar suas operações e financiar futuras expansões ou reembolsos de dívida.

### 3.17 Ponto Crítico

O ponto crítico de uma empresa representa o volume mínimo de vendas necessário para cobrir todos os custos fixos e variáveis, sem gerar lucro nem prejuízo. Esse indicador é essencial para avaliar a viabilidade e a sustentabilidade financeira do negócio, ajudando a determinar a quantidade de vendas que deve ser alcançada para que a empresa se mantenha operacional.

*Tabela 17 Ponto Crítico da Quinta da Ruína*

Rubricas	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Total Custos Fixos e Variáveis	-	295.177€	295.177€	295.177€	295.177€	294.757€	294.757€	294.757€	294.757€	294.757€
Total Custos Fixos	-	203.401€	203.401€	203.401€	203.401€	203.401€	203.401€	203.401€	203.401€	203.401€
Total Custos Variáveis	-	91.776€	91.776€	91.776€	91.776€	91.356€	91.356€	91.356€	91.356€	91.356€
Vendas Anuais	-	347.760€	347.760€	347.760€	347.760€	347.760€	347.760€	347.760€	347.760€	347.760€
Ponto Crítico de Vendas	#DIV/0!	276.325€	276.325€	276.325€	276.325€	275.873€	275.873€	275.873€	275.873€	275.873€
Margem de Segurança	#DIV/0!	71.435€	71.435€	71.435€	71.435€	71.887€	71.887€	71.887€	71.887€	71.887€

Fonte: Elaboração própria

A análise do ponto crítico de vendas da "Quinta da Ruína" revela que o volume mínimo de vendas necessário para cobrir os custos fixos e variáveis mantém-se relativamente estável ao longo dos anos, variando ligeiramente entre 276.325€ e 275.873€. Este comportamento demonstra que a empresa está a conseguir manter uma estrutura de custos relativamente constante, sem grandes variações nos valores de despesas fixas e variáveis.

**Margem de Segurança:** A margem de segurança, que indica o montante adicional de vendas acima do ponto crítico, varia entre 71.435€ e 71.887€ ao longo dos anos. Uma margem de segurança positiva e consistente indica que a "Quinta da Ruína" tem um buffer financeiro que permite absorver possíveis variações nas vendas sem cair abaixo do ponto crítico, o que reforça a sustentabilidade e a viabilidade do projeto.

### 3.18 Balanço

O Balanço é um relatório financeiro essencial que reflete a situação patrimonial da empresa em determinado momento, fornecendo uma visão clara sobre o ativo, o passivo e o capital próprio. Através do balanço, é possível avaliar a riqueza da empresa, o capital investido, a capacidade de geração de lucros e a solidez financeira ao longo do tempo.

O ativo não corrente, como se poderá analisar no quadro seguinte, é composto essencialmente por ativos fixos tangíveis, mostra uma tendência de depreciação ao longo dos anos, refletindo o uso e desgaste desses bens. Não há presença de ativos intangíveis, o que indica que os investimentos estão principalmente concentrados em ativos físicos e financeiros. O aumento gradual do ativo corrente, especialmente dos depósitos bancários, demonstra uma acumulação de liquidez ao longo dos anos, evidenciando uma gestão prudente dos recursos financeiros da empresa

*Tabela 18 Ativo*

Rubricas	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Ativo Não Corrente	370.000€	313.127€	256.253€	199.380€	142.507€	106.883€	83.260€	59.637€	36.013€	23.640€
Ativos fixos tangíveis	370.000€	312.000€	254.000€	196.000€	138.000€	101.250€	76.500€	51.750€	27.000€	13.500€
Ativos intangíveis	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros investimentos financeiros	-	1.127€	2.253€	3.380€	4.507€	5.633€	6.760€	7.887€	9.013€	10.140€
Ativo Corrente	95.100€	142.474€	163.020€	185.701€	210.107€	234.763€	254.878€	275.964€	298.373€	319.521€
Inventários	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Clientes	-	7.034€	7.034€	7.034€	7.034€	7.034€	7.034€	7.034€	7.034€	7.034€
EOEP (Estado e Outros Entes Públicos)	85.100€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€	6.189€
Caixa e Depósitos Bancários	10.000€	129.251€	149.797€	172.478€	196.884€	221.540€	241.655€	262.741€	285.150€	306.298€
Total do Ativo	465.100€	455.601€	419.273€	385.081€	352.614€	341.646€	338.138€	335.601€	334.386€	343.161€

O capital próprio mostra uma recuperação ao longo do tempo, especialmente a partir do ano de 2030, onde se observam resultados líquidos positivos, refletindo uma melhoria operacional. A acumulação de reservas legais a partir de 2031 também contribui para o fortalecimento da estrutura de capital da empresa. Apesar de uma ligeira diminuição inicial nos resultados transitados, o capital próprio recupera, evidenciando a resiliência financeira do projeto.

*Tabela 19 Capital Proprio*

Rubricas	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Capital Próprio	133.880€	127.294€	121.967€	118.775€	117.308€	137.340€	164.831€	193.294€	223.080€	262.855€
Capital Social	150.000€	150.000€	150.000€	150.000€	150.000€	150.000€	150.000€	150.000€	150.000€	150.000€
Prestações Suplementares	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Resultados Transitados	-	(16.120€)	(22.706€)	(28.033€)	(31.225€)	(32.692€)	(14.663€)	10.079€	35.696€	62.502€
Reservas Legais	-	-	-	-	-	-	2.003€	4.752€	7.599€	10.577€
Resultado Líquido	(16.120€)	(6.586€)	(5.327€)	(3.193€)	(1.467€)	20.032€	27.492€	28.463€	29.785€	39.775€

O passivo não corrente diminui gradualmente ao longo dos anos, evidenciando a amortização das dívidas de médio e longo prazo, o que é um sinal positivo de diminuição do risco financeiro da empresa. O passivo corrente mantém-se relativamente estável, com pequenas variações, o que sugere um controle consistente sobre as obrigações de curto prazo.

*Tabela 20 Passivo*

Rubricas	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Passivo Não Corrente	288.780€	279.000€	248.000€	217.000€	186.000€	155.000€	124.000€	93.000€	62.000€	62.000€
Financiamentos Obtidos (MLP)	288.780€	279.000€	248.000€	217.000€	186.000€	155.000€	124.000€	93.000€	62.000€	62.000€
Passivo Corrente	42.440€	49.306€	49.306€	49.306€	49.306€	49.306€	49.306€	49.306€	49.306€	18.306€
Fornecedores	-	8.780€	8.780€	8.780€	8.780€	8.780€	8.780€	8.780€	8.780€	8.780€
EOEP (Estado e Outros Entes Públicos)	-	9.527€	9.527€	9.527€	9.527€	9.527€	9.527€	9.527€	9.527€	9.527€
Financiamentos Obtidos (CP)	42.440€	31.000€	31.000€	31.000€	31.000€	31.000€	31.000€	31.000€	31.000€	-
Outras Dívidas a Pagar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

A soma do capital próprio e do passivo demonstra a estrutura global de financiamento da empresa. A redução gradual do total ao longo dos anos indica uma diminuição na dependência de capital externo, reforçando a solidez financeira e a capacidade de autofinanciamento da Quinta da Ruína. A trajetória positiva do capital próprio em contraste com a redução do passivo sugere que a empresa está a progredir na direção de uma maior autonomia financeira.

*Tabela 21 Total do Capital Próprio e Passivo*

Rubricas	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Total do Capital Próprio + Passivo	465.100€	455.601€	419.273€	385.081€	352.614€	341.646€	338.138€	335.601€	334.386€	343.161€

### 3.19 Principais indicadores

Nesta rubrica, a intenção é medir a rentabilidade que a empresa alcança nas suas vendas, após o pagamento de todos os gastos. Para tal, apresentam-se cinco tipos de

indicadores: Indicadores Económicos, Indicadores Económico-Financeiros, Indicadores Financeiros, Indicadores de Liquidez e Indicadores de Risco de Negócio.

#### Indicadores Económicos

A tabela seguinte apresenta os Indicadores Económicos da Quinta da Ruína:

*Tabela 22 Indicadores Económicos*

INDICADORES ECONÓMICOS	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Rentabilidade Líquida sobre as Vendas	-2%	-2%	-1%	-1%	0%	9%	12%	12%	12%	16%

Para medir a rentabilidade das operações, utilizamos a Rentabilidade Líquida sobre as Vendas, que apresenta valores negativos nos primeiros anos, refletindo os desafios iniciais do projeto. A partir de 2029, a empresa atinge a rentabilidade líquida positiva, com um aumento contínuo até 16% em 2034, demonstrando uma melhoria significativa na gestão dos custos e um crescimento sustentável das vendas.

#### Indicadores Económico-Financeiros

*Tabela 23 Indicadores Económico-Financeiros:*

INDICADORES ECONÓMICO-FINANCIEROS	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Return On Investment (ROI)	-2%	-2%	-1%	-1%	0%	7%	10%	10%	10%	14%
Rendibilidade do Ativo	-3%	-1%	-1%	-1%	0%	6%	8%	8%	9%	11%
Rotação do Ativo	75%	83%	90%	99%	102%	103%	104%	104%	101%	102%
Rendibilidade dos Capitais Próprios (ROE)	-12%	-5%	-4%	-3%	-1%	15%	17%	15%	13%	15%

Nos Indicadores Económico-Financeiros, observa-se uma melhoria progressiva na rentabilidade ao longo do tempo. O ROI e o ROE começam negativos, refletindo o impacto inicial dos investimentos, mas tornam-se positivos a partir de 2029, indicando um aumento na eficiência do uso dos capitais e dos ativos da empresa. A rotação do ativo mantém-se estável, destacando a eficácia na utilização dos recursos para gerar receitas.

## Indicadores Financeiros

A tabela seguinte apresenta os Indicadores Financeiros:

*Tabela 24 Indicadores Financeiros*

INDICADORES FINANCEIROS	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Autonomia Financeira	29%	28%	29%	31%	33%	40%	49%	58%	67%	77%
Solvabilidade Total	140%	139%	141%	145%	150%	167%	195%	236%	300%	427%

Nos Indicadores Financeiros, observa-se uma evolução positiva da Autonomia Financeira, que passa de 29% em 2025 para 77% em 2034. Isto sugere que a empresa está a aumentar gradualmente a proporção dos seus ativos financiados por capitais próprios, reduzindo a dependência de capital alheio. A Solvabilidade Total também demonstra uma melhoria contínua, o que reforça a capacidade da Quinta da Ruína em honrar as suas obrigações financeiras, mesmo em cenários adversos.

## Indicadores de Liquidez

*Tabela 25 Indicadores de Liquidez*

INDICADORES DE LIQUIDEZ	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Liquidez Corrente	2,24	2,89	3,31	3,77	4,26	4,76	5,17	5,60	6,05	17,45
Liquidez Reduzida	2,24	2,89	3,31	3,77	4,26	4,76	5,17	5,60	6,05	17,45

Nos Indicadores de Liquidez, tanto a Liquidez Corrente quanto a Liquidez Reduzida mostram uma tendência de crescimento, indicando que a empresa possui capacidade crescente para liquidar os seus passivos de curto prazo com os ativos correntes disponíveis. Esta trajetória positiva sugere uma robustez financeira que permite à empresa suportar as suas obrigações de curto prazo com mais segurança.

## Indicadores de Risco de Negócio

Tabela 26 Indicadores de Risco de Negócio

INDICADORES DE RISCO DE NEGÓCIO	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Margem Bruta	-	52.583€	52.583€	52.583€	52.583€	52.003€	52.003€	52.003€	52.003€	52.003€
Grau de Alavanca Operacional	75%	83%	90%	99%	102%	103%	104%	104%	101%	102%
Grau de Alavanca Financeira	71%	72%	71%	69%	67%	60%	51%	42%	33%	23%

Os Indicadores de Risco de Negócio mostram uma Margem Bruta estável ao longo dos anos, refletindo uma consistência na geração de receitas brutas. O Grau de Alavanca Operacional e Financeira demonstra um controlo eficaz sobre os custos fixos e variáveis, com uma gestão que visa manter a estabilidade e reduzir os riscos associados ao financiamento externo.

### 3.20 Avaliação de investimento

Neste capítulo, avaliamos a viabilidade económica e financeira do projeto Quinta da Ruína através de três critérios de avaliação de investimentos: Valor Atual Líquido (VAL), Taxa Interna de Rentabilidade (TIR) e Período de Recuperação do Investimento (Payback Period).

O VAL (Valor Atual Líquido) permite-nos determinar quanto o investidor consegue aumentar a sua riqueza caso opte por realizar o investimento, recuperando o capital investido e remunerando-o à taxa anual exigida, sobrando ainda o VAL como excedente (Silva & Queirós, 2013).

A TIR (Taxa Interna de Rentabilidade) de um projeto é a taxa de atualização dos cash flows que faz com que o VAL seja igual a zero, indicando a máxima taxa que o investidor pode exigir ao projeto sem o tornar inviável (Silva & Queirós, 2013).

O Payback Period é o tempo necessário para recuperar o capital investido, considerando os cash flows líquidos atualizados (Silva & Queirós, 2013).

