



**INSTITUTO
FEDERAL**

Sergipe

INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE

CAMPUS ARACAJU

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO II

**CAMINHOS PARA A CRIAÇÃO E VIABILIDADE PARA IMPLANTAÇÃO DA
EMPRESA JÚNIOR NO CURSO DE TURISMO DO IFS**

José Augusto Alves dos Anjos Santos

Professor Mestre José Carlos Santos Cunha

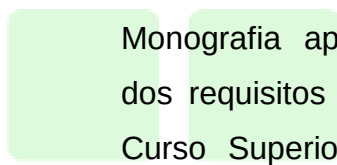
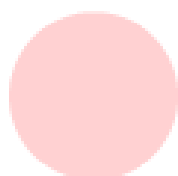
Sergipe

Aracaju,

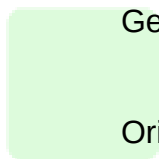
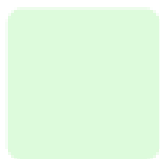
Dezembro de 2020

JOSÉ AUGUSTO ALVES DOS ANJOS SANTOS

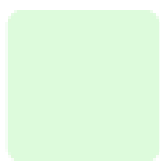
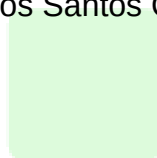
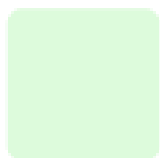
CAMINHOS PARA A CRIAÇÃO E VIABILIDADE PARA IMPLANTAÇÃO DA
EMPRESA JÚNIOR NO CURSO DE TURISMO DO IFS



Monografia apresentada como um dos requisitos para a conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo.

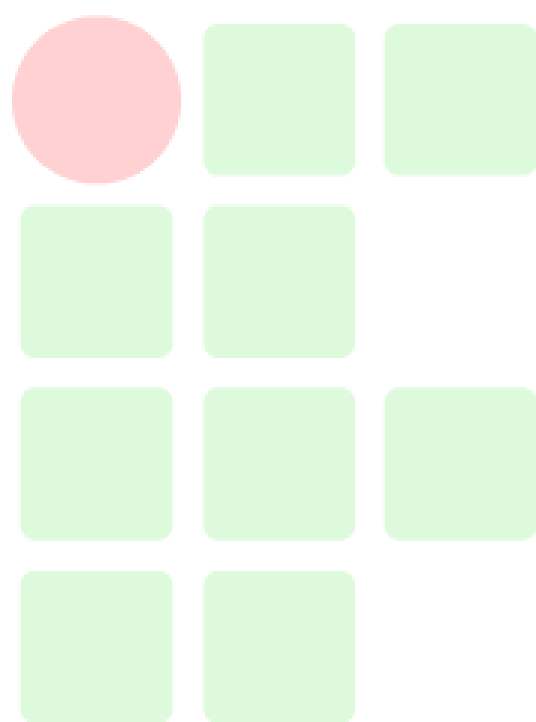


Orientação: Professor Mestre José Carlos Santos Cunha



INSTITUTO
FEDERAL
Sergipe

Aracaju/SE,
2020



**INSTITUTO
FEDERAL**
Sergipe

JOSÉ AUGUSTO ALVES DOS ANJOS SANTOS

CAMINHOS PARA A CRIAÇÃO E VIABILIDADE PARA IMPLANTAÇÃO DA
EMPRESA JÚNIOR NO CURSO DE TURISMO DO IFS

Monografia apresentada como um dos requisitos para a conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo.

Orientação: Professor Mestre José Carlos Santos Cunha

Aprovada em 14/12/2020

ASSINATURAS DOS MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA

Professor Mestre José Carlos Santos Cunha – Presidente da Comissão
Examinadora

1º Examinadora – Professora Doutora Nara Vieira de Souza

2º Examinador – Professor Doutor José Nilton de Melo



Dedico esta monografia, transformado em livro, a meu pai Vitor Alves dos Santos, a minha mãe Maria Edeltrudes Alves dos Anjos Santos e ao meu irmão Victor Hugo Alves dos Anjos Santos. A nossa história me inspirou a entrar em ressonância com o tema relacionado à Gestão Empresarial no ramo do Turismo.

Dedico este trabalho aos (às) meus (minhas) antepassados (as), aos (às) colegas de curso, aos (às) estudantes de graduação com interesse em experiências empresariais e a todos (as) os (as) profissionais da área turística.

Dedico este trabalho a mim e à DEUS, que tem me abençoado, provido meus dias com felicidade, com tudo que preciso e com tudo o que desejo.

AGRADECIMENTOS

Eu sou grato por morar no Planeta Terra, sou grato por ser humano, sou grato por ser homem, sou grato por ser hétero, sou grato pelo Sol, pelos astros, rios, oceanos, continentes, ilhas, animais, minerais, vegetação, humanos (as), seres vivos e toda forma de vida aqui encontrada. Sou grato por perceber como cada dia é um milagre e como cada momento é sagrado.

É incrível perceber como fui protegido diariamente da maioria dos problemas que as pessoas costumam comentar e difundir nas conversas negativas. Eu sou grato por ter sido protegido fisicamente, mentalmente, emocionalmente, espiritualmente e energeticamente de toda condição diferente da saúde, da liberdade, da verdade, da prosperidade, da segurança, do conhecimento, da harmonia, do entusiasmo, da libido, da felicidade, do amor, da paz e da alegria. Eu sou grato por ser solteiro, sem filhos ou sem filhas.

Sou extremamente grato a DEUS por cuidar da minha vida e da vida da minha família, nos dando amor, saúde, paz, alegria, prosperidade, alimento, vários tetos quitados e a oportunidade de viver situações incríveis e felizes.

Sou grato a todos (as) os (as) meus (minhas) ancestrais e a todos (as) os (as) ancestrais das outras pessoas por ajudarem a construir nosso mundo com fácil acesso a diversos tipos de conhecimentos e tecnologias. Sou grato por saber que nossos conhecimentos científicos, sociais, físicos, matemáticos, filosóficos, espirituais e muitos outros surgiram com o estudo do funcionamento perfeito da natureza, criados pela consciência maior que costumamos chamar de DEUS. Sou grato por considerar que a natureza já é perfeita.

Sou grato pela extrema facilidade que tenho com computação. Sou grato por ter múltiplas fontes de renda, até mesmo àquelas que me trazem dinheiro enquanto durmo. Sou grato por ser um excelente DJ de Psy ॐ Trance.

Sou grato pela descoberta da ozônioterapia, da auto-hemoterapia, da meditação, da Técnica Ressonância Harmônica, da Técnica Aura Máster e da Técnica Hertz, que têm realizado verdadeiros milagres na vida de muitas pessoas de forma acelerada.

Sou grato a todas as pessoas que fazem orações no Planeta Terra, inclusive àquelas orações com o objetivo de melhorar situações e manter a harmonia mundial.

AGRADECIMENTOS

Sou grato a todas as moléculas do meu corpo, a minha consciência, a minha inconsciência, ao princípio inteligente que me mantém perfeito, a todos os meus sentidos, a minha mente, ao alinhamento dos meus *chakras*, a cada parte móvel do meu corpo, ao meu campo vibracional e ao meu Eu Superior.

Sou grato por sempre dormir e acordar bem, tendo bons sonhos. Sou grato por sempre ter metas. Eu sou grato por ser fértil, viril e por ter porte atlético. Sou grato pela prosperidade que já possuo e a que vou conquistar.

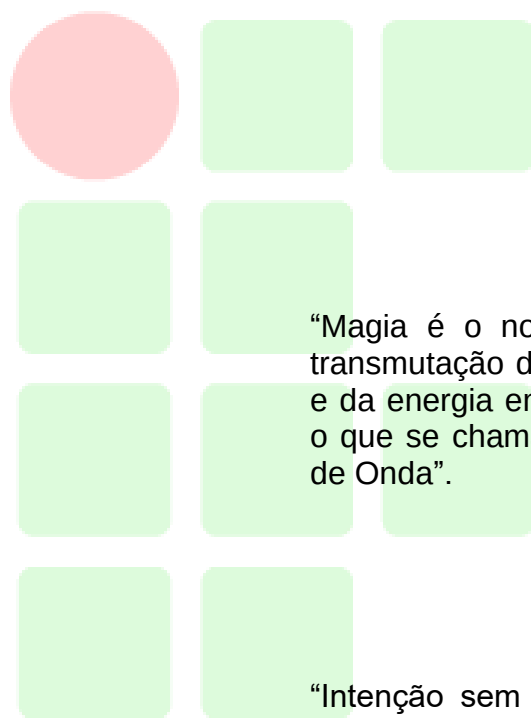
Sou grato a mim, pois sempre me alimentei de conhecimentos e experiências, me fazendo ser melhor a cada momento. Eu sou grato por me considerar uma pessoa entusiasmada, feliz, saudável, inteligente, abençoada e realizada. Sei que o sucesso depende, apenas, das escolhas que faço a cada momento. Sou grato por todas as limpezas e transmutações que fiz dos meus karmas, dos meus *chakras* e das minhas crenças limitantes.

Eu sou grato por atrair grande número de pessoas focadas em me fazer crescer positivamente. Essas pessoas possuem grande conhecimento, me inspiram e me ajudam de várias maneiras incríveis a fazer com que eu conquiste meus objetivos, metas e sonhos, me presenteando repetidas vezes.

Eu sou grato por ter uma saúde vocal excelente, por ter um tom de voz masculino poderoso e por melhorar minha dicção todos os dias, tanto para o idioma Português brasileiro como para os idiomas estrangeiros.

Eu sou grato por planejar profundamente o funcionamento da minha empresa 100% pessoal em forma de franquia na área de Operações Turísticas no Brasil, tendo como sócio o Governo Federal através do pagamento antecipando de todos os impostos devidos, participando de auditorias internas e externas com objetivo de melhorar a minha própria empresa e prestando serviços turísticos cada vez melhores a todas as pessoas apaixonadas pelo Turismo. Eu sou grato por todas as futuras palestras que irei ministrar, sou grato por todas as consultorias que farei e sou grato a todos os comentários que proferirei sobre Turismo, além de receber um milhão de Reais ao ano para realizar tais atividades, isso ou algo melhor.

Que DEUS abençoe nossa vida e desejo-lhe uma ótima leitura.
Atenciosamente, José Augusto Alves dos Anjos Santos.



“Magia é o nome que se dá para transmutação da matéria em energia e da energia em matéria. Também é o que se chama Colapso da Função de Onda”.

(Hélio Couto)

“Intenção sem ação é ilusão. Ouse fazer e o poder lhe será dado”.

(Lair Ribeiro)

“Para você pegar o peixe, você tem que colocar a isca que ele gosta e não a isca que ele precisa”.

(Érico Rocha)

“Viva como se fosse realidade”.

(Elainne Ourives)

“A graça de nosso Senhor Jesus Cristo esteja com todos vós! Amém!”.

(BÍBLIA, 2016)

RESUMO

Esta monografia aborda um estudo de viabilidade para implantar a Organização de Formação Acadêmica “Empresa Júnior” no Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo no Instituto Federal de Sergipe, Campus Aracaju. A Empresa Júnior foi comparada com outras duas Organizações de Formação Acadêmica: o Escritório Modelo e o Observatório Acadêmico. A Empresa Júnior é ideal para estudantes com interesse em aprendizagens empresariais, já que requer elevado grau de conhecimento, de aptidão, de técnica e de controle das situações que ocorrem dentro da empresa, prestando contas ao Governo no quesito financeiro, contábil e jurídico, exatamente como uma empresa real faria. Além disso, discentes envolvidos terão experiências na área empresarial e na área técnica ao prestar os serviços que estão em ressonância com as disciplinas ofertadas no curso. Como principais resultados desta monografia, foi elaborado um detalhado Plano de Negócio, um Estatuto Social, uma Planilha Contábil e Financeira, além de serem definidos dois tipos de Modelos de Negócio para a Empresa Júnior de Turismo do IFS.

Palavras-chave: Empresa Júnior; Turismo; Plano de Negócio; Modelo de Negócio; Business Model Canvas; Estatuto Social.

INSTITUTO
FEDERAL
Sergipe

ABSTRACT

This monograph addresses a feasibility study to implement the Academic Training Organization “Junior Company” in the Higher Course in Technology in Tourism Management at the Federal Institute of Sergipe, Campus Aracaju. The Junior Company was compared with two other Academic Training Organizations: the Model Office and the Academic Observatory. The Junior Company is ideal for students with an interest in business learning, since it requires a high degree of knowledge, aptitude, technique and control of the situations that occur within the company, rendering accounts to the Government in the financial, accounting and legal aspect, exactly like a real company would do. In addition, students involved will have experiences in the business and technical areas when providing services that are in line with the disciplines offered in the course. As the main results of this monograph, a detailed Business Plan, a Bylaws, an Accounting and Financial Spreadsheet were prepared, in addition to defining two types of Business Models for the IFS Junior Tourism Company.

Keywords: Junior Company; Tourism; Business plan; Business model; Business Model Canvas; Bylaws.

INSTITUTO
FEDERAL
Sergipe

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. Business Model Canvas.	100
Figura 2. Logotipo A.	101
Figura 3. Blusa A.	102
Figura 4. Organograma.	113
Figura 5. Exemplo Real de Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral.	123
Figura 6. Logotipo A.	132
Figura 7. Roupa A.	134
Figura 8. Crachá A.	134
Figura 9. Layout Interno 1.	146
Figura 10. Layout Interno 2.	146
Figura 11. Organograma da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.	157
Figura 12. Tela Inicial da Planilha Financeira e Contábil.	266
Figura 13. Variáveis Numéricas que podem ser modificadas.	267
Figura 14. Localização da aba “Revisão”	267
Figura 15. Localização da aba “Desproteger Planilha”	267
Figura 16. Local para digitar senha de desbloqueio da Planilha visualizada	268
Figura 17. Modelo de Botões de Transição entre abas da Planilha .	268

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Patrimônio Líquido Material.	164
Tabela 2. Faturamento por Viagem.....	169
Tabela 3. Custo Fixo Mensal.....	171
Tabela 4. Estimativa Mensal.....	172
Tabela 5. Estimativa de Salário Fixo Mensal.....	174
Tabela 6. Investimento Total para Iniciar.....	180
Tabela 7. Prazo de Retorno do Investimento.....	183
Tabela 8. Margem Líquida Mensal (Lucratividade Mensal).....	186
Tabela 9. Margem Bruta.....	187
Tabela 10. Margem de Contribuição (Lucro Bruto).....	188
Tabela 11. Índice de Margem de Contribuição.....	189
Tabela 12. Uso do Lucro Líquido Mensal.....	191
Tabela 13. Estimativa de Faturamento Anual.....	193
Tabela 14. Valor Presente Líquido da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.....	197
Tabela 15. Rentabilidade e Lucratividade Anual.....	199
Tabela 16. Ebitda (Lajida).....	202
Tabela 17. Estimativa de Fluxo Financeiro (5 Anos).....	204
Tabela 18. Valuation (Venture Capital).....	206
Tabela 19. Retorno Sobre Equidade (ROE).....	207
Tabela 20. Retorno sobre o Capital Investido (ROIC).....	209
Tabela 21. MARKUP (mensal).....	217
Tabela 22. TICKET MÉDIO.....	219
Tabela 23. Ponto de Equilíbrio por Viagem.....	221
Tabela 24. Principais Métricas.....	225
Tabela 25. Demonstrativo de Resultados.....	227
Tabela 26. Construção de Cenários.....	229
Tabela 27. Quantidade de Clientes.....	232

LISTA DAS ABREVIATURAS E SIGLAS

IFS – Instituto Federal de Sergipe

LDB – Lei de Diretrizes e Bases

MBA – *Master of Business and Administration*

ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas)

INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira

IES – Instituição de Ensino Superior

EMPREENG – Empresa Júnior de Engenharia do Instituto Federal de Sergipe Campus Aracaju

SERCIVIL – Empresa Júnior de Engenharia Civil

Serjúnior – Federação de Empresas Juniores de Sergipe

SOFTECH – Empresa Júnior em Tecnologia da Informação

EJ – Empresa Júnior

EMTUR – Escritório Modelo de Turismo

Emae – Escritório Modelo de Arquitetura e Engenharia

ONG – Organização Não-Governamental

MCDM - Multiple Criteria Decision Making

LDB - Lei de Diretrizes e Bases

IFSTEC – Programa de Empreendedorismo Inovador, Intraempreendedorismo e de Empresa Júnior

PROPEX/DRI – Pró-Reitoria de Pesquisa e Extensão/Diretoria de Relações Institucionais

MCTIC – Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações

Finep – Financiadora de Estudos e Projetos

CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

Confap – Conselho Nacional das Fundações Estaduais de Amparo à Pesquisa

CERTI - Centro de Referência em Tecnologias Inovadoras

UNIVALI – Universidade do Vale do Itajaí

EMAJ – Escritório Modelo de Assistência Jurídica

LISTA DAS ABREVIATURAS E SIGLAS

UFAL – Universidade Federal de Alagoas

CNPJ - Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas

PIBITI – Programa Institucional de Bolsas de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação

PIBIEX – Programa Institucional de Bolsas de Extensão Universitária

PIBIC – Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica

PROINEM - Programa de Apoio à Inovação Empreendedora

PROBEN - Programa de Bolsas em Inovação no Ensino

PDIR - Programa de Desenvolvimento e Inovação de Rotinas na Gestão Pública

PRONERA - Programa Nacional de Educação na Reforma Agrária

PIEI - Programa Institucional de Empreendedorismo Inovador

ICT – Instituições de Ciência e Tecnologia

C&T - Ciência & Tecnologia

CT&I – Ciência, Tecnologia & Informação

PD&I – Pesquisa, Desenvolvimento & Inovação

OST – Observatório de Ciências e Técnicas

OCES – Observatório da Ciência e do Ensino Superior

ONCTI – Observatório Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação

RICYT - Rede Latino Americano de Indicadores de Ciência e Tecnologia

ESTO – Observatório Europeu da Ciência e Tecnologia

OEA – Organização dos Estados Americanos

CYTED – Programa Ibero-Americano de Ciência e Tecnologia para o Desenvolvimento

ONCYT – Organismos Nacionais de Ciência e Tecnologia

MEC – Ministério da Educação

MEJ – Movimento Empresa Júnior

CNEJ - Conceito Nacional de Empresas Júnior

ENEJ – Encontro Nacional das Empresas Juniores

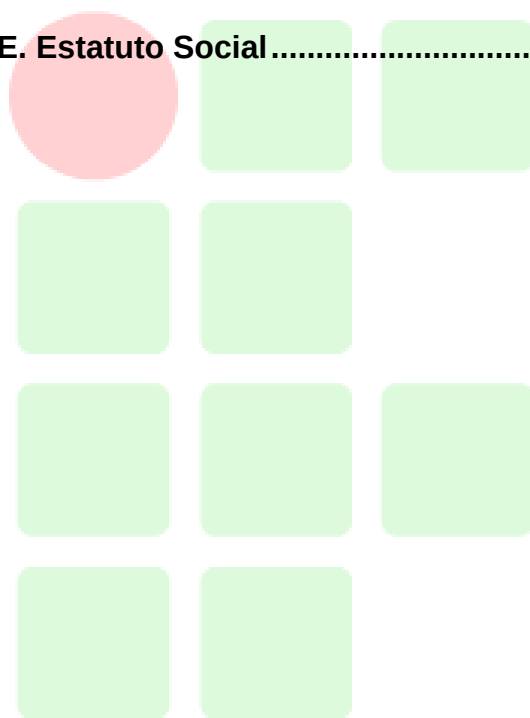
JUCESE – Junta Comercial do Estado de Sergipe