Avaliação na Perspetiva do Projeto

Tabela 27 Avaliação na Perspetiva do Projeto

Projeto (CP = 100%)	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Free Cash Flow to Firm	-455 100€	157 253€	67 666€	68 189€	68 302€	66 940€
Taxa de atualização	10%	10%	10%	10%	10%	10%
Fator de atualização	1.00	1.10	1.21	1.33	1.46	1.61
Fluxos atualizados	-455 100€	142 957€	61 515€	57 444€	53 982€	48 283€
Fluxos atualizados acumulados	-455 100€	-312 143€	-250 628€	-193 184€	-139 202€	-90 919€
Valor Atual Líquido (VAL)	85 581€					
Taxa Interna de Rentabilidade (TIR)	9%					
Payback Period	8 anos					

Na perspetiva do projeto (CP=100%), verificamos:

- O VAL, calculado com os Cash Flows atualizados a uma taxa de 10%, é igual a 85.581€. Este resultado indica que os fluxos gerados pelo projeto cobrem o investimento inicial e ainda geram um excedente à taxa de atualização indicada, confirmando a viabilidade do projeto, dado que o VAL é superior a zero.
- A TIR é de 9%, representando a taxa que iguala o VAL a zero. Isto significa que o projeto é viável para uma taxa de retorno exigida até 9%, já que, com esta taxa, o VAL ainda não é negativo.
- O Payback Period é de 8 anos, sugerindo que o valor investido será totalmente recuperado ao longo do oitavo ano do projeto

Avaliação na Perspetiva do Investidor

Tabela 28 Avaliação na Perspetiva do Investidor

Investidor	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Free Cash Flow do Equity	-455 100€	157 253€	67 666€	68 189€	68 302€	66 940€
Taxa de juro de ativos sem risco	0,80%	0,80%	0,80%	0,80%	0,80%	0,80%
Prémio de risco de mercado	9,20%	9,20%	9,20%	9,20%	9,20%	9,20%
Taxa de Atualização	10%	10%	10%	10%	10%	10%
Fator de atualização	1.00	1.10	1.21	1.33	1.46	1.61
Fluxos atualizados	-455 100€	142 957€	61 515€	57 444€	53 982€	48 283€
Fluxos atualizados acumulados	-455 100€	-312 143€	-250 628€	-193 184€	-139 202€	-90 919€
Valor Atual Líquido (VAL)	51 101€					
Taxa Interna de Rentabilidade (TIR)	20%					
Payback Period	5,7 anos					

Na perspetiva do investidor, concluímos:

- O VAL, calculado com os Free Cash Flows atualizados a uma taxa de 10%, é de 51.101€. Este valor indica que os fluxos gerados pela exploração do projeto cobrem integralmente o investimento inicial e ainda geram um excedente à taxa de atualização utilizada. Assim, o projeto é viável nesta perspetiva, pois o VAL é maior que zero.
- A TIR é de 20%, representando a taxa que torna o VAL igual a zero. Isto demonstra que o projeto exigiria uma rentabilidade de até 20% para continuar viável, uma vez que os Cash Flows atualizados com a TIR ainda resultam num VAL de zero.
- O Payback Period é de aproximadamente 5,7 anos, o que indica que o investimento inicial será recuperado durante o sexto ano do projeto.

### 3.21 Análise de sensibilidade

Este capítulo avalia a viabilidade do projeto Quinta da Ruína considerando alterações nos pressupostos fundamentais. O objetivo é antecipar ações necessárias e os recursos a utilizar caso ocorram mudanças em determinadas circunstâncias. A análise de sensibilidade é uma ferramenta essencial para os gestores avaliarem diferentes cenários e tomarem decisões informadas sobre possíveis soluções para os desafios que possam surgir. De acordo com Colin (2013, p. 74), a análise de sensibilidade examina "os efeitos

ocasionados no modelo caso seus parâmetros mudem", permitindo assim uma gestão proativa e ajustável.

#### Redução Direta no Valor do Volume de Negócios

A primeira parte da análise de sensibilidade foca-se na variação direta do Volume de Negócios. A tabela abaixo demonstra o impacto de uma redução no volume de negócios em 10% e 7% nas principais métricas financeiras: Valor Atual Líquido (VAL), Taxa Interna de Rentabilidade (TIR) e Período de Recuperação do Investimento (Payback Period - PBP)

*Tabela 29 Análise da Sensibilidade (Redução Direta no Valor do Volume de Negócios)*

Rubricas	VAL	TIR	PBP
Redução no Valor do VN	-10%	-7%	-10%
Perspetiva do Projeto	-88.369€	75.098€	7,93%
Perspetiva do Investidor	601.856€	841.006€	16,49%

Fonte: Adaptado do FINICIA-IAPMEI

Após a análise, conclui-se que:

- Quebra de 10% no Volume de Negócios: Torna o projeto inviável sob a perspetiva do projeto, uma vez que o VAL se torna negativo (-88.369€), indicando que os fluxos de caixa gerados não são suficientes para cobrir o investimento inicial atualizado.
- Redução de 7% no Volume de Negócios: Apesar da diminuição, o projeto ainda apresenta um VAL positivo (75.098€), sugerindo que o investimento continua viável, pois ainda excede o custo de capital exigido.

#### 4 Redução na Taxa de Ocupação

A análise seguinte examina o impacto da redução na taxa de ocupação anual, considerando variações de 3% e 2%. Este indicador é especialmente relevante para o setor de alojamento, onde a taxa de ocupação é um fator crítico para o sucesso financeiro.

Tabela 30 Análise da Sensibilidade (Taxa de Ocupação Anual)

Rubricas	VAL	TIR	PBP
Redução na Taxa	-3%	-2%	-3%
Perspetiva do Projeto	-10.527€	41.367€	9,22%
Perspetiva do Investidor	715.737€	791.658€	17,86%

Fonte: Adaptado do FINICIA-IAPMEI

A análise indica que:

- Redução de 3% na Taxa de Ocupação: Torna o projeto inviável, pois o VAL se torna negativo (-10.527€), demonstrando que a diminuição na ocupação afeta significativamente a viabilidade do projeto.
- Redução de 2% na Taxa de Ocupação: Mesmo com a redução, o VAL permanece positivo (41.367€), sugerindo que o projeto ainda é viável, com fluxos de caixa suficientes para cobrir os custos do investimento.
- Conclusões da Análise de Sensibilidade

Com base nas análises acima, conclui-se que o projeto Quinta da Ruína tem uma sensibilidade significativa tanto às variações no volume de negócios quanto na taxa de ocupação:

- Redução Direta no Valor do Volume de Negócios:
  - O projeto não suporta uma redução de 10% no volume de negócios, tornando-se inviável com um VAL negativo.
  - O projeto suporta até uma redução de 7% no volume de negócios, mantendo um VAL positivo e, portanto, viável.
- Redução na Taxa de Ocupação:
  - O projeto não suporta uma redução de 3% na taxa de ocupação anual, resultando em um VAL negativo.
  - O projeto suporta uma redução de até 2% na taxa de ocupação, mantendo-se viável com fluxos de caixa suficientes.

Estes resultados sublinham a importância de estratégias robustas de gestão de vendas e marketing para assegurar níveis elevados de ocupação e evitar reduções drásticas no volume de negócios. Adicionalmente, estas análises permitem aos gestores prever cenários adversos e preparar planos de contingência para mitigar os riscos, garantindo a sustentabilidade e sucesso financeiro do projeto a longo prazo.

## CONCLUSÃO DO ESTUDO

A análise deste plano de negócio para a Quinta da Ruína confirma a relevância e o potencial da combinação entre o turismo de luxo e o bem-estar no contexto do espaço rural em Portugal. Atualmente, existe uma procura crescente por experiências que proporcionem equilíbrio físico e mental, aliadas ao conforto e à exclusividade. Nesse sentido, a Quinta da Ruína encontra-se numa posição privilegiada para captar um segmento de mercado com elevado poder de compra e exigente em termos de qualidade.

Com a oferta de 9 unidades de Glamping de luxo, integradas num cenário natural, e uma gama de serviços centrados no bem-estar – incluindo avaliações clínicas, programas nutricionais, *Reiki, Yoga e Pilates* – o projeto diferencia-se claramente dos concorrentes. Esta abordagem permite atrair um perfil de cliente que procura uma experiência holística, em que o luxo e a saúde caminham lado a lado.

Do ponto de vista económico-financeiro, a viabilidade da Quinta da Ruína é promissora. Ao optar por práticas de turismo responsável e parcerias com produtores locais, o projeto não só reduz custos operacionais como também se alinha com as tendências atuais do turismo sustentável. Este alinhamento é fundamental para a atratividade do empreendimento, uma vez que os turistas estão cada vez mais conscientes e valorizam a sustentabilidade nos seus destinos de viagem.

Além disso, a Quinta da Ruína irá contribuir diretamente para o desenvolvimento económico da região de Penafiel. A criação de emprego local e o incremento do fluxo turístico são fatores que terão um impacto positivo na comunidade.

A localização da quinta é estratégica. A proximidade a infraestruturas como o Parque Termal de São Vicente e a natureza envolvente oferecem aos visitantes uma experiência completa, aumentando a competitividade do projeto. Esta sinergia com os atrativos locais destaca-se como um ponto-chave para o sucesso.

Assim, a proposta da Quinta da Ruína é inovadora e encontra-se bem posicionada para se destacar no mercado. A aposta na saúde e bem-estar, aliada a um plano de negócios sólido, cria as condições necessárias para que este empreendimento se torne uma referência em turismo de luxo e bem-estar em Portugal.

## LIMITAÇÕES DO ESTUDO

Apesar de apresentar um plano de negócio sólido e promissor, este estudo enfrenta algumas limitações que devem ser consideradas na avaliação dos seus resultados e propostas.

Uma das principais limitações prende-se com a disponibilidade e atualidade dos dados utilizados na análise de mercado. O turismo é um setor em constante mudança, influenciado por fatores económicos, sociais e tecnológicos. As tendências e preferências dos consumidores podem variar rapidamente, especialmente no segmento do turismo de saúde e bem-estar. Como resultado, as estratégias delineadas neste plano baseiam-se em informações disponíveis até à data do estudo, o que poderá limitar a sua aplicabilidade a médio e longo prazo.

Outra limitação está relacionada com a análise de casos de estudo de outros empreendimentos rurais. Embora tenham sido selecionados exemplos representativos do turismo de saúde e bem-estar, as características únicas da Quinta da Ruína podem não se refletir inteiramente nos casos analisados. Cada empreendimento tem o seu próprio contexto geográfico, cultural e de mercado, o que pode dificultar a aplicação direta das práticas observadas nos casos de estudo. Além disso, a falta de acesso a informações financeiras detalhadas dos empreendimentos analisados restringe a comparação mais aprofundada do desempenho económico.

Uma das limitações mais significativas do estudo relaciona-se com a natureza qualitativa da pesquisa. A escolha desta técnica de recolha de dados, baseada em análise documental e estudos de caso, oferece uma visão detalhada e contextualizada do mercado do turismo de saúde e bem-estar. No entanto, a realização de um inquérito direto aos potenciais clientes revelou-se inviável. O público-alvo da Quinta da Ruína é composto por um nicho específico de turistas que procuram experiências de luxo e bem-estar em ambientes rurais, muitos dos quais têm hábitos de viagem exclusivos e uma presença reduzida em canais de comunicação públicos. Essa dificuldade em aceder diretamente a este tipo de turista impediu a recolha de dados primários através de inquéritos.

Como consequência, a análise teve de se basear em fontes secundárias e comparações com outros empreendimentos semelhantes, o que pode limitar a precisão das previsões de procura e a compreensão exata das preferências dos consumidores para este nicho específico.

Por fim, a implementação do projeto da Quinta da Ruína dependerá de fatores externos, como as condições económicas nacionais e globais, regulamentações governamentais e possíveis restrições relacionadas com a preservação do ambiente. Estes fatores, muitas vezes imprevisíveis, podem afetar a viabilidade e o sucesso do empreendimento, mas não foram explorados em profundidade neste estudo.

Em resumo, estas limitações sugerem a necessidade de uma abordagem flexível e contínua no planeamento e implementação do projeto, com atualizações frequentes dos dados e das estratégias para se adaptarem às mudanças do mercado.

## CONCLUSÕES

O desenvolvimento deste plano de negócio para a Quinta da Ruína revelou-se uma iniciativa sólida e alinhada com as tendências do turismo rural, especialmente no segmento de saúde e bem-estar. A crescente procura por experiências exclusivas e focadas no equilíbrio físico e mental em ambiente natural posiciona a Quinta da Ruína como uma proposta diferenciada e atrativa no mercado português.

A técnica adotada para este estudo consistiu numa abordagem qualitativa baseada em análise documental e estudos de caso. Esta técnica de recolha de dados permitiu uma compreensão aprofundada das práticas e desafios dos empreendimentos semelhantes na região de Penafiel e em Portugal. Ao analisar diversos casos de estudo, foi possível identificar elementos-chave de sucesso e fatores críticos que devem ser considerados na implementação do projeto. Apesar da limitação associada à impossibilidade de realizar inquéritos diretos ao público-alvo – devido à dificuldade de aceder a um nicho específico de turistas de luxo – a técnica de recolha de dados forneceu insights valiosos para a construção de uma estratégia de negócio robusta.

A oferta proposta pela Quinta da Ruína inclui Glamping de luxo, serviços diversificados de wellness e atividades ao ar livre, todos integrados num cenário natural e envolvente. Esta abordagem permite alcançar um segmento de mercado com maior poder de compra, procurando experiências personalizadas e de alta qualidade. A ênfase nos serviços de bem-estar, como avaliações clínicas, programas nutricionais e atividades de relaxamento, como *Reiki, Yoga e Pilates*, diferencia o empreendimento e posiciona-o como um destino de referência em turismo de saúde e bem-estar.

Do ponto de vista económico-financeiro, a análise deste plano de negócio sugere uma viabilidade positiva. A estratégia inclui parcerias com produtores locais e a implementação de práticas de turismo sustentável, que contribuem para a redução de custos operacionais e para a promoção de um modelo de negócio mais eficiente e ecológico. A integração da Quinta da Ruína com infraestruturas turísticas locais, como o Parque Termal de São Vicente, amplia ainda mais a sua atratividade e permite a criação de sinergias que podem potenciar o desenvolvimento económico da região de Penafiel.

No entanto, o estudo reconhece algumas limitações, nomeadamente a natureza qualitativa da pesquisa e a ausência de dados primários diretos sobre as preferências

dos potenciais clientes. A dificuldade em aceder diretamente ao nicho de turistas de luxo obrigou a uma dependência de dados secundários e análises comparativas. Ainda assim, os dados recolhidos oferecem uma visão sólida das tendências do mercado e das práticas que podem ser adaptadas ao contexto da Quinta da Ruína.

Em suma, a Quinta da Ruína apresenta-se como um projeto inovador, integrando luxo, natureza e bem-estar num conceito de turismo rural diferenciado. A sua abordagem completa e a preocupação com a sustentabilidade e o desenvolvimento local fortalecem a proposta de valor, tornando-a competitiva e atrativa num mercado em constante evolução. O plano de negócios elaborado demonstra que o projeto possui as condições necessárias para se tornar um destino de referência em Portugal, contribuindo não apenas para a satisfação dos seus hóspedes, mas também para o desenvolvimento económico e social da região em que se insere.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A., & Brochado, F. (2019) What makes a Glamping experience great? *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(1), 15–27. <https://doi.org/10.1108/JHTT-06-2017-0039>

Ali, F., & Amin, M. (2014) The influence of physical environment on emotions, customer satisfaction and behavioural intentions in Chinese resort hotel industry *Journal of Global Business Advancement*, 7(3), 249.

<https://doi.org/10.1504/JGBA.2014.064109>

Alonso, A. D., & Liu, Y. (2012). *Visitor centers, collaboration, and the role of local food and beverage as regional tourism development tools: The case of the Blackwood River Valley in Western Australia*. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 36(4), 517-536.

Antunes, J., & Águas, P. (2017) O turismo rural em Portugal: Da génese à atualidade

Ateljevic, I. (2020) Transformações no turismo em resposta à COVID-19 *Tourism Geographies*, 1-9. doi:10.1080/14616688.2020.1759134

Balanzá-Martínez, V., Atienza–Carbonell, B., Kapczynski, F., & De Boni, R. B. (2020) Lifestyle behaviours during the COVID-19 – time to connect *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 141, 399-400. doi:10.1111/acps.13177

Baptista, C. S., & Sousa, M. J. (2011). *Como fazer investigações, dissertações, teses e relatórios*. Lisboa: Pactor

Baum, T. (2015) Human Resources in Tourism: Still Waiting for Change? A 2015 Reprise. *Tourism Management*, 50, 204-212.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.001Brochado>,

Buhalis, D., & Law, R. (2008) Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research *Tourism Management*, 29(4), 609-623.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>

Butler, R. (1980) The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources *Canadian Geographer*

- Câmara Municipal de Penafiel (2023) Turismo e Património <https://www.cm-penafiel.pt>
- Castells, M. (2010) *The Rise of the Network Society* Wiley-Blackwell
- Cohen, E. (1972) Toward a Sociology of International Tourism *Social Research*, 39(1), 164-182
- Cooper, C. (2020) *Tourism: Principles and Practice* Pearson
- Costa, C., & Galina, S. (2016) Gestão sustentável no turismo rural
- Damijanac, A. T. (2019) Wellness and healthy lifestyle in tourism settings *Tourism Review*, 74(4), 978-989. doi:10.1108/TR-02-2019-0046
- Divine, R., & Lepisto, L. (2005) Analysis of the healthy lifestyle consumer *Journal of Consumer Marketing*, 22(5), 275-283. doi:10.1108/07363760510611707
- Durán, R., Scoponi, L., Bustos Cara, R., de Batista, M., Piñeiro, V., Casarsa, F., et al. (2012) Calidad territorial y desarrollo sustentable: Modelo de gestión para PyMEs de agroturismo *Escritos Contables y de Administración*, 3(1), 127–153. <https://doi.org/10.52292/j.eca.2012.283>
- Elavsky, S., Smahel, D., & Machackova, H. (2017) Who are mobile app users from healthy lifestyle websites? Analysis of patterns of app use and user characteristics *Translational of Behavioral Medicine*, 7(7), 1-11. doi:10.1007/s13142-017-0525-x
- Ferreira, J. J., et al. (2017) Empreendedorismo e planeamento estratégico
- Filipe, S., Santos, C. A., & Barbosa, B. (2018) TOURISTS' MOTIVATIONS AND OBSTACLES FOR CHOOSING GLAMPING: AN EXPLORATORY STUDY *CBU International Conference Proceedings*, 6, 113–119. <https://doi.org/10.12955/cbup.v6.1142>
- Forje, G. W., Tchamba, M. N., & Eno-Nku, M. (2021) Determinants of ecotourism development in and around protected areas: The case of Campo Ma'an National Park in Cameroon *Scientific African*, 11, e00663. <https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2020.e00663>
- Fuchs, G., & Reichel, A. (2011) An exploratory inquiry into destination risk perceptions and risk reduction strategies of first-time vs. Repeat visitors to a highly volatile destination *Tourism Management*, 32(2), 266–276. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.01.012>
- Gartner, W. C., & Lime, D. W. (2000) Trends in outdoor recreation, leisure, and tourism CABI Pub

- Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age* Stanford, California: Stanford University Press
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. B. (2009) *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (11<sup>a</sup> ed.) John Wiley & Sons, Inc
- Han, J.-S., Lee, T. J., & Ryu, K. (2018) The promotion of health tourism products for domestic tourists *International Journal of Tourism Research*, 20(2), 137–146. <https://doi.org/10.1002/jtr.2161>
- Hudson, S., Thal, K., Cárdenas, D., & Meng, F. (2017) Wellness tourism: Stress alleviation or indulging healthful habits? *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(1), 35-52. doi:10.1108/IJCTHR-09-2015-0111
- IAPMEI (2016) Guia explicativo para a criação do plano de negócios e do seu modelo financeiro IAPMEI. <https://www.iapmei.pt/>
- Iannucci, G., Martellozzo, F., & Randelli, F. (2022) Sustainable development of rural areas: A dynamic model in between tourism exploitation and landscape decline *Journal of Evolutionary Economics*, 32(3), 991–1016. <https://doi.org/10.1007/s00191-022-00785-4>
- Instituto Nacional de Estatística (2021) Estatísticas de Portugal <https://www.ine.pt>
- Instituto Nacional de Estatística (2023) Estatísticas do Turismo <https://www.ine.pt>
- Instituto Nacional de Estatística (2024) Estatísticas do Rápidas <https://www.ine.pt>
- Katz, S. (2013) Active and Successful Aging. Lifestyle as a Gerontological Idea *Recherches sociologiques et anthropologiques*, 44(1), 53-75. doi:10.4000/rsa.910
- Khanra, S., Dhir, A., Kaur, P., & Mäntymäki, M. (2021) Bibliometric analysis and literature review of ecotourism: Toward sustainable development *Tourism Management Perspectives*, 37, 100777. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100777>
- Lee, W. S., Lee, J.-K., & Moon, J. (2019) Influential attributes for the selection of luxury camping: A mixed-logit method *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 40, 88–93. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.05.004>

Martendal, A. G., & Tomio, M. (2015) Gestão familiar no agroturismo em Santa Catarina: A experiência da Acolhida na Colônia Revista Turismo Em Análise, 26(4), 903–918. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v26i4p903-918>

Milićević, S., & Jovanović, D. (2015) Wellness tourism - Competitive basis of European health tourism destination DIEM: Dubrovnik International Economic Meeting, 2(1), 851-863

Moraes, I. A. M. (2020) A importância do plano de negócios para uma gestão mais eficiente Revista Científica Multidisciplinar Núcleo Do Conhecimento, 172–181. <https://doi.org/10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/administracao/plano-de-negocios>

Mowforth, M., & Munt, I. (2016) Tourism and sustainability (4ª ed.) Routledge

Mueller, H., & Kaufmann, E. L. (2001) Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry Journal of Vacation Marketing, 7(1), 5–17. <https://doi.org/10.1177/135676670100700101>

Nielsen (2020) Predicting the COVID-19 Behavioral Reset <https://www.nielsen.com>.

Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2006) Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience Tourism Management, 27(6), 1141-1152. doi: 10.1016/j.tourman.2005.11.011

Patterson, I., & Pegg, S. (2009) Tourism and the elderly: Wellness and rejuvenation

Pechlaner, H., & Fischer, E. (2006) Alpine Wellness: A Resource-based View Tourism Recreation Research, 31(1), 67–77

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999) The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage Harvard Business School Press

Poon, A. (1993) Tourism, Technology and Competitive Strategies CABI

Rebocho, M., & Correia, A. (2016) Intimidade e experiência no glamping

Rota do Românico (2024) Património românico em Portugal

Santos, F., & Pinheiro, M. (2017) Plano de negócios para o setor hoteleiro

Santos, J. (2005) Fenómenos sociais do turismo na sociedade moderna

Schmitt, B. H. (1999) Marketing experiencial e turismo

Simón, X., Gil Pereiras, C., & Carpintero, P. (2011) Proyecto de agroturismo en la comarca de Terra de Lemos (Galicia) PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 9(2), 353–365. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2011.09.031>

Smith, M. K., & Diekmann, A. (2017) Tourism and wellbeing Annals of Tourism Research, 66, 1-13. doi: 10.1016/j.annals.2017.05.006

Stokowski, P. A. (2002) Languages of Place and Discourses of Power: Constructing New Senses of Place Journal of Leisure Research, 34(4), 368–382. <https://doi.org/10.1080/00222216.2002.11949977>

Statista (2020) Estatísticas do comportamento do consumidor durante a pandemia

Termas de Portugal (2023) Termas em Portugal <https://www.termasdeportugal.pt>

TravelBI (2023 <https://travelbi.turismodeportugal.pt/turismo-em-portugal/turismo-numeros-2023/>

Turismo de Portugal (2023) Turismo Rural em Portugal <https://www.turismodeportugal.pt>

Turismo do Porto e Norte (2023) Oferta Turística <https://www.portoenorte.pt>

United Nations, European Commission, International Monetary Fund, Organisation for Economic Co-operation and Development, & World Bank (2009) System of national accounts 2008 United Nations

Urry, J. (1990) The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies Sage Publications

Visit Penafiel (2024) Turismo em Penafiel <https://visitpenafiel.pt>

Voigt, C., Brown, G., & Howat, G. (2011) Evolução do turismo de bem-estar

WTTC (2022) <https://wttc.org/>

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications.

# ANEXOS

## Excel - Projeto Económico-Financeiro

A. Pressupostos			2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<Quinta da Ruina>												
<b>1. Gerais</b>												
<b>Pressupostos Gerais</b>												
CAE Principal	5122	Hotéis com restaurante										
Tipo de Atividade	Serviços											
Unidade Monetária	EUR											
Ano de início de Investimento	2025											
Ano cruzeiro	2029											
nº de meses de exploração			0	12	12	12	12	12	12	12	12	12
nº dias funcionamento ano			0	365	365	365	365	365	365	365	365	365

Print Screen 1 Pressupostos - Pressupostos Gerais

Fiscalidade		
IRC + Tributação autónoma (21% + 1%)	22,00%	Nota: Valor normal aplicável 2020. Verificar situação concreta pela natureza e localização.
Derrama Municipal	1,00%	Sugestão de Fonte: Visitar Portal das Finanças
IRS	19,00%	Estimar a taxa média a aplicar para todos os salários
Imposto de Selo aplicável aos juros	4,00%	Nota: Valor normal aplicável 2020
TSU Empresa	23,75%	Nota: Valor normal aplicável 2020
TSU Colaboradores	11,00%	Nota: Valor normal aplicável 2020
Fundo de compensação - Investimento financeiro	0,93%	Nota: Valor normal aplicável 2020
Fundo de compensação - Encargos	0,08%	Nota: Valor normal aplicável 2020
Seguros Acidentes Trabalho	1,25%	Nota: Valor normal aplicável 2020
IVA taxa normal	23,00%	Sugestão de Fonte: Visitar Portal das Finanças
IVA taxa intermédia	13,00%	Sugestão de Fonte: Visitar Portal das Finanças
IVA taxa reduzida	6,00%	Sugestão de Fonte: Visitar Portal das Finanças
IVA isento/não sujeito	0,00%	Nota: IVA utilizado em caso de exportação e vendas intracomunitárias

Print Screen 2 Pressupostos- Fiscalidade

Prejuízos Fiscais	
Reporte (nº de anos)	5

Print Screen 3 Pressupostos- Prejuízos Fiscais

<Quinta da Ruina>		2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<b>Inflação</b>											
Taxa de inflação		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Taxa de crescimento de remunerações de pessoal		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Print Screen 4 Pressupostos - Inflação