FCPJ – Ficha Cadastral de Pessoa Jurídica

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	17
1.1. Justificativa.....	21
1.2. Objetivos	25
2. RECORTE METODOLÓGICO	27
2.1. Questões de Pesquisa e Procedimentos Metodológicos	28
2.2. Métodos e Técnicas de Análise	32
3. BASES TEÓRICAS E OS MARCOS LEGAIS DAS ORGANIZAÇÕES DE FORMAÇÃO ACADÊMICA	37
3.1. Escritório Modelo	38
3.2. Observatório.....	43
3.3. Empresa Júnior	48
4. AS NUANCES DA EMPRESA JÚNIOR NO ÂMBITO DO IFS	60
4.1. Regulamento das Empresas Júniores no Âmbito do IFS	62
5. RESULTADOS E DISCUSSÕES	64
5.1. Os caminhos para a criação e viabilidade para implantação da Empresa Júnior no curso de turismo do IFS.....	64
5.1.1. Modelos de Negócio e Plano de Negócio da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe	65
5.1.2. Planilha Financeira e Contábil da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe	66
5.1.3. Estatuto Social da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.....	68
5.1.4. Estratégias para a Gestão da Empresa Júnior de Turismo no IFS	68
5.2. Síntese dos Resultados e Discussões	72
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	86
REFERÊNCIAS	88

APÊNDICE A. Business Model Canvas.....	100
APÊNDICE B. Modelo de Negócio.....	101
APÊNDICE C. Plano de Negócio.....	114
APÊNDICE D. Planilha Financeira e Contábil.....	264
APÊNDICE E. Estatuto Social.....	269



**INSTITUTO
FEDERAL**
Sergipe

1. INTRODUÇÃO

O Turismo é uma atividade que se enquadra no campo econômico pela sua capacidade geradora de emprego e renda. No campo acadêmico é considerado um fenômeno social que requer uma compreensão sistêmica e interdisciplinar. A formação do profissional de turismo dar-se no âmbito das áreas de conhecimentos com foco na gestão.

A gestão utiliza de vários conceitos das mais diversas áreas de conhecimento humano, principalmente as ferramentas encontradas na Administração. No Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, o conceito e a aprendizagem de várias nuances encontradas sobre o termo "gestão" fazem parte de quase todas as disciplinas do curso, voltadas para a formação e perfil profissional, sobretudo, em empresas, em consultorias e no empreendedorismo.

Independente do tipo de empresa existente é fato que a gestão faz parte do principal fator de contínuo funcionamento das organizações empresariais. A gestão tem como premissa manter toda a entidade em harmonia administrativa, garantindo que cada parte da organização funcione corretamente e de acordo com as capacidade técnicas internas.

Para a formação profissional, o curso de Turismo do Instituto Federal de Sergipe (IFS) dispõe de uma estrutura com laboratórios e atividades práticas que permitem a interação da teoria e da prática. Entretanto, é necessário ampliar as estratégias de formação acadêmica, sobretudo, que permita uma vivência universitária com o mundo do trabalho. Nesta perspectiva esta monografia se propôs a apresentar a Empresa Júnior de Turismo como organização de formação acadêmica que permite desenvolver atividades práticas interativas com o mundo do trabalho, dessa forma, contribuindo com a formação acadêmica do (a) discente.

De acordo com os artigos 1º e 2º da Lei de Diretrizes e Bases (LDB) da Educação Nacional (BRASIL, 1996), a educação vincula vida familiar, convivência humana, ambiente de trabalho, instituições de ensino, instituições de pesquisa, prática social, além de, nos artigos 39 a 42, organizar a educação profissional no território nacional do Brasil. Tecnólogo, Bacharelado e

Licenciatura são as modalidades de cursos ofertados no Ensino Superior, de acordo com a LDB. Cada uma das modalidades tem um direcionamento, seja ele acadêmico ou profissional.

Nos diferentes graus de organização da educação profissional encontrada na LDB, existe a formação de nível superior tecnológica, que “[...] devem estar de acordo com as diretrizes curriculares nacionais estabelecidas pelo Conselho Nacional de Educação” (§ 3º do Art. 39, BRASIL, 1996). Além disso, os cursos de formação superior tecnológica possibilitam o prosseguimento em cursos de mestrado, doutorado e MBA’s (MEC, 2018a).

As referências anteriores deixam claro que os cursos superiores de tecnologia desenvolvem conhecimentos mais dinâmicos, práticos e contextualizados com o mundo do trabalho, sendo uma das alternativas de curso mais procuradas por pessoas que já estão trabalhando na área e que desejam ascender profissionalmente. A criação do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Sergipe foi motivada pelo reconhecimento da necessidade de uma formação acadêmica direcionada ao mundo do trabalho além do potencial turístico encontrado em Sergipe, em especial na capital Aracaju (IFS, 2018a).

Dos diversos saberes já ofertados pelo Ensino Superior, existe a extensão universitária, que “[...] é compreendida como uma atividade acadêmica que pressupõe a integração entre a comunidade universitária e a sociedade, sob formas de programas, projetos, cursos, eventos, publicações entre outras” (PASSAGLIO *et al*, 2016, p. 24).

As organizações de formação acadêmica podem se constituir através de organizações que, no âmbito universitário, podem ser consideradas como Organizações de Formação Acadêmica. Essas organizações de formação acadêmica possuem, como parte de seu funcionamento, serviços que integram a comunidade universitária com a sociedade, melhorando a formação do (a) discente ao prepará-lo (la) para o mundo do trabalho além de tornar prático a formação superior do (a) Tecnólogo (a) em Turismo.

Essa praticidade na formação acadêmica do (a) Tecnólogo (a) não ficará apenas nos limites da Coordenação do Curso, mas exigirá a necessidade de Organizações de Formação Acadêmica que possam melhorar a formação do (a) discente, através de intercâmbios com a comunidade, via as

organizações de formação acadêmica, promovendo as disciplinas do curso através de atividades práticas usualmente encontradas no meio empresarial.

Das diversas extensões universitárias existentes no Brasil, esta monografia compara três Organizações de Formação Acadêmica: a Empresa Júnior, o Observatório e o Escritório Modelo.

Cada uma dessas organizações tem uma finalidade. Esta pesquisa comparou os três tipos de atividades através de treze aspectos pré-estabelecidos e focou na proposta de implantação de uma Empresa Júnior no Instituto Federal de Sergipe. Informações burocráticas relevantes foram elaboradas para que se tornasse viável a implantação da Empresa Júnior no curso de Turismo do IFS. Além disso, todos os documentos servem de modelos de implantação burocrática e de estudo em implantações de Empresas Juniores nas outras instituições de ensino e nos outros cursos de graduação que necessitam de um texto como base.

O foco na Empresa Júnior ocorreu devido à diferença que acarreta na formação do (a) discente pela quantidade de experiências que é gerada durante a jornada de extensão, cotendo experiências profissionalizantes aprofundadas mais detalhas e específicas que as outras aqui estudadas e contribuindo para a intermediação do (a) discente com o mundo do trabalho. Além disso, a possibilidade de todos os (as) docentes usarem seus conhecimentos e experiências em uma empresa dentro da própria instituição de ensino, de forma presencial e não virtual, potencializará o conhecimento final do (a) aluno (a) em sua formação acadêmica.

Esta monografia tem como objetivo o estudo de viabilidade para criação e implantação de uma Empresa Júnior no curso de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, Campus Aracaju. De acordo com o Livro I da Confederação Brasileira de Empresas Juniores – Brasil Júnior¹, empresa júnior é “uma empresa formada por estudantes de graduação que prestam projetos para micro e pequenas empresas” (BRASIL JÚNIOR, 2015a, p. 6).

¹ A Brasil Júnior, ou Confederação Brasileira de Empresas Juniores, é a instância representativa do Movimento Empresa Júnior do Brasil e é uma pessoa jurídica de direito privado, associação civil, sem fins lucrativos, com sede e foro na cidade de Brasília, Distrito Federal (CARVALHO, Nádia, 2018).

Os (as) discentes que fizerem parte da Empresa Júnior terão destaque no mundo do trabalho já que antecipa a prática empresarial e as técnicas profissionais proporcionando vivências mercadológicas que muitos (as) só veem quando vão atuar após se formarem (CARVALHO, 2018).

Vale ressaltar que as três Organizações de Formação Acadêmica estudadas neste trabalho são de caráter presencial, que diferente do ensino a distância, o ensino presencial conta com interações pessoais constantes e, caso a instituição de ensino superior ofereça organizações de formação acadêmica, o (a) discente poderá se envolver nestas modalidades de ensino para aprimorar seus conhecimentos e experiências.

Para facilitar a implantação da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe: foi explicado o modo de funcionamento de uma Empresa Júnior no Item Recorte Teórico e os Marcos Legais das Organizações de Formação Acadêmica; foi elaborado um Modelo de Negócio no estilo visual, conhecido como Business Model Canvas (Apêndice A), amplamente usado pelo SEBRAE; foi feito um Modelo de Negócio no estilo textual (Apêndice B); foi elaborado um Plano de Negócio (Apêndice C) detalhando como a empresa funcionará; foi feita uma Planilha Eletrônica Financeira e Contábil de todas as variáveis financeiras e de todas as variáveis contábeis da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, aqui apresentada em formato de figuras (Apêndice D); e foi elaborado um Estatuto Social (Apêndice E) detalhando como a empresa funcionará juridicamente.