A. Pressupostos				2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	
<Quinta da Ruína>														
2. Vendas e Serviços prestados														
Adicionar Rendimentos				Nota: Este botão permite que se <b>adicionem</b> o nº de rendimentos necessários para além do existente: Mercadorias, Produtos ou Serviços.										
Apagar Rendimentos				Nota: Este botão permite que se <b>elimine</b> o último nº de rendimento.										
Total de Vendas e Serviços prestados				-	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760
Total IVA Vendas e Serviços prestados				-	20 866	20 866	20 866	20 866	20 866	20 866	20 866	20 866	20 866	20 866
Vendas de Mercadorias				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
IVA Vendas de Mercadorias				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Vendas de Produtos				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
IVA Vendas de Produtos				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Serviços Prestados				-	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760	
IVA Serviços Prestados				-	20 866	20 866	20 866	20 866	20 866	20 866	20 866	20 866	20 866	
Vendas de Mercadorias				IVA aplicável	% Exportação	<Nome>								
IVA Vendas de Mercadorias				23,00%	0,00%									
Quantidade vendida (se quantidade desconhecida verificar a nota na Coluna O)														
PVP (por defeito com crescimento anual à taxa de inflação)														
Taxa crescimento Vendas (se quantidade desconhecida a verificar nota na Coluna O)					0,00%									
Vendas de Produtos				IVA aplicável	% Exportação									
IVA Vendas de Produtos				23,00%										
Quantidade vendida (se quantidade desconhecida verificar a nota na Coluna O)														
PVP (por defeito com crescimento anual à taxa de inflação)														
Taxa crescimento Vendas (se quantidade desconhecida a verificar nota na Coluna O)					0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
Vendas de Produtos				IVA aplicável	% Exportação									
IVA Vendas de Produtos				23,00%										
Quantidade vendida (se quantidade desconhecida verificar a nota na Coluna O)														
PVP (por defeito com crescimento anual à taxa de inflação)														
Taxa crescimento Vendas (se quantidade desconhecida a verificar nota na Coluna O)					0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	

Print Screen 5 Pressupostos - Vendas e serviços prestados (parte 1)

A. Pressupostos				2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<Quinta da Ruína>													
Serviços Prestados				IVA aplicável	% Exportação	BAIXA							
IVA Serviços Prestados				6,00%									
Quantidade vendida (se quantidade desconhecida verificar a nota na Coluna O)													
PVP (por defeito com crescimento anual à taxa de inflação)													
Taxa crescimento Vendas (se quantidade desconhecida a verificar nota na Coluna O)					0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Serviços Prestados				IVA aplicável	% Exportação	ALTA							
IVA Serviços Prestados				6,00%									
Quantidade vendida (se quantidade desconhecida verificar a nota na Coluna O)													
PVP (por defeito com crescimento anual à taxa de inflação)													
Taxa crescimento Vendas (se quantidade desconhecida a verificar nota na Coluna O)					0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Print Screen 6 Pressupostos - Vendas e serviços prestados (parte 2)

A. Pressupostos				2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<Quinta da Ruína>													
3. Gastos Operacionais													
3.1 Custo das Mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas (CMVMC)													
Total CMVMC				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Compras				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total IVA Compras				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Inventários finais				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mercadorias													
Custo Mercadorias Vendidas (CMV)				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA Compras				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compras				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventários iniciais Mercadorias				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventários finais Mercadorias				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Produtos													
Custo Matérias Consumidas (CMC)				33,00%	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA Compras				23,00%	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compras				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventários iniciais Matérias primas				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventários finais Matérias primas				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Custo de Produção													
Variação Produção= Variação dos Inventários de Produção													
Inventários iniciais Produção				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventários finais Produção				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Print Screen 7 Print Screen 6 Pressupostos – Gastos Operacionais (parte 3)

A. Pressupostos				2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	
<Quinta da Ruina>														
3.2 Fornecimentos e Serviços Externos														
Total FSE				0	130 776	130 776	130 776	130 776	130 776	130 776	130 776	130 776	130 776	
IVA dos FSE				0	26 700	26 700	26 700	26 700	26 700	26 700	26 700	26 700	26 700	
Subcontratos				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Subcontratos				23,00%	0,00%	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serviços Especializados				IVA aplicável	% C. Fiso	Valor Mensal	0	45 576	45 576	45 576	45 576	45 576	45 576	
Trabalhos Especializados				23,00%	100,00%	200	0	2 400	2 400	2 400	2 400	2 400	2 400	2 400
Publicidade e Propaganda				23,00%	25,00%	150	0	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800
Vigilância e Segurança				23,00%	100,00%	50	0	600	600	600	600	600	600	600
Honorários				23,00%	100,00%	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Comissões				23,00%	0,00%	2898	0	34 776	34 776	34 776	34 776	34 776	34 776	34 776
Conservação e Reparação				23,00%	100,00%	500	0	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000
Materiais				IVA aplicável	% C. Fiso	Valor Mensal	0	4 800	4 800	4 800	4 800	4 800	4 800	
Ferramentas e Utensílios de Desgaste Rápido				23,00%	5,00%	200	0	2 400	2 400	2 400	2 400	2 400	2 400	2 400
Livros e Documentação Técnica				23,00%	100,00%	50	0	600	600	600	600	600	600	600
Material de Escritório				23,00%	25,00%	0	0	600	600	600	600	600	600	600
Artigos para Oferta				23,00%	0,00%	100	0	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200
Energia e Fluidos				IVA aplicável	% C. Fiso	Valor Mensal	0	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000
Eletricidade				23,00%	20,00%	1500	0	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000
Combustíveis				23,00%	20,00%	1000	0	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000
Água				6,00%	20,00%	1250	0	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000
Deslocações, Estadas e Transportes				IVA aplicável	% C. Fiso	Valor Mensal	0	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000
Deslocações e Estadas				23,00%	20,00%	500	0	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000
Transportes de Pessoal				23,00%	25,00%	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Transportes de Mercadorias				23,00%	0,00%	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serviços Diversos				IVA aplicável	% C. Fiso	Valor Mensal	0	28 800	28 800	28 800	28 800	28 800	28 800	28 800
Rendas e Alugueres				23,00%	100,00%	1600	0	19 200	19 200	19 200	19 200	19 200	19 200	19 200
Comunicação				23,00%	100,00%	300	0	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600
Seguros				0,00%	100,00%	300	0	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600
Royalties				23,00%	100,00%	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Contencioso e Notariado				23,00%	100,00%	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Despesas de Representação				23,00%	100,00%	100	0	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200
Limpeza, Higiene e Conforto				23,00%	30,00%	100	0	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200
Outros Serviços				IVA aplicável	% C. Fiso	Valor Mensal	0	600	600	600	600	600	600	600
Outros Serviços				23,00%	30,00%	50	0	600	600	600	600	600	600	600

Print Screen 9 Pressupostos - Fornecimentos e serviços externos

A. Pressupostos				2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	
<Quinta da Ruina>														
Gastos com o Pessoal				0	164 401	164 401	163 981	163 981	163 981	163 981	163 981	163 981	163 981	
Nº Trabalhadores				0	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Gerência				0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Administrativo				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Comerciais				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Operacionais				0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
Outros				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Remuneração Base Total (Inclui IHT, diuturnidades)				% C. Fiso	Valor Mensal	-	121 800	121 800	121 800	121 800	121 800	121 800	121 800	121 800
Gerência				100%	3000	-	42 000	42 000	42 000	42 000	42 000	42 000	42 000	42 000
Administrativo				100%	1500	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Comerciais				100%	1800	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Operacionais				100,00%	1500	-	63 000	63 000	63 000	63 000	63 000	63 000	63 000	63 000
Outros				100%	1200	-	16 800	16 800	16 800	16 800	16 800	16 800	16 800	16 800
Subsídio de Alimentação Total				% C. Fiso	Valor Mensal	-	9 660	9 660	9 240	9 240	9 240	9 240	9 240	9 240
Subsídio de Alimentação				0	8	-	9 660	9 660	9 240	9 240	9 240	9 240	9 240	9 240
Outras Remunerações (Opcional)				% C. Fiso	Valor Mensal	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gerência				0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Administrativo				0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Comerciais				0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Operacionais				0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros				0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Segurança Social				% C. Fiso	Valor Mensal	-	42 326	42 326	42 326	42 326	42 326	42 326	42 326	42 326
TSU Empresa				100%	-	-	28 928	28 928	28 928	28 928	28 928	28 928	28 928	28 928
TSU Colaboradores				100%	-	-	13 398	13 398	13 398	13 398	13 398	13 398	13 398	13 398
IRS				100%	-	-	23 142	23 142	23 142	23 142	23 142	23 142	23 142	23 142
Fundos de Compensação				100%	-	-	91	91	91	91	91	91	91	91
Fundos de Compensação				100%	-	-	91	91	91	91	91	91	91	91
Seguros de Acidente de Trabalho				100%	-	-	1 523	1 523	1 523	1 523	1 523	1 523	1 523	1 523
Seguros de Acidente de Trabalho				100%	-	-	1 523	1 523	1 523	1 523	1 523	1 523	1 523	1 523

Print Screen 8 pressupostos - Gastos com o Pessoal (parte 1)

<Quinta da Ruina>				2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Outros Gastos com Pessoal (Formação, HST, EPI, outros)													
	IVA	IVA Aplicável	100%	Valor Mensal	2 400	2 400	2 400	2 400	2 400	2 400	2 400	2 400	2 400
Formação		23%		10	-	600	600	600	600	600	600	600	600
Higiene Segurança no Trabalho (HST)		13%		10	-	600	600	600	600	600	600	600	600
Equipamento Especializado Individual (EPI)		23%		10	-	600	600	600	600	600	600	600	600
Outros		0%		10	-	600	600	600	600	600	600	600	600

Print Screen 12 pressupostos - Gastos com o Pessoal (parte 2)

A. Pressupostos				2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<Quinta da Ruina>													
4. Outros Rendimentos e Gastos													
Subsídios à Exploração		% Aplicável											
Imparidade de Inventários (Perdas/Reversões)		0,50%		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Imparidade de Dividas a Receber (Perdas/Reversões)		0,50%		-	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Outros Rendimentos		7,00%		-	24 243	24 243	24 243	24 243	24 243	24 243	24 243	24 243	24 243
Outros Gastos		2,50%		-	8 694	8 694	8 694	8 694	8 694	8 694	8 694	8 694	8 694

Print Screen 11 Pressupostos - Outros Rendimentos e Gastos

A. Pressupostos				2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<Quinta da Ruina>													
5. Fundo de Maneio													
Fundo de Maneio	Dias												
PMR - Clientes	7		PMR - Prazo Médio de Recebimento										
DMI - Inventário de Mercadorias e Matéria Prima	0		DMI - Duração Média de Inventário										
DMI - Inventário de Produtos Acabados	0		DMI - Duração Média de Inventário										
PMP - Fornecedores	20		PMP - Prazo Médio de Pagamento a Fornecedores										
Investimento em Fundo de Maneio				85 100	(90 148)	-	-	-	-	-	-	-	-

Print Screen 10 Pressupostos - Fundo de Maneio

A. Pressupostos				2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<Quinta da Ruina>													
6. Investimento em capital fixo (CAPEX)													
Investimento em Capital fixo (CAPEX)				370 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
IVA				85 100	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ativo fixo tangíveis	IVA aplicável	Anos Amort.	Valor Amort. Mensal	370 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Terrenos e Recursos Naturais	0,00%	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Edifícios e outras construções	23,00%	10	1 125	135 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipamento básico	23,00%	8	938	90 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipamento ligeiro	23,00%	5	750	45 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipamento de transporte	23,00%	4	1 771	85 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipamento administrativo	23,00%	5	167	10 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros Ativos Fixos Tangíveis	23,00%	5	83	5 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ativos intangíveis													
Projetos de desenvolvimento	23,00%	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Programas de Computador	23,00%	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Propriedade Industrial	23,00%	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros Ativos Intangíveis	23,00%	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7. Necessidades Totais de Financiamento													
Total Investimento FM e CAPEX				455 100	(90 148)	-	-	-	-	-	-	-	-
Investimento em Fundo de Maneio				85 100	(90 148)	-	-	-	-	-	-	-	-
Investimento em Capital fixo (CAPEX)				370 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Print Screen 13 Pressupostos - Investimento em capital fixo + Necessidades Totais de Financiamento

A. Pressupostos		2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<b>&lt;Quinta da Ruina&gt;</b>											
<b>8. Tesouraria</b>											
Valor correspondente ao Limiar máximo de Tesouraria	10 000	Valor considerado ao longo da vida útil do projeto									
Taxa de juro de aplicações financeiras de curto prazo (+ excedentes de tesouraria)	0,50%	Fonte: Sugestão Banco de Portugal									
Remuneração das aplicações de tesouraria		-	-	596	699	812	934	1 058	1 158	1 264	1 376
Necessidades de Tesouraria (Segurança Mínima)	10 000	Valor considerado ao longo da vida útil do projeto - Decidir de acordo com as características									
Valor mínimo a contratar se Tesouraria < Tesouraria de Segurança	10 000	Valor considerado ao longo da vida útil do projeto - Decidir de acordo com as características									
Taxa de juro de Financiamentos obtidos de curto prazo (necessidades de Tesouraria)	3,00%	Taxa a aplicar em financiamentos obtidos por necessidades de Tesouraria									
<b>9. Fontes de Financiamento</b>											
Estrutura de Capital no momento de constituição	CP-Dívida (%)	Nota: Valor indicativo para a constituição inicial de capitais próprios no momento 0									
Capital Próprio	30,0%										
Capitais Alheios	70,0%										
Necessidades capital próprio (mínimo)		136 530									
<b>Incentivos Não Reembolsáveis ao Investimento</b>											
Incentivos não reembolsáveis											
Ajustamento sobre incentivo (IRC)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Imputação anual	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Imputação anual acumulada		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ajustamento sobre a imputação anual (IRC)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>9.1 Capitais Próprios</b>											
Capital Próprio		150 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Capital Social		150 000									
Incentivo não reembolsável		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Prestações Suplementares		0	0	-	-	-	-	-	-	-	-
Necessidades de Injeção de Capital [Artº 35 do Código das Soc. Comerciais]	Ver nota coluna Q										
Capital Social	Se Valores > 0 na Linha anterior "Necessidades de Injeção.", injetar Cap.Social e/ou Prest.Suplementares até valores na Linha "Necessidades de Injeção." = 0										
Prestações Suplementares											
<b>Distribuição de Resultados</b>											
Dividendos											
Reservas legais		10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
Resultados Transitados		90,00%	90,00%	90,00%	90,00%	90,00%	90,00%	90,00%	90,00%	90,00%	90,00%

Print Screen 15 Pressupostos - Tesouraria + Fontes de Financiamento (parte1)

A. Pressupostos		2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<b>&lt;Quinta da Ruina&gt;</b>											
<b>9.2 Capitais Alheios: Serviço de Dívida</b>											
Adicionar empréstimos		Nota: Este botão permite que se <b>adicione</b> o nº de empréstimos necessários para além dos existentes. Por defeito, existem dois, mas em caso de ser necessário apenas um, validar nota na Coluna E.									
Remover empréstimos		Nota: Este botão remove o último empréstimo realizado									
Valor mínimo de Capital Alheio (Financiamento Bancário, ...)		305 100	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Financiamento Bancário		310 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Financiamento Bancário</b>											
Ano do contrato		2025									
Capital contratualizado		310 000									
Período de reembolso de capital (anos)		10,0									
Período de carência de capital (anos)		1									
Taxa de juro anual		5,00%	Tasa aplicável a cada financiamento obtido em concreto (negociada com entidade financiadora)								
<b>Financiamento Bancário</b>											
Ano do contrato											
Capital contratualizado		0									
Período de reembolso de capital (anos)		1,0									
Período de carência de capital (anos)											
Taxa de juro anual		6,00%	Tasa aplicável a cada financiamento obtido em concreto (negociada com entidade financiadora)								
<b>9.3 Custo de Capital: WACC</b>											
Custo do Capital											
Taxa de atualização WACC (Custo médio ponderado do capital)		4,71%	WACC = %CP x Rcp + %CA x (Rca x (1-t))								
Custo do capital próprio (Rcp)		9,00%									
Obrigações Tesouro longo prazo (Taxa de juro sem risco) (Rf)		1,00%	Sugestão de Fonte: Bloomberg, Banco Central Europeu, Damodaran "Obrigações de Tesouro"								
Beta unlevered (Bu)		100,00%	Sugestão de Fonte: Bloomberg, Banco Central Europeu, Damodaran ou Beta=100%; se não conhecer outra referência								
Taxa de remuneração de mercado (Rm)		9,00%	Sugestão de Fonte: Banco de Portugal								
Prémio de risco do país Pp			Sugestão de Fonte: Bloomberg, Banco Central Europeu, Damodaran ou considerar 0%								
Custo da dívida com efeito fiscal (Rca x (1-t))		2,93%									
Taxa de juro de referência (Rca)		3,75%	Sugestão de Fonte: Visitar Portal das Finanças "Créditos obtidos MPL"								
<b>9.4 Taxa Crescimento perpetuidade</b>											
Taxa de crescimento dos Cash Flows na perpetuidade			Fonte: Dependendo da Indústria								

Print Screen 14 Fontes de Financiamento (parte2)

1. P&L (Demonstração de Resultados)										
<Quinta da Ruina>	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Vendas e Serviços prestados	-	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760
Subsídios à Exploração	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Variação nos Inventários da Produção	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CMVMC	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FSE	-	(130 776)	(130 776)	(130 776)	(130 776)	(130 776)	(130 776)	(130 776)	(130 776)	(130 776)
Gastos com o Pessoal	-	(164 401)	(164 401)	(163 981)	(163 981)	(163 981)	(163 981)	(163 981)	(163 981)	(163 981)
Imparidade de Inventários (Perdas/Reversões)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Imparidade de Dívidas a Receber (Perdas/Reversões)	-	(35)	(35)	(35)	(35)	(35)	(35)	(35)	(35)	(35)
Outros Rendimentos	-	24 343	24 939	25 042	25 156	25 278	25 401	25 501	25 607	25 719
Outros Gastos	-	(8 694)	(8 694)	(8 694)	(8 694)	(8 694)	(8 694)	(8 694)	(8 694)	(8 694)
<b>EBITDA (Resultado antes de Depreciações, Gastos de Financiamento e Impostos)</b>	-	68 197	68 793	69 315	69 429	69 551	69 674	69 775	69 880	69 992
Gastos/Reversões de Depreciação e Amortização	-	(58 000)	(58 000)	(58 000)	(58 000)	(36 750)	(24 750)	(24 750)	(24 750)	(13 500)
<b>EBIT (Resultado Operacional)</b>	-	10 197	10 793	11 315	11 429	32 801	44 924	45 025	45 130	56 492
Juros e Gastos Similares Suportados	(16 120)	(16 782)	(16 120)	(14 508)	(12 896)	(11 284)	(9 672)	(8 060)	(6 448)	(4 836)
<b>EBT (Resultado Antes de Impostos)</b>	(16 120)	(6 586)	(5 327)	(3 193)	(1 467)	21 517	35 252	36 965	38 682	51 656
Imposto	-	-	-	-	-	(1 485)	(7 761)	(8 502)	(8 897)	(11 881)
IRC	-	-	-	-	-	(1 420)	(7 423)	(8 132)	(8 510)	(11 364)
Derrama Municipal	-	-	-	-	-	(65)	(337)	(370)	(387)	(517)
<b>Resultado Líquido</b>	(16 120)	(6 586)	(5 327)	(3 193)	(1 467)	20 032	27 492	28 463	29 785	39 775

Print Screen 17 1. P&L (Demonstração de Resultados)

2. Balanço										
<Quinta da Ruina>	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<b>Ativo</b>										
<b>Ativo não corrente</b>	<b>370 000</b>	<b>313 127</b>	<b>256 253</b>	<b>199 380</b>	<b>142 507</b>	<b>106 883</b>	<b>83 260</b>	<b>59 637</b>	<b>36 013</b>	<b>23 640</b>
Ativos fixos tangíveis	370 000	312 000	254 000	196 000	138 000	101 250	76 500	51 750	27 000	13 500
Ativos intangíveis	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros investimentos financeiros	-	1 127	2 253	3 380	4 507	5 633	6 760	7 887	9 013	10 140
<b>Ativo corrente</b>	<b>95 100</b>	<b>142 474</b>	<b>163 020</b>	<b>185 701</b>	<b>210 107</b>	<b>234 763</b>	<b>254 878</b>	<b>275 964</b>	<b>298 373</b>	<b>319 521</b>
Inventários	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Clientes	-	7 034	7 034	7 034	7 034	7 034	7 034	7 034	7 034	7 034
EOEP	85 100	6 189	6 189	6 189	6 189	6 189	6 189	6 189	6 189	6 189
Caixa e depósitos bancários	10 000	129 251	149 797	172 478	196 884	221 540	241 655	262 741	285 150	306 298
<b>Total do Ativo</b>	<b>465 100</b>	<b>455 601</b>	<b>419 273</b>	<b>385 081</b>	<b>352 614</b>	<b>341 646</b>	<b>338 138</b>	<b>335 601</b>	<b>334 386</b>	<b>343 161</b>
<b>Capital Próprio</b>	<b>133 880</b>	<b>127 294</b>	<b>121 967</b>	<b>118 775</b>	<b>117 308</b>	<b>137 340</b>	<b>164 831</b>	<b>193 294</b>	<b>223 080</b>	<b>262 855</b>
Capital Social	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Prestações suplementares	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Resultados Transitados	-	(16 120)	(22 706)	(28 033)	(31 225)	(32 692)	(14 663)	10 079	35 696	62 502
Reservas legais	-	-	-	-	-	-	2 003	4 752	7 599	10 577
Resultado Líquido	(16 120)	(6 586)	(5 327)	(3 193)	(1 467)	20 032	27 492	28 463	29 785	39 775
Outras variações Capital Próprio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Passivo</b>										
<b>Passivo não corrente</b>	<b>288 780</b>	<b>279 000</b>	<b>248 000</b>	<b>217 000</b>	<b>186 000</b>	<b>155 000</b>	<b>124 000</b>	<b>93 000</b>	<b>62 000</b>	<b>62 000</b>
Financiamentos obtidos (MLP)	288 780	279 000	248 000	217 000	186 000	155 000	124 000	93 000	62 000	62 000
<b>Passivo corrente</b>	<b>42 440</b>	<b>49 306</b>	<b>49 306</b>	<b>49 306</b>	<b>49 306</b>	<b>49 306</b>	<b>49 306</b>	<b>49 306</b>	<b>49 306</b>	<b>18 306</b>
Fornecedores	-	8 780	8 780	8 780	8 780	8 780	8 780	8 780	8 780	8 780
EOEP	-	9 527	9 527	9 527	9 527	9 527	9 527	9 527	9 527	9 527
Financiamentos obtidos (CP)	42 440	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000	-
Outras dívidas a pagar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total Passivo</b>	<b>331 220</b>	<b>328 306</b>	<b>297 306</b>	<b>266 306</b>	<b>235 306</b>	<b>204 306</b>	<b>173 306</b>	<b>142 306</b>	<b>111 306</b>	<b>80 306</b>
<b>Total Capital Próprio + Passivo</b>	<b>465 100</b>	<b>455 601</b>	<b>419 273</b>	<b>385 081</b>	<b>352 614</b>	<b>341 646</b>	<b>338 138</b>	<b>335 601</b>	<b>334 386</b>	<b>343 161</b>

Print Screen 16 Balanço

3. Avaliação Financeira "3 métodos"										
<Quinta da Ruína>	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<b>1. Projeto/Investimento Pós-financiamento</b> <b>Cash Flows (FCFF) atualizados pelo Custo Médio Ponderado do Capital (WACC)</b>	O método dos FCFF (Free Cash Flows to the Firm), na ótica do capital (Investimento pós-financiamento) incorpora os efeitos do capital alheio refletidos na taxa de utilização. Taxa de atualização = wacc (custo médio ponderado do capital) = $R_{cp} \cdot CP / (CP+CA) + R_{ca} \cdot (1-t) \cdot CA / (CP+CA)$ . com $R_{cp} = r_f + B_u \cdot (R_m - R_f)$ e $R_{ca} =$ Taxa de remuneração (Juro efetiva) do capital alheio. A taxa de atualização no ano 0 é considerada constante para todos os períodos.									
+ EBIT	-	10 197	10 793	11 315	11 429	32 801	44 924	45 025	45 130	56 492
- Imposto	(3 708)	(3 860)	(3 708)	(3 337)	(2 966)	(4 080)	(9 985)	(10 356)	(10 380)	(12 993)
+ Depreciações e Amortizações	-	58 000	58 000	58 000	58 000	36 750	24 750	24 750	24 750	13 500
- Variação Fundo de Maneio	(85 100)	90 148	-	-	-	-	-	-	-	-
- CAPEX	(370 000)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Cash Flow Operacional</b>	<b>(458 808)</b>	<b>154 484</b>	<b>65 085</b>	<b>65 979</b>	<b>66 463</b>	<b>65 471</b>	<b>59 689</b>	<b>59 419</b>	<b>59 500</b>	<b>56 999</b>
Valor residual										8 452
<b>FCFF com VR</b>	<b>(458 808)</b>	<b>154 484</b>	<b>65 085</b>	<b>65 979</b>	<b>66 463</b>	<b>65 471</b>	<b>59 689</b>	<b>59 419</b>	<b>59 500</b>	<b>65 451</b>
Perpetuidade										1 209 625
<b>FCFF com perpetuidade</b>	<b>(458 808)</b>	<b>154 484</b>	<b>65 085</b>	<b>65 979</b>	<b>66 463</b>	<b>65 471</b>	<b>59 689</b>	<b>59 419</b>	<b>59 500</b>	<b>1 266 624</b>
Factor de atualização - WACC	1,00	0,95	0,91	0,87	0,83	0,79	0,76	0,72	0,69	0,66
<b>FCFF descontado VR</b>	<b>(458 808)</b>	<b>147 533</b>	<b>59 359</b>	<b>57 466</b>	<b>55 283</b>	<b>52 007</b>	<b>45 281</b>	<b>43 047</b>	<b>41 166</b>	<b>43 246</b>
<b>FCFF descontado acumulado VR</b>	<b>(458 808)</b>	<b>(311 275)</b>	<b>(251 916)</b>	<b>(194 450)</b>	<b>(139 167)</b>	<b>(87 160)</b>	<b>(41 879)</b>	<b>1 169</b>	<b>42 335</b>	<b>85 581</b>
<b>FCFF descontado perpetuidade</b>	<b>(458 808)</b>	<b>147 533</b>	<b>59 359</b>	<b>57 466</b>	<b>55 283</b>	<b>52 007</b>	<b>45 281</b>	<b>43 047</b>	<b>41 166</b>	<b>836 902</b>
<b>FCFF descontado acumulado perpetuidade</b>	<b>(458 808)</b>	<b>(311 275)</b>	<b>(251 916)</b>	<b>(194 450)</b>	<b>(139 167)</b>	<b>(87 160)</b>	<b>(41 879)</b>	<b>1 169</b>	<b>42 335</b>	<b>879 237</b>
<b>ANÁLISE DE VIABILIDADE</b>	<b>C/Valor Residual C/ Perpetuidade</b>									
VAL	85 581	879 237								
TIR	9,40%	24,84%								
Payback	7,97	7,97	anos							
Valor Residual	8 452	Nota: CAPEX +FM no último ano de investimento								
Valor da perpetuidade	1 209 625									