Todas as informações dos Modelos de Negócio, do Plano de Negócio, do Estatuto Social e da Planilha Eletrônica Financeira e Contábil podem ser modificadas, a depender da situação no momento do estudo desta monografia para a implantação.

Em algumas partes desta monografia, o estilo da redação está baseado no modelo de relatório da auditoria operacional², apontando fatos que podem ser melhorados ou descontinuados, a depender da administração da entidade. A auditoria pode parecer estranha para muitas pessoas que não estão acostumadas aos procedimentos e relatórios gerados, construindo uma

² A auditoria tem como objetivo apontar a eficácia da entidade em cumprir os objetivos, programas, metas, legalidade e conformidade com os padrões a que está vinculada (OLIVEIRA, 1996; TCU, [201-?]; IAABRASIL, 2019).

visão negativa sobre ela. Porém, a quantidade de informações geradas pela auditoria serve para evitar desperdício de tempo e desperdício de recursos financeiros, isso quando a gestão souber interpretar as informações geradas.

A estrutura deste trabalho está baseada nos critérios de elaboração de monografia definidos pelo IFS (IFS, 2018a) e definida pelas normas da ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas).

A proposta do estudo de criação e viabilidade de implantação da Empresa Júnior foi definida através de justificativas e com base em objetivos, os quais são descritos a seguir.

1.1. Justificativa

Esta monografia tem como principal objetivo o estudo de viabilidade de criação e implantação de uma Empresa Júnior no curso de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, Campus Aracaju. Esta Empresa Júnior favorecerá o aprendizado empreendedor e profissional dos (as) discentes do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, Campus Aracaju, que estão interessados (as) em adquirir experiências práticas e teóricas do dia a dia de uma empresa do ramo Turístico, além de possuir atividades práticas que contribuam para a formação do (a) discente, visto que o Turismo é uma atividade social e econômica.

O interesse por este tema de monografia surgiu devido ao fato de já existir interesse na área do Turismo, no empreendedorismo e na gestão empresarial. Além disso, a atração pelo curso Tecnológico e não Bacharelado na área de Turismo foi devido ao fato do curso tecnológico ser mais voltado às operações turísticas práticas e a sua relação com as atuais tecnologias envolvidas com o Turismo.

Porém, o principal foco desde a entrada no IFS foi a gestão de empresas particulares, a consultoria e a auditoria. Diferente do interesse pessoal de estudo, o que foi encontrado durante a maioria das aulas no IFS foi um foco na gestão pública. Somado a isso, a baixa quantidade de estágios remunerados para os (as) discentes de Turismo no Estado de Sergipe criou um grande incômodo, já que existe conhecimento pessoal suficiente para saber

que esta realidade de estágios remunerados poderia ser modificada utilizando as estratégias corretas e legais já existentes no mundo do trabalho.

Diante disso, esta monografia foi escrita para proporcionar um compilado com vários documentos burocráticos para serem avaliados, adaptados e implantados nas Instituições de Ensino Superior com interesse na organização de formação acadêmica denominada Empresa Júnior, facilitando o acesso aos estágios remunerados para a maior quantidade de estudantes possíveis. Dessa forma, modificando a realidade pessoal, profissional e, para muitas pessoas, a realidade financeira, pois antecipará o intercâmbio do (a) discente ao mundo do trabalho, promovendo segurança pelas atividades práticas vivenciadas.

Vários (as) estudantes de diversos cursos do Instituto Federal de Sergipe têm como fonte principal de renda os estágios acadêmicos a que está vinculado (a). Há uma grande quantidade de estudantes de baixa renda no IFS que necessitam da ajuda financeira gerada pelos estágios remunerados, o que potencializa o interesse pelos estudos, aumenta o engajamento da realidade social, além de ajudar nas despesas da alimentação, do transporte, da comunicação e da vestimenta, itens essenciais no modelo de aprendizagem acadêmico presencial.

Para que seja implantada a organização de formação acadêmica chamada Empresa Júnior, é necessário que ela seja comparada com outras organizações já existentes na Coordenação de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, que atualmente são o Escritório Modelo de Turismo e o Observatório de Turismo. Além dessa comparação, docentes, discentes e o IFS devem ter interesse em sua implantação, já que a Empresa Júnior depende de muito comprometimento e de várias pessoas envolvidas.

De acordo com a notícia do Jornal Cinform, publicada em Fevereiro de 2019, existiam em Sergipe 29 Empresas Juniores, nas quais 10 estavam federadas e 19 não estavam federadas à organização Brasil Júnior no ano de 2019. “A federalização funciona como um resguardo de órgão de classe das EJs, representando, desenvolvendo e regulamentando as atividades de grupo” informa a Presidente da Federação de Empresas Juniores de Sergipe (SERJÚNIOR), Sarah Raquel Araújo (CINFORM, 2019). Só no IFS existem, em

2020, 4 Empresas Juniores (IFS, 2012; IFS, 2016a; IFS, 2017a; IFS, 2017b IFS, 2019a;).

O Instituto Federal de Sergipe possui um documento oficial do tipo Resolução que dispõe sobre o Regulamento das Empresas Juniores no âmbito do Instituto Federal de Sergipe, aprovado em 15 de Novembro de 2019 (IFS, 2019b).

Até a publicação deste estudo, não foi possível encontrar resoluções ou documentos no Instituto Federal de Sergipe que regulem Escritórios Modelos ou Observatórios.

Sobre Escritórios Modelos, o IFS conta com dois projetos implementados: o Escritório Modelo de Turismo, chamado EMTUR, gerenciado pela Coordenação de Turismo do Campus Aracaju (IFS, 2019a); e o Escritório Modelo no IFS, Campus Estância do curso de Engenharia Civil, que se chama Escritório Modelo de Arquitetura e Engenharia (Emae) do Campus Estância (CREA-SE, 2017).

O Escritório Modelo de Arquitetura e Engenharia (Emae), da Coordenação de Engenharia Civil do IFS, Campus Estância, possui um artigo publicado (ASSUNÇÃO, 2018) explicando como o mesmo foi criado, seus principais objetivos além de citar conclusões sobre seu funcionamento.

De acordo com a Resolução Nº 31 do IFS, “[...] o EMTUR tem um formato diferenciado, pois atua no campo de prestação de serviços de consultoria em turismo para empresas privadas, ONG’s, prefeituras e comunidades locais” (IFS, 2018d).

Com este estudo, é possível obter uma tabela para comparação de cada uma das três organizações de formação acadêmica, de acordo com treze aspectos de comparação pré-definidos, gerando informações necessárias e selecionadas para a decisão de escolha de implementação de uma das três organizações de formação acadêmica, de acordo com o perfil de interesse dos (as) discentes, docentes e da Instituição de Ensino Superior. A construção do Quadro de comparação entre as três organizações de formação acadêmica facilita o estudo e a tomada de decisão das coordenações dos cursos de Ensino Superior interessadas em implantar uma das três organizações de formação acadêmica.

O atual cenário do mundo do trabalho no Brasil exige uma amplidão de conhecimentos e competências com bastantes experiências práticas. Tais características podem ser aprimoradas em uma organização empresarial na própria Instituição de Ensino, capacitando os (as) discentes a obterem formação profissional de turismo com experiência prática na gestão e na rotina diária de uma empresa.

A vivência destas competências na esfera de ensino superior destacará os (as) discentes envolvidos (as) no mundo do trabalho, evidenciando o fato de que facilitará: o empreendedorismo, o gerenciamento de empresas existentes; e as experiências profissionais. Terminar a graduação com tais competências facilitará o posicionamento no melhor cargo ou vai criar o interesse pela abertura de uma nova empresa e sua consequente geração de empregos.

Entende-se que a implantação da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe trás consigo os seguintes objetivos:

- Execução de ações que contribuem para o ensino, para a pesquisa e para a extensão;
- Aplicação prática dos conhecimentos adquiridos nas diversas disciplinas ofertadas no curso Gestão de Turismo;
- Hábitos e comportamentos necessários para atuar na área empresarial, para os (as) discentes envolvidos (as);
- Prestação de serviços de qualidade para a sociedade, com destaque para serviços de impacto social, ambiental, educacional ou de impacto econômico;
- Valorização profissional do curso Gestão de Turismo entre as outras Instituições de Ensino Superior de Turismo no Estado de Sergipe, na região Nordeste e em todo território nacional;
- Reconhecimento no mundo do trabalho para os (as) discentes e para os (as) docentes envolvidos (as);
- Maior envolvimento entre os (as) discentes, docentes e o Trade Turístico do Estado de Sergipe;
- Destaque curricular aos (às) docentes envolvidos (as);
- Maior número de vagas de estágio aos (às) discentes de graduação na própria Instituição de Ensino Superior;
- Mais interação de aprendizagem entre discentes e docentes;

- Inúmeros estudos de caso interno da Empresa Júnior para publicação de artigos em revistas e periódicos;
- Fortalecimento do trabalho em grupo;
- Destaque na imprensa local e nacional para todas as pessoas envolvidas nesta Empresa Júnior;
- Reconhecimento de Bancos, Instituições de Financiamento, Investidores (as) Anjo para os (as) discentes que desejarem desenvolver futuros projetos empresariais na área de turismo;
- Um exemplo de Empresa Júnior para ser implementada pelos outros cursos do Instituto Federal de Sergipe nas suas respectivas áreas de aprendizagem;
- Modelo de projeto para ser replicado por outras unidades de ensino superior em todo o território nacional;
- Modelo de estrutura burocrática para ser usado em todas as Empresas Juniores do Brasil que não possuem Plano de Negócio, Estatuto Social e Modelos de Negócio.