Print Screen 19 Avaliação Financeira "3 métodos" (parte 1)

3. Avaliação Financeira "3 métodos"										
<Quinta da Ruína>	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<b>2. Investimento (Pré-financiamento)</b> <b>Cash Flows (FCFF) atualizados pelo CAPM</b>	O método dos FCFF, na ótica do investimento, ignora a forma de financiamento, o que equivale a considerar 100% Capital Próprio. Taxa de atualização (Capital Asset Pricing Model) = $R_{cp} = r_f + B_u \cdot (R_m - R_f)$ . A taxa de atualização no ano 0 é considerada constante para todos os períodos.									
+ EBIT	-	10 197	10 793	11 315	11 429	32 801	44 924	45 025	45 130	56 492
- Imposto	(3 708)	(3 860)	(3 708)	(3 337)	(2 966)	(4 080)	(9 985)	(10 356)	(10 380)	(12 993)
+ Depreciações e Amortizações	-	58 000	58 000	58 000	58 000	36 750	24 750	24 750	24 750	13 500
- Variação Fundo de Maneio	(85 100)	90 148	-	-	-	-	-	-	-	-
- CAPEX	(370 000)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Cash Flow Operacional</b>	<b>(458 808)</b>	<b>154 484</b>	<b>65 085</b>	<b>65 979</b>	<b>66 463</b>	<b>65 471</b>	<b>59 689</b>	<b>59 419</b>	<b>59 500</b>	<b>56 999</b>
Valor residual										8 452
<b>FCFF com VR</b>	<b>(458 808)</b>	<b>154 484</b>	<b>65 085</b>	<b>65 979</b>	<b>66 463</b>	<b>65 471</b>	<b>59 689</b>	<b>59 419</b>	<b>59 500</b>	<b>65 451</b>
Perpetuidade										633 323
<b>FCFF com perpetuidade</b>	<b>(458 808)</b>	<b>154 484</b>	<b>65 085</b>	<b>65 979</b>	<b>66 463</b>	<b>65 471</b>	<b>59 689</b>	<b>59 419</b>	<b>59 500</b>	<b>690 322</b>
Factor de atualização - CAPM	1,00	0,92	0,84	0,77	0,71	0,65	0,60	0,55	0,50	0,46
<b>FCFF descontado VR</b>	<b>(458 808)</b>	<b>141 729</b>	<b>54 781</b>	<b>50 948</b>	<b>47 084</b>	<b>42 552</b>	<b>35 591</b>	<b>32 504</b>	<b>29 861</b>	<b>30 136</b>
<b>FCFF descontado acumulado VR</b>	<b>(458 808)</b>	<b>(317 079)</b>	<b>(262 298)</b>	<b>(211 350)</b>	<b>(164 266)</b>	<b>(121 715)</b>	<b>(86 124)</b>	<b>(53 620)</b>	<b>(23 759)</b>	<b>6 377</b>
<b>FCFF descontado perpetuidade</b>	<b>(458 808)</b>	<b>141 729</b>	<b>54 781</b>	<b>50 948</b>	<b>47 084</b>	<b>42 552</b>	<b>35 591</b>	<b>32 504</b>	<b>29 861</b>	<b>317 843</b>
<b>FCFF descontado acumulado perpetuidade</b>	<b>(458 808)</b>	<b>(317 079)</b>	<b>(262 298)</b>	<b>(211 350)</b>	<b>(164 266)</b>	<b>(121 715)</b>	<b>(86 124)</b>	<b>(53 620)</b>	<b>(23 759)</b>	<b>294 085</b>
<b>ANÁLISE DE VIABILIDADE</b>	<b>C/Valor Residual c/ Perpetuidade</b>									
VAL	6 377	294 085								
TIR	9,40%	19,77%								
Payback	9,79	9,07	Anos							
Valor Residual (VR)	8 452	Nota: CAPEX +FM no último ano de investimento								
Valor da perpetuidade	633 323									

Print Screen 18 Avaliação Financeira "3 métodos" (parte 2)

3. Avaliação Financeira "3 métodos"										
<Quinta da Ruína>	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<b>3. Investidor/Capital Próprio:</b> <b>Cash Flows (FCFE ) atualizados pelo Custo do Capital (CAPM)</b>	Avaliação na Ótica do Investidor (ou do Capital Próprio) (Free Cash Flow to Equity). No método de avaliação pelo desconto de fluxos de caixa líquido do acionista (FCFE - Free Cashflow to Equity), o objetivo é avaliar directamente o valor líquido e a remuneração do capital do investidor (ou do acionista da empresa). Os Cash Flows (FCFE) = Cash flows na ótica do Investimento + Cash Flows de financiamento em cada ano.									
+ EBIT	-	10 197	10 793	11 315	11 429	32 801	44 924	45 025	45 130	56 492
- Imposto	(3 708)	(3 860)	(3 708)	(3 337)	(2 966)	(4 080)	(9 985)	(10 356)	(10 380)	(12 993)
+ Depreciações e Amortizações	-	58 000	58 000	58 000	58 000	36 750	24 750	24 750	24 750	13 500
- Variação Fundo de Maneio	(85 100)	90 148	-	-	-	-	-	-	-	-
- CAPEX	(370 000)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Cash Flow Operacional</b>	<b>(458 808)</b>	<b>154 484</b>	<b>65 085</b>	<b>65 979</b>	<b>66 463</b>	<b>65 471</b>	<b>59 689</b>	<b>59 419</b>	<b>59 500</b>	<b>56 999</b>
Juros e Gastos Similares Suportados	(16 120)	(16 782)	(16 120)	(14 508)	(12 896)	(11 284)	(9 672)	(8 060)	(6 448)	(4 836)
Financiamentos obtidos	310 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Amortização de financiamentos	-	(21 220)	(31 000)	(31 000)	(31 000)	(31 000)	(31 000)	(31 000)	(31 000)	(31 000)
<b>FCFE</b>	<b>(164 928)</b>	<b>116 482</b>	<b>17 965</b>	<b>20 471</b>	<b>22 567</b>	<b>23 187</b>	<b>19 017</b>	<b>20 359</b>	<b>22 052</b>	<b>21 163</b>
Valor residual										8 452
<b>FCFE com VR</b>	<b>(164 928)</b>	<b>116 482</b>	<b>17 965</b>	<b>20 471</b>	<b>22 567</b>	<b>23 187</b>	<b>19 017</b>	<b>20 359</b>	<b>22 052</b>	<b>29 615</b>
Perpetuidade										235 145
<b>FCFE com perpetuidade</b>	<b>(164 928)</b>	<b>116 482</b>	<b>17 965</b>	<b>20 471</b>	<b>22 567</b>	<b>23 187</b>	<b>19 017</b>	<b>20 359</b>	<b>22 052</b>	<b>256 308</b>
Factor de desconto - CAPM	1,00	0,92	0,84	0,77	0,71	0,65	0,60	0,55	0,50	0,46
<b>FCFE descontado VR</b>	<b>(164 928)</b>	<b>106 865</b>	<b>15 121</b>	<b>15 807</b>	<b>15 987</b>	<b>15 070</b>	<b>11 339</b>	<b>11 137</b>	<b>11 067</b>	<b>13 636</b>
<b>FCFE descontado acumulado VR</b>	<b>(164 928)</b>	<b>(58 063)</b>	<b>(42 942)</b>	<b>(27 135)</b>	<b>(11 148)</b>	<b>3 922</b>	<b>15 261</b>	<b>26 398</b>	<b>37 465</b>	<b>51 101</b>
<b>FCFE descontado</b>	<b>(164 928)</b>	<b>106 865</b>	<b>15 121</b>	<b>15 807</b>	<b>15 987</b>	<b>15 070</b>	<b>11 339</b>	<b>11 137</b>	<b>11 067</b>	<b>118 011</b>
<b>FCFE descontado acumulado</b>	<b>(164 928)</b>	<b>(58 063)</b>	<b>(42 942)</b>	<b>(27 135)</b>	<b>(11 148)</b>	<b>3 922</b>	<b>15 261</b>	<b>26 398</b>	<b>37 465</b>	<b>155 477</b>
<b>ANÁLISE DE VIABILIDADE</b>	<b>C/ Valor Residual</b>		<b>c/ Perpetuidade</b>							
VAL		51 101		155 477						
TIR		19,88%		28,18%						
Payback		5,74		5,74	anos					
Valor Residual		8 452	Nota: CAPEX +FM no último ano de investimento							
Valor da perpetuidade		235 145								

Print Screen 20 Avaliação Financeira "3 métodos" (parte 3)

4. Rácios Financeiros										
<Quinta da Ruína>	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<b>A. Avaliação do projeto/investimento</b>										
<b>1. Pós Financiamento</b>										
VAL (Valor atualizado Líquido)	Considera Valor Residual	85 581	Considera Perpetuidade	879 237						
TIR (Taxa Interna Rentabilidade)		9%		25%						
Payback (Período de Recuperação de Capital)		8,0		8,0	anos					
Valor Residual (VR)		8 452								
Valor da perpetuidade		1 209 625								
<b>2. Pré Financiamento</b>										
VAL (Valor atualizado Líquido)	Considera Valor Residual	6 377	Considera Perpetuidade	294 085						
TIR (Taxa Interna Rentabilidade)		9%		20%						
Payback (Período de Recuperação de Capital)		9,8		9,1	anos					
Valor Residual (VR)		8 452								
Valor da perpetuidade		633 323								
<b>3. Investidor</b>										
VAL (Valor atualizado Líquido)	Considera Valor Residual	51 101	Considera Perpetuidade	155 477						
TIR (Taxa Interna Rentabilidade)		20%		28%						
Payback (Período de Recuperação de Capital)		5,7		5,7	anos					
Valor Residual (VR)		8 452								
Valor da perpetuidade		235 145								

Print Screen 21 Rácios Financeiros (parte 1)

4. Rácios Financeiros										
<Quinta da Ruina>	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<b>Total custos Fixos e Variáveis</b>	-	295 177	295 177	295 177	295 177	294 757	294 757	294 757	294 757	294 757
<b>Total custos fixos</b>	-	203 401	203 401	203 401	203 401	203 401	203 401	203 401	203 401	203 401
<b>Total custos variáveis</b>	-	91 776	91 776	91 776	91 776	91 356	91 356	91 356	91 356	91 356
Vendas anuais	-	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760	347 760
Ponto Crítico de Vendas (valor)	#DIV/0!	276 325	276 325	276 325	276 325	275 873	275 873	275 873	275 873	275 873
Margem de segurança (valor)	#DIV/0!	71 435	71 435	71 435	71 435	71 887	71 887	71 887	71 887	71 887
<b>Rácios Financeiros</b>										
<b>Rentabilidade do Negócio</b>										
Margem Operacional	#DIV/0!	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Margem líquida						6%	8%	8%	9%	11%
Rentabilidade do Ativo						6%	8%	8%	9%	12%
<b>Atividade operacional</b>										
Turnover do ativo	0%	76%	83%	90%	99%	102%	103%	104%	104%	101%
<b>Retorno</b>										
ROIC (Rentabilidade do Capital Investido)	0%	2%	3%	3%	3%	9%	11%	11%	11%	13%
ROE (Rentabilidade do Capital Próprio)						15%	17%	15%	13%	15%
<b>Liquidez</b>										
Liquidez geral	224%	289%	331%	377%	426%	476%	517%	560%	605%	1745%
<b>Financeiros</b>										
Autonomia Financeira	29%	28%	29%	31%	33%	40%	49%	58%	67%	77%
Endividamento	71%	72%	71%	69%	67%	60%	51%	42%	33%	23%
Solvabilidade	140%	139%	141%	145%	150%	167%	195%	236%	300%	427%

Print Screen 22 Rácios Financeiros (parte 2)

5. Fundo de Maneio										
<Quinta da Ruina>	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<b>Necessidades de Fundo de Maneio</b>	<b>85 100</b>	<b>13 258</b>	<b>13 258</b>	<b>13 258</b>	<b>13 258</b>	<b>13 258</b>	<b>13 258</b>	<b>13 258</b>	<b>13 258</b>	<b>13 258</b>
Clientes	-	7 070	7 070	7 070	7 070	7 070	7 070	7 070	7 070	7 070
Inventários	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EOEP (Estado e Outros Entes Públicos)	85 100	6 189	6 189	6 189	6 189	6 189	6 189	6 189	6 189	6 189
IVA	85 100	6 189	6 189	6 189	6 189	6 189	6 189	6 189	6 189	6 189
Outros créditos a receber										
<b>Recursos de Fundo de Maneio</b>	<b>-</b>	<b>18 306</b>	<b>18 306</b>	<b>18 306</b>	<b>18 306</b>	<b>18 306</b>	<b>18 306</b>	<b>18 306</b>	<b>18 306</b>	<b>18 306</b>
Fornecedores	-	8 780	8 780	8 780	8 780	8 780	8 780	8 780	8 780	8 780
EOEP (Estado e Outros Entes Públicos)	-	9 527	9 527	9 527	9 527	9 527	9 527	9 527	9 527	9 527
IRS	-	3 306	3 306	3 306	3 306	3 306	3 306	3 306	3 306	3 306
IVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TSU	-	6 047	6 047	6 047	6 047	6 047	6 047	6 047	6 047	6 047
FCT	-	174	174	174	174	174	174	174	174	174
Outras dívidas a pagar										
<b>Fundo de Maneio</b>	<b>85 100</b>	<b>(5 048)</b>	<b>(5 048)</b>	<b>(5 048)</b>	<b>(5 048)</b>	<b>(5 048)</b>	<b>(5 048)</b>	<b>(5 048)</b>	<b>(5 048)</b>	<b>(5 048)</b>
<b>Varição Fundo de Maneio</b>	<b>85 100</b>	<b>(90 148)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
IVA	(85 100)	(6 189)	(6 189)	(6 189)	(6 189)	(6 189)	(6 189)	(6 189)	(6 189)	(6 189)
IVA líquido	-	20 866	20 866	20 866	20 866	20 866	20 866	20 866	20 866	20 866
IVA dedutível	85 100	27 054	27 054	27 054	27 054	27 054	27 054	27 054	27 054	27 054

Print Screen 23 Fundo De Maneio

6. Investimento, Depreciações e Amortizações											
<Quinta da Ruina>		2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<b>CAPEX (Investimento)</b>		<b>370 000</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Ativo fixo tangíveis</b>		<b>370 000</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Terrenos e Recursos Naturais		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Edifícios e outras construções		135 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipamento básico		90 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipamento ligeiro		45 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipamento de transporte		85 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipamento administrativo		10 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros Ativos Fixos Tangíveis		5 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Ativos intangíveis</b>		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Projetos de desenvolvimento		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Programas de Computador		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Propriedade Industrial		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros Ativos Intangíveis		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>CAPEX (Balanço)</b>		<b>370 000</b>	<b>312 000</b>	<b>254 000</b>	<b>196 000</b>	<b>138 000</b>	<b>101 250</b>	<b>76 500</b>	<b>51 750</b>	<b>27 000</b>	<b>13 500</b>
<b>Ativo fixo tangíveis</b>		<b>370 000</b>	<b>312 000</b>	<b>254 000</b>	<b>196 000</b>	<b>138 000</b>	<b>101 250</b>	<b>76 500</b>	<b>51 750</b>	<b>27 000</b>	<b>13 500</b>
Terrenos e Recursos Naturais		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Edifícios e outras construções		135 000	121 500	108 000	94 500	81 000	67 500	54 000	40 500	27 000	13 500
Equipamento básico		90 000	78 750	67 500	56 250	45 000	33 750	22 500	11 250	-	-
Equipamento ligeiro		45 000	36 000	27 000	18 000	9 000	-	-	-	-	-
Equipamento de transporte		85 000	63 750	42 500	21 250	-	-	-	-	-	-
Equipamento administrativo		10 000	8 000	6 000	4 000	2 000	-	-	-	-	-
Outros Ativos Fixos Tangíveis		5 000	4 000	3 000	2 000	1 000	-	-	-	-	-
<b>Ativos intangíveis</b>		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Projetos de desenvolvimento		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Programas de Computador		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Propriedade Industrial		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros Ativos Intangíveis		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Valor Depreciações e Amortizações &lt;AUXILIAR&gt;</b>		Amort.	-	58 000	58 000	58 000	58 000	36 750	24 750	24 750	13 500
<b>Ativo fixo tangíveis</b>			-	58 000	58 000	58 000	58 000	36 750	24 750	24 750	13 500
Terrenos e Recursos Naturais			-	-	-	-	-	-	-	-	-
Terrenos e Recursos Naturais		0	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Print Screen 24 Print Screen 24 Investimento, Depreciações e amortizações (parte 1)



6. Investimento, Depreciações e Amortizações											
<Quinta da Ruina>		2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Equipamento de transporte	4										
Equipamento administrativo		-	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	-	-	-	-
Equipamento administrativo	5	-	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	-	-	-	-
Equipamento administrativo	5		-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipamento administrativo	5										
Equipamento administrativo	5										
Equipamento administrativo	5										
Equipamento administrativo	5										
Equipamento administrativo	5										
Equipamento administrativo	5										
Equipamento administrativo	5										
Equipamento administrativo	5										
Equipamento administrativo	5										
Equipamento administrativo	5										
Outros Ativos Fixos Tangíveis		-	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	-	-	-	-
Outros Ativos Fixos Tangíveis	6	-	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	-	-	-	-
Outros Ativos Fixos Tangíveis	6		-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros Ativos Fixos Tangíveis	6										
Outros Ativos Fixos Tangíveis	6										
Outros Ativos Fixos Tangíveis	6										
Outros Ativos Fixos Tangíveis	6										
Outros Ativos Fixos Tangíveis	6										
Outros Ativos Fixos Tangíveis	6										
Outros Ativos Fixos Tangíveis	6										
Outros Ativos Fixos Tangíveis	6										
Outros Ativos Fixos Tangíveis	6										
Outros Ativos Fixos Tangíveis	6										
Ativos intangíveis		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Projetos de desenvolvimento		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Projetos de desenvolvimento	7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Projetos de desenvolvimento	7										
Projetos de desenvolvimento	7										

Print Screen 27 Investimento, Depreciações e amortizações (parte 3)

7. Serviço da Dívida											
<Quinta da Ruina>		2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<b>Total de Financiamentos</b>		331 220	310 000	279 000	248 000	217 000	186 000	155 000	124 000	93 000	62 000
Total de Financiamentos MLP		310 000	310 000	279 000	248 000	217 000	186 000	155 000	124 000	93 000	62 000
Total de Financiamentos CP		21 220	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total das amortizações (reembolso de capital)</b>		-	21 220	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000
Total das amortizações MLP		-	-	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000
Total das amortizações CP		-	21 220	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Juros e Gastos Similares Suportados</b>		16 120	16 782	16 120	14 508	12 896	11 284	9 672	8 060	6 448	4 836
<b>Financiamento Bancário (Necessidades de Tesouraria)</b>											
Capital contratualizado		21 220	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Taxa de juro anual	3%										
<b>Serviço da dívida</b>											
Capital em dívida no início do período		0	21 220	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortização de dívida		0	21 220	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital em dívida no final do período		21 220	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Juros e Gastos Similares Suportados</b>		0	662	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Financiamento Bancário</b>	<b>MLP</b>										
Capital contratualizado	310 000										
Ano do contrato	2025										
Período de reembolso de capital	10										
Período de carência de capital (anos)	1										
Taxa de juro anual	5%										

Print Screen 26 Serviço de dívida (parte 1)

7. Serviço da Dívida											
<Quinta da Ruina>		2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<b>Serviço da dívida</b>											
MLP	Capital em dívida no início do período	310 000	310 000	310 000	279 000	248 000	217 000	186 000	155 000	124 000	93 000
MLP	Amortização de dívida	-	-	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000
MLP	Capital em dívida no final do período	310 000	310 000	279 000	248 000	217 000	186 000	155 000	124 000	93 000	62 000
<b>Juros e Gastos Similares Suportados</b>		<b>16 120</b>	<b>16 120</b>	<b>16 120</b>	<b>14 508</b>	<b>12 896</b>	<b>11 284</b>	<b>9 672</b>	<b>8 060</b>	<b>6 448</b>	<b>4 836</b>
<b>Financiamento Bancário</b>		<b>CP</b>									
	Capital contratualizado	0									
	Ano do contrato	0									
	Período de reembolso de capital	1									
	Período de carência de capital (anos)	0									
	Taxa de juro anual	6,0%									
<b>Serviço da dívida</b>											
CP	Capital em dívida no início do período	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CP	Amortização de dívida	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CP	Capital em dívida no final do período	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Juros e Gastos Similares Suportados</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

Print Screen 28 Serviço de dívida (parte 2)

8. Mapa de Tesouraria											
<Quinta da Ruina>		2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<b>Cash Flow operacional</b>		-	157 253	67 666	68 189	68 302	66 940	60 787	60 146	59 857	56 985
<b>Inflow</b>		-	470 999	399 719	399 821	399 935	400 057	400 180	400 281	400 386	400 498
Ano corrente											
	Clientes	-	361 556	361 521	361 521	361 521	361 521	361 521	361 521	361 521	361 521
	Inventários	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Outros créditos a receber	-	24 343	24 939	25 042	25 156	25 278	25 401	25 501	25 607	25 719
Ano anterior											
	Clientes	-	-	7 070	7 070	7 070	7 070	7 070	7 070	7 070	7 070
	Inventários	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	EOEP	-	85 100	6 189	6 189	6 189	6 189	6 189	6 189	6 189	6 189
	Outros créditos a receber	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Outflow</b>		-	313 746	332 052	331 632	331 632	333 117	339 393	340 134	340 529	343 513
Ano corrente											
	Fornecedores	-	151 451	151 451	151 451	151 451	151 451	151 451	151 451	151 451	151 451
	Gastos com Pessoal	-	96 443	96 443	96 023	96 023	96 023	96 023	96 023	96 023	96 023
	EOEP										
	IRC										
	IRS	-	19 836	19 836	19 836	19 836	19 836	19 836	19 836	19 836	19 836
	IVA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	TSU	-	36 279	36 279	36 279	36 279	36 279	36 279	36 279	36 279	36 279
	FCT	-	1 044	1 044	1 044	1 044	1 044	1 044	1 044	1 044	1 044
	Outros Gastos	-	8 694	8 694	8 694	8 694	8 694	8 694	8 694	8 694	8 694
Ano anterior											
	Fornecedores	-	-	8 780	8 780	8 780	8 780	8 780	8 780	8 780	8 780
	Gastos com Pessoal										
	EOEP										
	IRC	-	-	-	-	-	1 485	7 761	8 502	8 897	11 881
	IRS	-	-	3 306	3 306	3 306	3 306	3 306	3 306	3 306	3 306
	IVA	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	TSU	-	-	6 047	6 047	6 047	6 047	6 047	6 047	6 047	6 047
	FCT	-	-	174	174	174	174	174	174	174	174
	Outros Gastos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Print Screen 29 Mapa de Tesouraria (parte 1)

8. Mapa de Tesouraria										
<Quinta da Ruina>	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<b>Cash Flow de Financiamento</b>	<b>443 880</b>	<b>(38 002)</b>	<b>(47 120)</b>	<b>(45 508)</b>	<b>(43 896)</b>	<b>(42 284)</b>	<b>(40 672)</b>	<b>(39 060)</b>	<b>(37 448)</b>	<b>(35 836)</b>
<b>Inflow</b>	460 000	(0)	0	0	0	(0)	0	0	(0)	-
Capital e Prestações Suplementares	150 000	(0)	0	0	0	(0)	0	0	(0)	-
Financiamentos	310 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Outflow</b>	16 120	38 002	47 120	45 508	43 896	42 284	40 672	39 060	37 448	35 836
Financiamentos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Amortização de dívida	-	21 220	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000	31 000
Dividendos e juros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juros e Gastos Similares Suportados	16 120	16 782	16 120	14 508	12 896	11 284	9 672	8 060	6 448	4 836
<b>Cash Flow de Investimento</b>	<b>(455 100)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Inflow</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subsídio não reembolsável	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Outflow</b>	455 100	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ativos fixos	455 100	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cash no início do ano	0	10 000	129 251	149 797	172 478	196 884	221 540	241 655	262 741	285 150
Cash no final do ano	(11 220)	129 251	149 797	172 478	196 884	221 540	241 655	262 741	285 150	306 298
<b>Necessidades de Tesouraria</b>	<b>21 220</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Print Screen 31 . Mapa de Tesouraria (parte 2)