1.2. Objetivos

A presente monografia foi desenvolvida a partir de intenções defendidas como objetivos: geral e específicos.

Geral

- Estudar a viabilidade de criação e implantação da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe com vista a contribuir academicamente com a formação prática dos (as) discentes do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFS, intermediando estudantes com o mundo do trabalho.

Específicos

- Comparar, através de aspectos pré-definidos, as Organizações de Formação Acadêmica: Empresa Júnior, Escritório Modelo e Observatório;
- Comparar os modelos já existentes das Organizações de Formação Acadêmica vinculadas ao Instituto Federal de Sergipe

e ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFS, além de verificar os regulamentos institucionais internos;

- Construir um quadro comparativo entre as três Organizações de Formação Acadêmica para facilitar a tomada de decisão dos principais clientes: discentes, docentes, coordenação do curso e Instituição de Ensino Superior;
- Definir um Modelo de Negócio para a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe no estilo textual e no estilo visual (*Business Model Canvas*);
- Definir um Plano de Negócio para a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;
- Definir um Estatuto Social para a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;
- Estruturar uma Planilha Eletrônica de todas as variáveis financeiras e contábeis para a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

INSTITUTO
FEDERAL
Sergipe

2. RECORTE METODOLÓGICO

A construção desta monografia deu-se a partir dos seguintes procedimentos metodológicos:

1. Levantamento Bibliográfico

Através da busca de referências, seleção de autores e escrita do Recorte Teórico e de outras partes da monografia.

2. Entrevistas

Através da busca de participantes em pelo menos uma das três organizações de formação acadêmica, seleção de perguntas, estudo das respostas das perguntas e resumo das respostas através de técnicas específicas.

3. Elaboração da Versão Preliminar da Monografia

Com o levantamento bibliográfico e com as entrevistas já realizadas, foi feita a elaboração da versão preliminar da monografia, através do software Microsoft® Word 2007, apresentando como primeiro resultado o Quadro 1 do subitem 5.2., que representa uma comparação das 3 organizações de formação acadêmica em comparação com 13 aspectos de implantação definidos previamente.

4. Elaboração dos Apêndices desta Monografia

Com a versão preliminar da monografia elaborada, foi feita a construção de todos os apêndices desta monografia. De início foi elaborado o *Business Model Canvas* do Apêndice A. Em sequência foi elaborado o Plano de Negócio do Apêndice C em conjunto com a elaboração da Planilha Financeira e Contábil através do software Microsoft® Excel 2007. Depois foi elaborado o Modelo de Negócio do Apêndice B, foi elaborado o Apêndice D, trazendo informações e capturas de tela da Planilha Financeira e Contábil construída em outro software (Microsoft® Excel 2007) e foi elaborado o Estatuto Social do Apêndice E.

5. Revisão da Monografia

Foi feita uma revisão do conteúdo da monografia, várias vezes, para combinar todas as informações escritas, adequando-se as normas técnicas e jurídicas específicas.

2.1. Questões de Pesquisa e Procedimentos Metodológicos

A principal questão de pesquisa desta monografia é: *De que maneira a criação e implantação da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe contribui para a formação acadêmica do Gestor de Turismo, promovendo a interação com o mundo do trabalho?*

As três organizações de formação acadêmica comparadas são: Empresa Júnior; Escritório Modelo; Observatório Acadêmico. A comparação das três organizações de formação acadêmica utilizou pesquisas bibliográficas, pesquisas documentais, entrevistas com coordenadores (as) de cursos de ensino superior, entrevistas com docentes e entrevistas com discentes envolvidos (as) em pelo menos uma das organizações de formação acadêmica, representando o universo das entrevistas, usando 13 aspectos de comparação.

Foram realizadas entrevistas com 3 coordenadores de Cursos de Ensino Superior, com 2 docentes, com 5 discentes e com 1 representante (Presidenta) da Federação de Empresas Juniores de Sergipe (SERJÚNIOR), representando a amostra das entrevistas. Todas as pessoas entrevistadas possuem envolvimento com pelo menos uma das três organizações de formação acadêmica.

As entrevistas com os (as) coordenadores (as), com os (as) docentes e com os (as) discentes envolvidos (as) em pelo menos uma das três organizações de formação acadêmica foram feitas através da abordagem: de troca de e-mails; de entrevistas presenciais; de troca de mensagens escritas e em áudios através de aplicativos de *smartphone*.

Inicialmente foi definido que haveria entrevistas com pessoas diretamente ligadas a um dos modelos de organizações de formação acadêmica, utilizando um filtro de informações para diminuir a quantidade de entrevistados (as) e otimizar o tempo dedicado a fazer as entrevistas. Este filtro de informações está diretamente ligado às experiências que cada docente e discente obteve ao participar de uma das três organizações de formação acadêmica. Quanto maior a experiência a pessoa entrevistada obteve, maior o interesse em entrevistá-la.

Para a realização das entrevistas, foi utilizada a técnica de amostragem intencional em todas as entrevistas, já que se sabia quem era o público de

interesse: pessoas envolvidas com pelo menos uma das três organizações de formação acadêmica (DATAUSER, [200-]).

Ou seja, foi utilizada uma amostra não probabilística, já que não houve uma aleatoriedade para a escolha de um elemento da população, mas houve uma escolha intencional determinada por ordem do pesquisador (SOMATEMATICA, [202-?],³). A técnica selecionada para a realização das entrevistas chama-se *snowball*, que é definida por:

[...] uma forma de amostra não probabilística utilizada em pesquisas sociais onde os participantes iniciais de um estudo indicam novos participantes que por sua vez indicam novos participantes e assim sucessivamente, até que seja alcançado o objetivo proposto (o 'ponto de saturação'). O 'ponto de saturação' é atingido quando os novos entrevistados passam a repetir os conteúdos já obtidos em entrevistas anteriores, sem acrescentar novas informações relevantes à pesquisa (WHA, 1994 *apud* BALDIN & MUNHOZ, 2011).

Aos (às) coordenadores (as), docentes e a representante da Federação de Empresas Juniores de Sergipe, basicamente, buscou-se saber:

- O motivo da criação da organização de formação acadêmica;
- O tempo de implantação;
- A documentação burocrática para leitura;
- A forma de localizar, de forma pública, dos documentos citados;
- A burocracia necessária entre coordenação e Instituição de Ensino Superior;
- A carga horária dos docentes envolvidos;
- A remuneração envolvida;
- A fonte dos investimentos em equipamentos físicos e, ou do fluxo de caixa;
- A forma de convocação de discentes interessados (as);
- O tipo de vínculo entre discente e a organização;
- A estruturação da gestão;
- Os tipos de serviços oferecidos;
- O número de docentes e de discente envolvidos (as);

³ A escrita "[202-?]" indica que a publicação desta fonte de pesquisa ocorreu em "década provável", de acordo com a seção 8.6.2. da NBR 6.023 de 2002 (ABNT, 2002). Todas as outras partes desta monografia seguirão este procedimento, quando necessário.

- As vantagens e desvantagens da organização de formação acadêmica;
- A limitação jurídica.

Aos discentes, buscou-se saber:

- A motivação de criação da organização;
- A motivação para fazer parte da organização;;
- O tempo de envolvimento;
- As vantagens e desvantagens;
- A forma de recrutamento;
- Os tipos de serviço oferecido;
- As mudanças estratégicas utilizadas.

A análise das informações geradas pelas entrevistas foi feita através do método Análise de Conteúdo, que de acordo com Baldin (1972, p. 37) *apud* Faxina (2014, p. 93):

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (qualitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 1972, p. 37 *apud* FAXINA, 2014, p. 93).

O uso da técnica Análise de Conteúdo gerou uma categorização das informações de acordo com os treze aspectos de comparação usados para a construção do quadro comparativo entre as três organizações de formação acadêmica (ALVES & SILVA, 1992). A técnica Análise de Conteúdo é uma abordagem qualitativa, “utilizando especialmente a indução e a intuição como estratégias para atingir níveis de compreensão mais aprofundados dos fenômenos que se propõe a investigar” (MORAES, 2011, p. 2).

As informações pesquisadas, tanto bibliográficas quanto as oriundas das entrevistas, serviram para montar um quadro comparativo (Item 5.2.) entre os três modelos. Na sequência, foi feita uma verificação descritiva das vantagens e desvantagens de cada modelo analisando o quadro comparativo, discutindo as estratégias de cada modelo, as possibilidades junto à

coordenadoria do curso, de acordo com objetivos, possibilidades e interesses dos (as) envolvidos (as), inclusive a Instituição de Ensino Superior.

Para garantir que o principal objetivo desta monografia seja alcançado, modelos de documentos burocráticos foram elaborados servindo de auxílio para estudar a viabilidade de criação e implantação da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe com vista a contribuir academicamente com a formação prática dos (as) discentes do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFS, intermediando estudantes com o mundo do trabalho. Todos os modelos de documentos burocráticos estão nos apêndices desta monografia.

O *Business Model Canvas* (Apêndice A) foi escrito com base no que foi definido pelo SEBRAE (2014). “O canvas é uma ferramenta visual utilizada para criar modelos de negócios, a partir de nove blocos que representam as principais áreas de uma empresa: clientes, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira” (SEBRAE, 2014, p. 11).

Como existem diversos serviços que podem ser oferecidos pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, a construção do *Business Model Canvas* levou em consideração apenas o serviço de Viagem Rodoviária através de um ônibus com 44 lugares. De acordo com as referências do SEBRAE já citadas, ao ofertar um novo serviço, a Empresa Júnior deverá, como sugestão do SEBRAE, construir um novo *Business Model Canvas* para cada novo serviço.

O Modelo de Negócio do Apêndice B foi elaborado para se adequar a realidade de entendimento dos (as) discentes dos cursos de Turismo do IFS, possuindo uma média de informações entre o descrito no Apêndice A (*Business Model Canvas*) e no Apêndice C (Plano de Negócio). Esta escolha foi baseada no fato de que o Plano de Negócio é muito extenso e complexo para a maioria dos (as) discentes. E o *Business Model Canvas* é muito simples e com pouco detalhamento das 9 principais áreas estudadas.

A Leitura e o estudo do Plano de Negócio do Apêndice C é ideal para discentes que desejam ocupar os cargos de Direção e Presidência da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe. Os outros cargos encontrados na Empresa Júnior podem obter conhecimento através do *Business Model Canvas* ou através do Modelo de Negócio do Apêndice B. O

Plano de Negócio foi estruturado para ofertar diversos serviços em consonância com as diversas disciplinas do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFS. Contudo, dos diversos serviços remunerados que a Empresa Júnior pode ofertar, foi escolhido o serviço de Viagem Rodoviária com ônibus de 44 lugares para compor a construção de todos os cálculos encontrados no Plano de Negócio.

Com objetivo de facilitar o estudo e a comparação das centenas de cálculos encontrados em todas as tabelas da Planilha Financeira e Contábil do Apêndice D, foi estabelecido que haveriam apenas 9 variáveis numéricas para serem modificadas por qualquer pessoa que fosse estudar esta planilha. Variáveis estas que estão relacionadas com mais de 27 tabelas na Planilha, alterando todos os cálculos quando as 9 variáveis numéricas são modificadas.

De todas as atividades que a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe poderia desenvolver para obter recursos financeiros, para a construção da Planilha Financeira e Contábil, foi utilizada a atividade de Passeio Rodoviário com Ônibus de 44 lugares.

As 9 variáveis numéricas que podem ser modificadas na planilha são:

1. Quantidade de Clientes Pagantes (por ônibus);
2. Valor do Serviço Turístico (por cliente);
3. Quantidade de Viagens de Ônibus (mensal);
4. Souvenirs (valor unitário por cliente);
5. Lanche (valor unitário por cliente);
6. Almoço (valor unitário por cliente);
7. Seguro Viagem (valor unitário por cliente);
8. Aluguel de ônibus (valor unitário por cliente);
9. Guia de Turismo.

O Estatuto Social (Apêndice E) foi escrito para a realidade de Sergipe com base em outros três Estatutos Sociais de Empresas Juniores já existentes e em pleno funcionamento no território brasileiro (UNINORTE, 2013; UFG, [201-]; FLUCIANOFEIJAO, 2016).

2.2. Métodos e Técnicas de Análise

Este estudo obteve informações através da pesquisa bibliográfica, da pesquisa documental e de entrevistas, em conjunto com o método comparativo de literatura e publicações, com o objetivo de avaliar e de comparar as organizações de formação acadêmica neste estudo.

Depois do levantamento teórico, foi feita um quadro comparativo das três organizações de formação acadêmica (Item 5) com a finalidade de facilitar a tomada de decisão dos (as) discentes, dos (as) docentes, da Coordenação de Graduação e da Instituição de Ensino Superior interessada em implantar um dos três modelos de atividade de extensão na Instituição de Ensino Superior da qual faz parte, utilizando 13 aspectos de comparação:

- 1. Finalidade;
- 2. Vantagens;
- 3. Desvantagens;
- 4. Estratégia de Implantação;
- 5. Tempo previsto de implantação do projeto;
- 6. Autonomia;
- 7. Recursos Financeiros;
- 8. Controle Financeiro;
- 9. Número de envolvidos;
- 10. Limite de atuação jurídica;
- 11. Recebimento de recursos financeiros pelos envolvidos;
- 12. Carga horária dos docentes;
- 13. Carga horária dos discentes.

Os 13 aspectos de comparação foram escolhidos utilizando o MCDM (*Multiple Criteria Decision Making* – Múltiplos Critérios de Tomadas de Decisão) encontrada na finalidade da “Comparação Teórica⁴” (GUITOUNI, A. & MARTEL, J., 1998 *apud* GUGLIELMETTI *et al*, 2003). Os métodos de MCDM são melhores aproveitados quando os seguintes fatores são considerados: como os critérios serão julgados; escolha de pesos para cada critério; forma de tratar o peso de cada critério (GUGLIELMETTI *et al*, 2003, p. 958).

Apesar de estes fatores conseguirem tornar o MCDM mais complexo, necessitando a presença de software específico para isso, só o fato de como os critérios podem ser julgados serve de base para a escolha dos 13 aspectos

⁴ Comparação Teórica: “este tipo de comparação se dá com base no estudo dos métodos, principalmente no que diz respeito à aplicabilidade. Leva em conta, por exemplo, o tipo de dados que podem ser usados, o custo e o tempo de aplicação do método, os tipos de escalas que podem ser utilizados e a disponibilidade de software no mercado, entre outros fatores” (GUGLIELMETTI *et al*, 2003, p. 957).

de comparação das 3 organizações de formação acadêmica encontradas nesta monografia, adaptando e simplificando este método para a realidade deste trabalho. A escolha dos 13 aspectos de comparação teve como base as informações encontradas nos 4 e-books disponibilizados pela Brasil Júnior, adequando-se ao contexto estudado (JÚNIOR, 2015a, 2015b, 2015c e 2015d).

Com a definição dos 13 aspectos de comparação das 3 organizações de formação acadêmica com suas devidas explicações, foi feita uma discussão final a respeito das informações apresentadas.

No Apêndice A encontra-se o Modelo de Negócio no estilo visual, amplamente usado pelo SEBRAE em todo território nacional, chamado de *Business Model Canvas*. De acordo com o SEBRAE, o *Business Model Canvas* representa visualmente aspectos de uma empresa, definindo a capacidade de produzir, capturar e entregar valor à clientela.

De acordo com Alexandre Osterwalder *apud* SEBRAE, (2013, p. 12), “Um Modelo de Negócios descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor por parte de uma organização”, e por conter informações de um negócio, o Modelo de Negócio é entendido como a descrição de um sistema, já que um sistema contém partes que precisam estar integradas para um ótimo funcionamento.

Ao final da construção do *Business Model Canvas* haverá uma visão ampla de como a empresa irá operar no mundo do trabalho além de verificar quais fluxos e processos tornará o negócio possível. O *Business Model Canvas* serve para empresas que não existem e serve para planejar novos serviços e produtos de empresas já existentes.

As 9 áreas de preenchimento do *Business Model Canvas* são: 1. Proposta de Valor; 2. Segmento de Clientes; 3. Os Canais; 4. Relacionamento com Clientes; 5. Atividade Chave; 6. Recursos Principais; 7. Parcerias Principais; 8. Fontes de Receita; 9. Estrutura de Custos (SEBRAE, 2017).

Existe uma sequência padronizada de preenchimento destas 9 áreas com objetivo de facilitar a construção das informações no *Business Model Canvas*.

Das diversas funções do *Business Model Canvas*, a principal é a simplicidade de estruturação do Modelo de Negócio para facilitar futuras mudanças de informações. As funções secundárias são: permite a visualização

da estruturação da empresa; permite a antecipação de estratégias para fazer a empresa realizar vendas; serve como um protótipo da empresa antes de se chegar a versão final (SEBRAE, 2017).

No Apêndice B encontra-se o documento que estrutura o Modelo de Negócio, de forma textual, da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe. Foi definido um Modelo de Negócio no estilo textual devido à necessidade de se ter mais informações que o *Business Model Canvas* e menos informações do que o Plano de Negócio, com objetivo de aumentar o entendimento das (os) discentes de Turismo interessadas (os) em aprofundar o conhecimento de outros aspectos da Empresa Júnior, visto no *Business Model Canvas*, mas sem todo o detalhamento presente no Plano de Negócio.

No Apêndice C encontra-se o documento que estrutura o Plano de Negócio da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe. Para o SEBRAE, a principal diferença entre Modelo de Negócio e Plano de Negócio é:

[...] Modelo de Negócios precede a elaboração do plano de negócios. É por meio da análise e reflexão sobre ele que será possível perceber se a ideia original terá validade, se todas as partes se encaixam formando verdadeiramente um sistema.

Portando, o modelo descreve a lógica de criação do negócio, quer dizer, mostra que o raciocínio e a interconexão das partes fazem sentido. Nesse ponto, deverá ser muito bem explorada a questão da entrega e captura de valor. A entrega diz respeito à forma de recebimento da oferta pelo cliente e a captura do valor refere-se à possibilidade de receber o retorno de como o cliente está percebendo o que está sendo entregue.

O plano de negócios descreve a forma como o negócio será construído, com etapas, prazos, planilhas de custos, receitas etc. (SEBRAE, 2013b, p. 13).

O Plano de Negócio (Apêndice C) foi escrito com base nas seguintes fontes: o Livro “Construindo planos de negócio” (SALIM, 2005); o TCC do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo da Universidade Federal do Paraná com o título “Plano de Negócios para uma Agência de Turismo” (ROMÃO, MARIANO, 2015); e o *E-book* “Como Elaborar um Plano de Negócios” (SEBRAE, 2013a).

No Apêndice D encontram-se figuras do tipo “captura de tela⁵” da Planilha Financeira e Contábil da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, elaborada no software Microsoft® Excel 2007, contendo

⁵ Captura de Tela: método de fotografia digital de toda a tela de um monitor de imagens (WIKIPEDIA, 2020).

variáveis financeiras e variáveis contábeis da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe. A Planilha⁶ Financeira e Contábil da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe (Apêndice D) foi elaborada para subsidiar as informações necessárias para a construção de todos os cálculos financeiros envolvidos no Plano de Negócio.