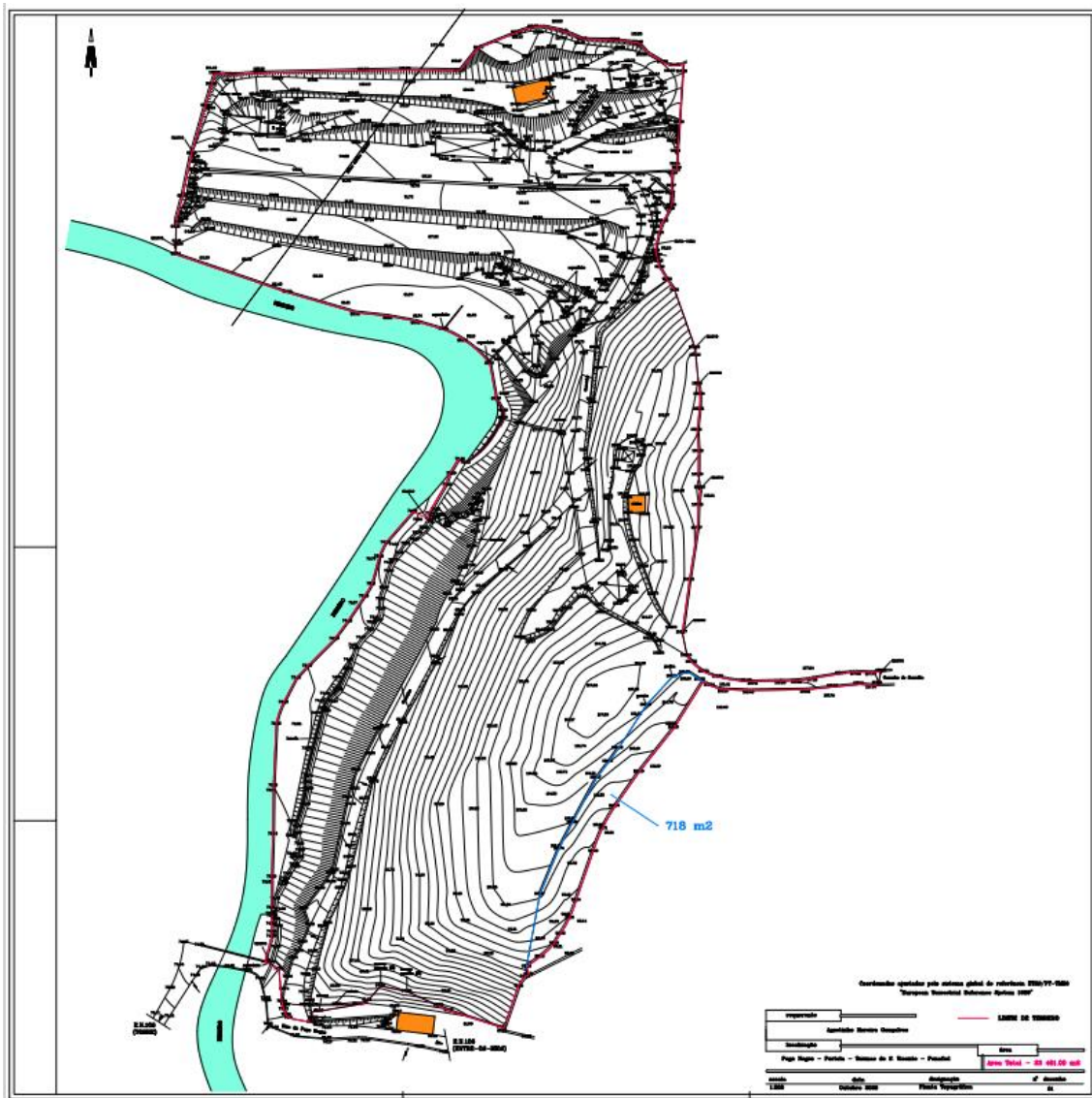
9. Capital Próprio										
<Quinta da Ruina>	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<b>Capital Próprio</b>	<b>150 000</b>	<b>150 000</b>	<b>150 000</b>	<b>150 000</b>	<b>150 000</b>	<b>150 000</b>	<b>150 000</b>	<b>150 000</b>	<b>150 000</b>	<b>150 000</b>
Capital Social	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Prestações suplementares	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Resultado Líquido	(16 120)	(6 586)	(5 327)	(3 193)	(1 467)	20 032	27 492	28 463	29 785	39 775
Resultados Transitados	-	(16 120)	(22 706)	(28 033)	(31 225)	(32 692)	(14 663)	10 079	35 696	62 502
Dividendos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Reservas legais	-	-	-	-	-	-	2 003	2 749	2 846	2 979
Outras Variações Capital Próprio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total Capital Próprio</b>	<b>133 880</b>	<b>127 294</b>	<b>121 967</b>	<b>118 775</b>	<b>117 308</b>	<b>137 340</b>	<b>164 831</b>	<b>193 294</b>	<b>223 080</b>	<b>262 855</b>
Variações Capital Próprio	133 880	(6 586)	(5 327)	(3 193)	(1 467)	20 032	27 492	28 463	29 785	39 775
Variações Capital Próprio (sem Prestações	133 880	(6 586)	(5 327)	(3 193)	(1 467)	20 032	27 492	28 463	29 785	39 775

Print Screen 30. Capital Próprio

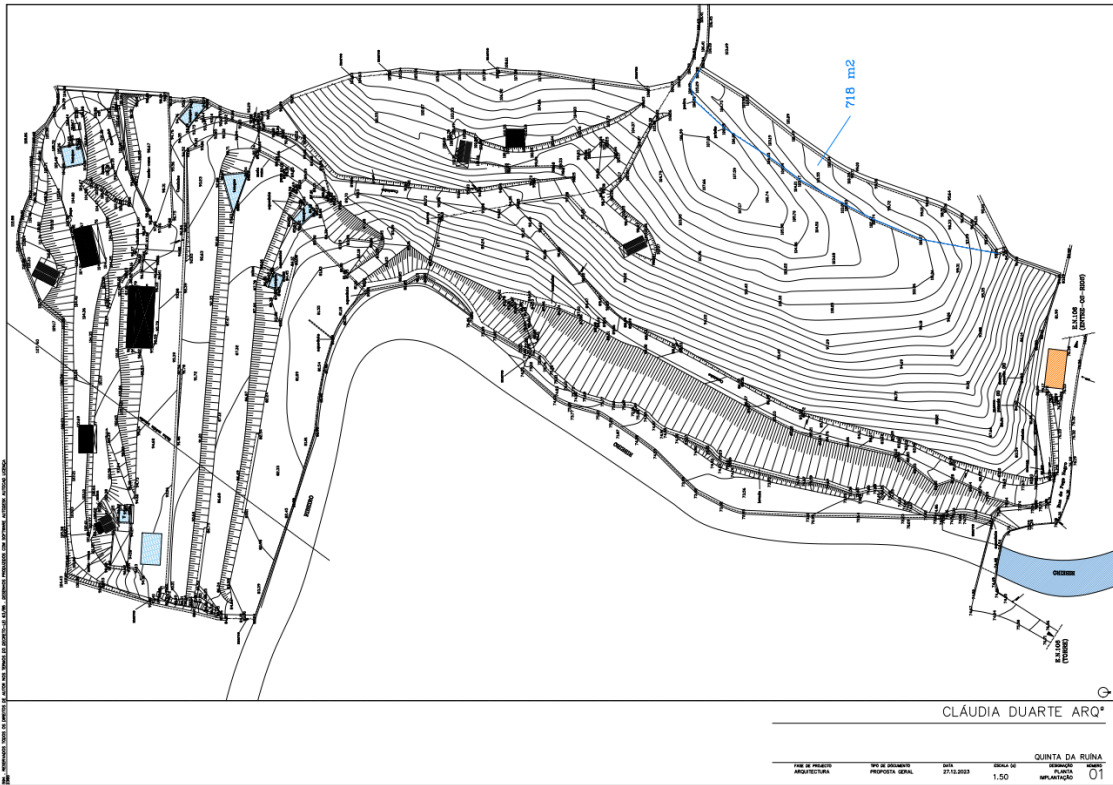
10. Anexo_Prejuízos Fiscais											
<Quinta da Ruína>											
	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	
<b>EBT (Resultado Antes de Impostos)</b>	(16 120)	(6 586)	(5 327)	(3 193)	(1 467)	21 517	35 252	36 965	38 682	51 656	
+ Imposto	-	-	-	-	-	(1 485)	(7 761)	(8 502)	(8 897)	(11 881)	
+ IRC	-	-	-	-	-	(1 420)	(7 423)	(8 132)	(8 510)	(11 364)	
+ Derrama Municipal	-	-	-	-	-	(65)	(337)	(370)	(387)	(517)	
<b>Resultado Líquido</b>	(16 120)	(6 586)	(5 327)	(3 193)	(1 467)	20 032	27 492	28 463	29 785	39 775	

Print Screen 32 Anexo\_Prejuízos Fiscais

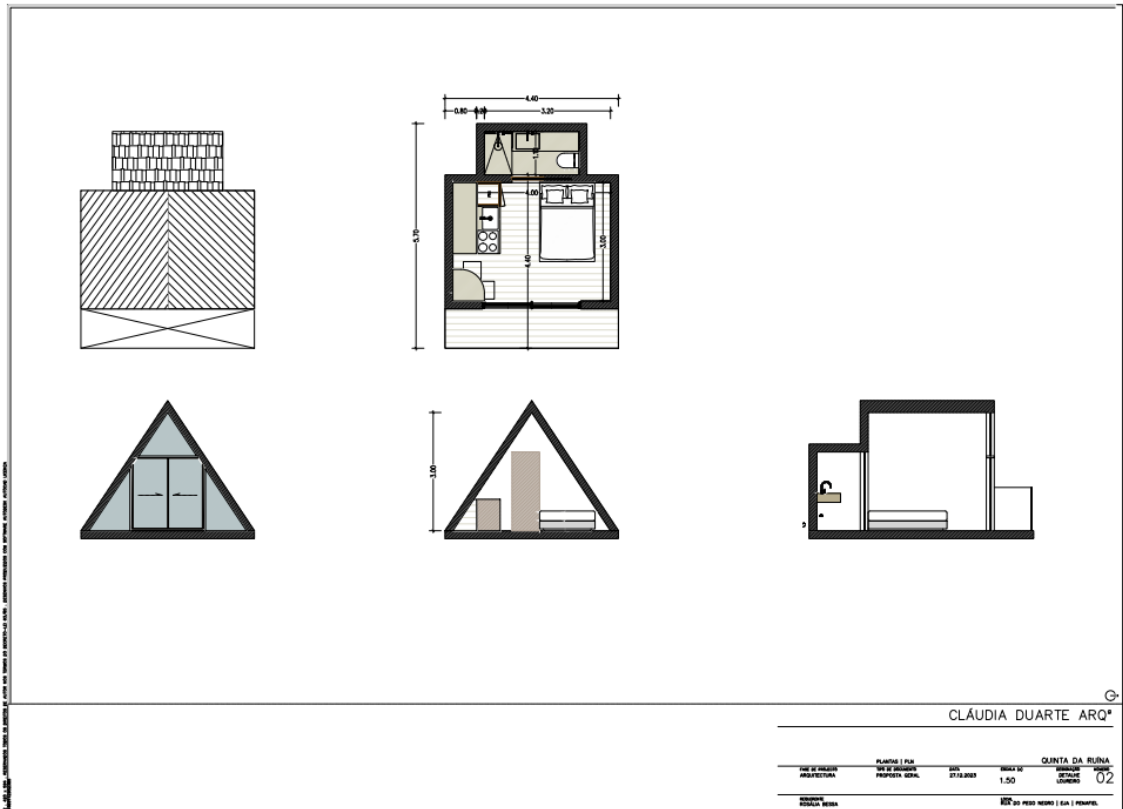
## Quinta da Ruína



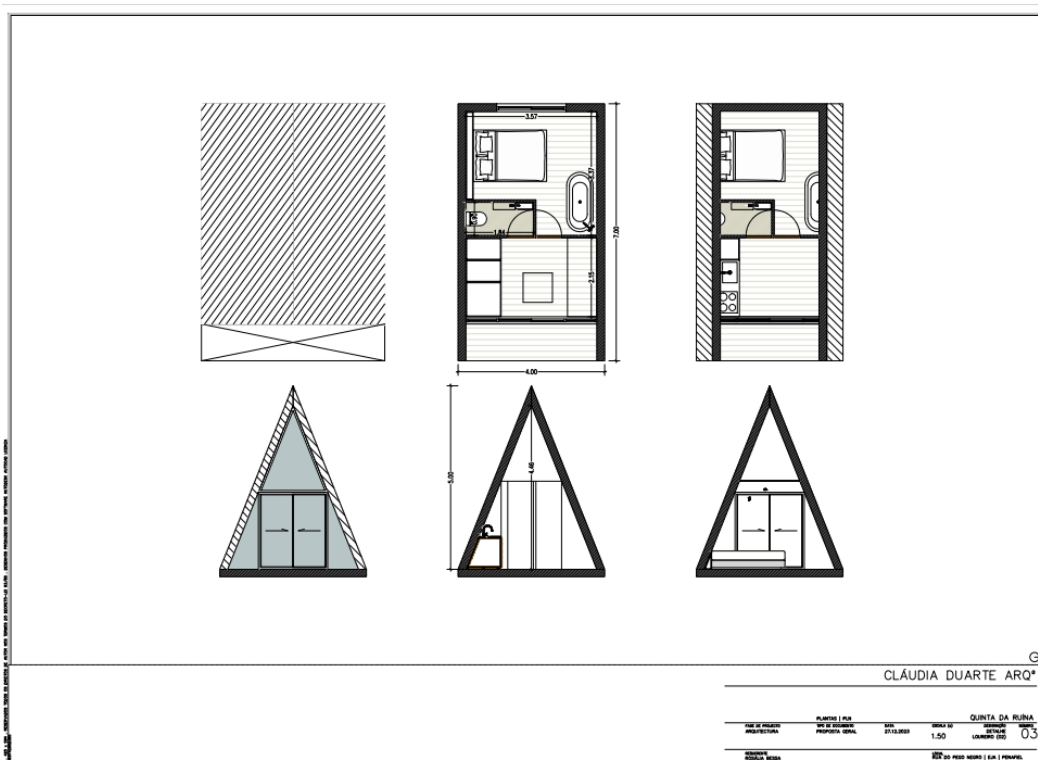
Print Screen 33- Levantamento Topográfico



Print Screen 34 Plano de alterações



Print Screen 35 bungalow tipo 1



Print Screen 36bungalow tipo 2



Print Screen 37Bungalow tipo 3



*Print Screen 38bungalow tipo 4*