No Apêndice E encontra-se o Estatuto Social da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, que foi organizado seguindo as regras definidas para a Elaboração e Construção de Leis, definida pela Lei Complementar nº 95 de 26 de Fevereiro de 1998 (BRASIL, 1998b).

O Estatuto Social (Apêndice E) da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe levou em consideração três outros Estatutos Sociais criados e aprovados, exclusivamente, para Empresas Juniores de Instituições de Ensino Superior no território brasileiro:

- Centro Universitário do Norte, município de Manaus, Estado Amazonas, no país Brasil (UNINORTE, 2013);
- Universidade Federal de Goiás – Regional de Itajaí, município de Itajaí, Estado Goiás, no país Brasil (UFG, [201-]⁷);
- Faculdade Luciano Feijão, município de Sobral, Estado Ceará, no país Brasil (FLUCIANOFEIJAO, 2016).

Os Apêndices A, B, C, D e E aqui descritos, representam produtos tecnológicos⁸ e representam modelos de documentos burocráticos para serem seguidos, modificados ou adaptados para a realidade do curso interessado em implantar uma das três organizações de formação acadêmica na Instituição de Ensino Superior.

⁶ Planilha “é uma coleção de linhas e colunas, que formam diversas células. Quando uma linha e uma coluna se encontram, elas formam uma célula. As células são usadas para gravar dados. Cada célula é identificada de maneira exclusiva usando o endereço de uma célula. As colunas geralmente são rotuladas com letras, enquanto as linhas geralmente são números” (TUODOEXCEL, 2020).

⁷ A escrita “[200-]” indica que a publicação desta fonte de pesquisa ocorreu em “década certa”, de acordo com a seção 8.6.2. da NBR 6.023 de 2002 (ABNT, 2002). Todo trabalho seguiu este mesmo padrão de referência.

⁸ “Produto tecnológico é um ‘objeto tangível’ com elevado grau de novidade fruto da aplicação de novos conhecimentos científicos, técnicas e expertises desenvolvidas no âmbito da pesquisa na PG, usados diretamente na solução de problemas de empresas produtoras de bens ou na prestação de serviços à população visando o bem-estar social” (CAPES, 2019 p. 22).

3. BASES TEÓRICAS E OS MARCOS LEGAIS DAS ORGANIZAÇÕES DE FORMAÇÃO ACADÊMICA

Nesta seção é apresentado o referencial teórico sobre Escritório Modelo, Observatório e Empresa Júnior.

Essas instâncias podem ser compreendidas como Organizações de Formação Acadêmica já que constituem um grupo de acadêmicos (docentes e discentes) que se organizam para contribuir com ações no âmbito do ensino, da pesquisa e da extensão. É no campo da extensão que essas organizações podem contribuir com maior afinco, visto que suas ações se concretizam muito mais no campo da praticidade, sobretudo com a participação e integração com a comunidade externa, desta forma auxiliando na formação e capacitação dos profissionais dos cursos de graduação ao qual pertencem.

Dentre as diversas finalidades da Educação Superior no Brasil, a Lei de Diretrizes e Bases informa que:

VII - promover a extensão, aberta à participação da população, visando à difusão das conquistas e benefícios resultantes da criação cultural e da pesquisa científica e tecnológica geradas na instituição. (VII do Art. 43, BRASIL, 1996).

De acordo com a Resolução nº 7, de 18 de Dezembro de 2018 do Ministério da Educação (MEC, 2018c), as Diretrizes para as Atividades de Extensão da Educação no Nível Superior seguirá os artigos da referida resolução.

No artigo 3º da Resolução supracitada encontra-se a definição do MEC para Extensão Universitária:

Art. 3º A Extensão na Educação Superior Brasileira é a atividade que se integra à matriz curricular e à organização da pesquisa, constituindo-se em processo interdisciplinar, político educacional, cultural, científico, tecnológico, que promove a interação transformadora entre as instituições de ensino superior e os outros setores da sociedade, por meio da produção e da aplicação do conhecimento, em articulação permanente com o ensino e a pesquisa. (Art. 3º, BRASIL, 2018).

No Art. 77 da mesma Lei nº 9.394/1996, foram estabelecidas premissas políticas para o fomento e para o subsídio da extensão através do Poder

Público, inclusive com custeio financeiro, como as bolsas de estudo (MEC, 2018b).

Além disso, encontra-se no Art. 8º da Resolução nº 7/2018 do MEC as modalidades que as atividades de extensão podem se vincular:

Art. 8º As atividades extensionistas, segundo sua caracterização nos projetos políticos pedagógicos dos cursos, se inserem nas seguintes modalidades:

I - programas;

II - projetos;

III - cursos e oficinas;

IV - eventos;

V - prestação de serviços

Parágrafo único. As modalidades, previstas no artigo acima, incluem, além dos programas institucionais, eventualmente também as de natureza governamental, que atendam a políticas municipais, estaduais, distrital e nacional (Art. 8º, BRASIL, 2018).

Todas as modalidades do Art. 8º da Resolução nº 7/2018 do MEC podem ser praticadas por qualquer uma das Organizações de Formação Acadêmica estudadas nesta monografia (Art. 8º, BRASIL, 2018).

Os próximos subitens referem-se às informações encontradas de forma digital das três Organizações de Formação Acadêmica: Escritório Modelo, Observatório e Empresa Júnior.

3.1. Escritório Modelo

De acordo com pesquisas feitas, até a publicação desta monografia, é inexistente um documento técnico ou jurídico que informe e modele o funcionamento de um Escritório Modelo no território brasileiro. O que existe é uma convenção implícita entre as Instituições de Ensino Superior que propõe, com explicações desconexas, um modelo teórico de como um Escritório Modelo deve funcionar. Estas informações desconexas são percebidas comparando as diversas publicações acadêmicas sobre o assunto.

O Escritório Modelo do curso Engenharia Civil no Estado de Santa Catarina é um caso de sucesso, presta serviços gratuitos ao mundo do trabalho, proporciona ao (à) discente a aplicação prática dos conhecimentos obtidos no curso e demonstra o bom funcionamento desta atividade de extensão pela satisfação dos (as) clientes (SALLES, 2004).

Sobre a área jurídica do Escritório Modelo de Engenharia Civil no Estado de Santa Catarina, Sales, 2004 informa que:

[...] O Escritório Escola, por ser uma entidade social, sem fins lucrativos, baseada nos princípios de oferecer uma oportunidade aos acadêmicos de graduação do curso de Engenharia Civil para atuar na prática de engenharia, calçados pelo regimento interno da universidade, não pode se responsabilizar legalmente e judicialmente pelos trabalhos executados. Este, talvez, seja um dos grandes e importantes assuntos a serem tratados pelos Conselhos Regionais, em conjunto com as universidades (SALLES, 2004, p. 4-5).

Outro caso de sucesso é o Escritório Modelo do Curso de Direito da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), que oferece serviços gratuitos através do acesso à justiça para a população de baixa renda na região que fica no entorno da UFAL, fazendo os (as) discentes atuarem como agentes do Estado ao prestar um serviço de natureza pública, devidamente acompanhados (as) por profissionais da área jurídica e da área social (SANTOS, 2018).

O Professor Doutor Barros Neto que ajudou a implantar o Escritório Modelo de Turismo no Instituto Federal de Sergipe (Barros, 2010) informa que:

Os Escritórios Modelos são alternativas de intensificar o relacionamento aluno/escola/comunidade; criação de mecanismos de valorizar e divulgar a instituição de ensino no mercado de trabalho; vivenciar a aplicação prática dos conhecimentos teóricos; criar alternativa de facilitar o ingresso de futuros profissionais no mercado, colocando-os em contato direto com seu mercado de trabalho; desenvolver uma cultura dentro do IFS visando o desenvolvimento, no corpo discente, empreendedores e lideranças, com responsabilidade social (BARROS, 2010, p. 4).

O Escritório Modelo também pode ser implantado em cursos técnicos, exatamente como ocorreu com o Curso Técnico em Edificações do Instituto Federal do Paraná, colocando os (as) discentes para terem experiências profissionais nas diversas áreas que existem na construção civil (OLIVEIRA, 2019).

Dessa forma, Escritório Modelo pode ser entendido como uma organização de formação acadêmica que aproxima discentes ao mundo do trabalho através da criação de um grupo acadêmico vinculado a Instituição de Ensino Superior que aplica os conhecimentos, de forma gratuita, das diversas disciplinas do curso nas diversas demandas do mundo do trabalho.

Conforme já ressaltado anteriormente, os Escritórios Modelos estão capacitados a realizarem todas as modalidades previstas no Art. 8º da Resolução nº 7/2018 do MEC (MEC, 2018c).

As pesquisas feitas mostraram que não existem informações que comprovem que há remuneração pela prestação de serviços entre Escritório Modelo e o mundo do trabalho.

A remuneração aos (às) discentes é feita através do estágio remunerado entre discente e Instituição de Ensino Superior, através de convênios intermediados pela Instituição de Ensino Superior.

Vale ressaltar que o Escritório Modelo facilita o (a) discente a conquistar um estágio já que o local de estágio, geralmente, encontra-se na própria Instituição de Ensino Superior. Essa comodidade facilita o (a) discente a chegar a tempo no estágio já que ele (a) já está habituado (a) com o deslocamento físico até a Instituição de Ensino. Em alguns casos, o (a) discente faz estágio voluntário no Escritório Modelo.

De acordo com as pesquisas realizadas, o Escritório Modelo:

- Não possui CNPJ;
- Está vinculado à Instituição de Ensino Superior;
- Funciona como extensão da coordenação do curso interessado, prestando serviços gratuitos ao mundo do trabalho.

A organização de implantação do Escritório Modelo pode ser definida como a criação de grupo de pessoas estipulando cargos e funções com as respectivas atribuições, direitos e deveres.

A coordenação seleciona um (a) docente orientador (a) para gerenciar e controlar todas as informações do Escritório Modelo reportando o que for necessário à Coordenação do curso ou à Instituição de Ensino Superior. Em alguns casos, um ambiente de trabalho físico é selecionado especialmente para o funcionamento do Escritório Modelo dentro da própria Instituição de Ensino.

Os modelos de funcionamento dos Escritórios Modelos pesquisados utilizam as aprendizagens das disciplinas para solucionar problemas reais no mundo do trabalho, utilizando discentes para realizar tal atribuição. O projeto de implantação de um Escritório Modelo não foi encontrado durante as

pesquisas realizadas, mostrando que este modelo funciona de forma informal, com as atribuições das funções e dos cargos sendo definidas internamente pela Coordenação e a Instituição de Ensino Superior.

Ou seja, todos os documentos que informam como a empresa foi criada ou como é o modo de funcionamento estão arquivados em cada Instituição de Ensino Superior, não sendo publicados em artigos, em monografias ou qualquer outro tipo de documento de domínio público com poder de ser acessado através da internet.

Os serviços oferecidos pelo Escritório Modelo vão depender do interesse do (a) orientador (a) e da coordenação do curso, de acordo com as demandas do mundo do trabalho, obtendo resultados específicos em cada caso.

Por não ter uma dinâmica igual a uma empresa real, os Escritórios Modelos ficam muito tempo em ociosidade, até encontrar um serviço a ser desenvolvido, necessitando de atenção, compromisso e interesse dos (as) discentes.

A montagem da forma de organização e funcionamento do Escritório Modelo utiliza critérios que são usados pelo Modelo de Negócios do tipo textual, critérios estes que são usados por uma empresa real⁹, mesmo que os (as) pesquisadores (as) não tenham citado isso.

Para a implantação de um Escritório Modelo é necessário definir:

- Quem será o (a) docente orientador (a);
- Qual a demanda do mercado a ser focada;
- Quantos (as) discentes serão necessários (as);
- Que documentos devem ser necessários para iniciar o Escritório Modelo;
- Como ocorrerá a burocracia de instalação do Escritório Modelo;
- Quais são as atribuições e funções de todos (as) os (as) envolvidos (as);
- Como será feita a prestação dos serviços oferecidos;

⁹ Nota do autor: Já que o Escritório Modelo não possui um documento oficial que a define e explica como deve ser implantada, o autor utilizou alguns critérios para montagem de uma empresa através da estrutura formal de um Modelo de Negócio.

- Qual a carga horária total, diária e semanal de cada pessoa envolvida;
- Como o (a) discente e o (a) docente serão remunerados (as);
- Como deverá ser organizado o ambiente de trabalho físico;
- De que forma ocorrerá a divulgação dos serviços;
- O que é esperado como resultado final do projeto;
- Quais materiais físicos são necessários para iniciar o Escritório Modelo;
- De que forma ocorrerá a aquisição dos materiais físicos;
- Como o (a) discente deverá ser selecionado (a).

Segundo Barros (2010), “os princípios normativos adotados pelo Escritório Modelo opõem-se completamente ao conceito de empresa júnior, uma vez que busca-se atender à comunidade sem qualquer remuneração” (BARROS, 2010, p. 10). Dessa forma, os Escritórios Modelos funcionam como uma prestadora de serviços gratuitos, fazendo o discente obter experiências reais de aprendizagem antes de concluir sua graduação.

Escritório Modelo também pode ser entendido como um grupo organizado dentro da Coordenação do Curso de Ensino Superior com objetivo de setorizar virtualmente, através do título “Escritório Modelo”, os diversos editais dos quais a coordenação faz parte.

Esses editais podem ser selecionados de diversos programas de convênio com a Instituição de Ensino Superior, como:

- PIBITI (Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação);
- PIBIEX (Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Extensão Universitária);
- PIBIC (Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica);
- PROINEM (Programa de Apoio à Inovação Empreendedora);
- PDIR (Programa de Desenvolvimento e Inovação de Rotinas na Gestão Pública);
- PROBEN (Programa de Bolsas em Inovação no Ensino);
- PRONERA (Programa Nacional de Educação na Reforma Agrária);

- PIEI (Programa Institucional de Empreendedorismo Inovador), entre outros convênios.

As atividades desenvolvidas pelo Escritório Modelo de Turismo do Instituto Federal de Sergipe (EMTUR), uma média de um projeto por ano, encontradas na internet são:

- Seminário sobre Turismo e Desenvolvimento em Ambientes Costeiros (IFS, 2016b);
- Semana Acadêmica de Turismo de 2018 (IFS, 2018b);
- Mesa redonda sobre experiências de uma viagem realizada em países na América do Sul (IFS, 2018c);
- Ação educativa na Barra dos Coqueiros (IFS, 2019c).

Não foi encontrado site próprio, perfil em redes sociais ou página exclusiva no site oficial do IFS sobre o Escritório Modelo de Turismo do IFS.

3.2. Observatório

Da mesma forma que o Escritório Modelo não possui um documento técnico ou jurídico que informe e modele o funcionamento de um Escritório Modelo no território brasileiro, o modelo de atividade de extensão chamado de Observatório também não possui. O que existe é uma convenção implícita entre as Instituições de Ensino Superior que propõe um modelo teórico de como um Observatório deve funcionar, encontradas através de informações desconexas das diversas publicações acadêmicas sobre este assunto.

De acordo com o Dicionário Priberam, observatório pode ser entendido como (PRIBERAM, 2020):

1. Lugar de onde se observa;
2. Edifício científico equipado para a observação de determinados fenômenos;
3. Instituição que se dedica à observação, acompanhamento ou divulgação de determinados fenômenos ou informação;
4. Ato ou efeito de observar (PRIBERAM, 2020).

De acordo com pesquisa feita por Zaffalon (2018), “observatório é definido como um modelo facilitador da interação entre as Universidades, o

setor produtivo e o poder público”, além disso, o observatório oferece resultados relevantes e atualizados sobre as pesquisas realizadas, proporcionando um ambiente ideal para a inovação e o aprendizado (ANTUNES e MANGUEIRA, 2005, *apud* ZAFFALON, 2018, p. 25).

Segundo ampla pesquisa feita por SCHMIDT e SILVA (2018), sobre Observatório como instrumento de prospectiva estratégica para as Instituições de Ciência e Tecnologia (ICTs), os observatórios acompanham a evolução de uma situação ou de uma tema estratégico relacionados ao tempo e ao espaço, com diferentes tipos de observatórios, a exemplo de observatórios promovido por empresas, promovido por organizações sociais, promovido pela administração pública e promovidas pelas instituições de ensino.

Além disso, os observatórios servem como local de documentos, de análise de informações para gerar resultados e de interpretação entre o setor público e o setor privado SCHMIDT, SILVA (2018).

Continuando as pesquisas, SCHMIDT e SILVA, (2018), informam que os Observatórios podem ser criados como uma ferramenta prospectiva, ou seja, uma ferramenta que procura prever situações futuras da sociedade, com abrangência de pesquisa em nível micro, médio e macro, principalmente no setor de ciência, tecnologia e informação. A principal desvantagem do Observatório é a dependência de estar vinculada a uma instituição, obrigando-o a estar atento às mudanças.

No artigo publicado por SCHMIDT e SILVA em 2018, foi definido e explicado o motivo da criação de um observatório para Instituições de Ciência e Tecnologia além de definir um modelo de funcionamento de um observatório, com o objetivo de: identificar demandas do mercado e as alternativas para solucioná-las; ampliar as relações entre o setor público e o setor privado; procurar por oportunidades na ciência, na pesquisa e na informação; criar um ambiente de compartilhamento de informações para otimizar o tempo e os recursos. (SCHMIDT, SILVA, 2018).

Já em pesquisas feitas por Frederico Cavaco Grosso na Universidade de Lisboa, os observatórios podem ser classificados em tipos, a saber:

- 1. Observatórios de consórcio ou estrutura comum.** Estas entidades recebem um valor financeiro por parte do Estado e uma percentagem das empresas privadas a operarem nos respetivos

países. Como exemplo, temos o Observatório de Ciências e Técnicas (OST) de França e da Colômbia.

2. Observatórios tutorados pelos ministérios da ciência e tecnologia ou ligados a disciplinas. Estas entidades recebem financiamento total por parte do Estado. Neste contexto temos o Observatório da Ciência e do Ensino Superior (OCES) de Portugal e o Observatório Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação (ONCTI) da Venezuela.

3. Observatórios essencialmente acadêmicos. Estas entidades recebem igualmente financiamento por parte do Estado. São os casos do Observatório de Ciências e Tecnologia (OST) do Canadá e o Nederlands Observatorium van Wetenschap.

4. Observatórios de redes ou estruturas de cooperação. Estão identificadas a Rede Latino Americano de Indicadores de Ciência e Tecnologia (RICYT) e o Observatório Europeu da Ciência e Tecnologia (ESTO). No caso da RICYT recebe financiamento de organizações internacionais, como a Organização dos Estados Americanos (OEA), o Ibero-Americano de Ciência e Tecnologia para o Desenvolvimento (CYTED) e Nacional de Ciência e Tecnologia (ONCYT). No caso da ESTO, o financiamento provém da Comissão Europeia (VEGA, 2007 *apud* GROSSO, 2016, p. 8-9).

Já Sangreman e Santos (2009) *apud* Grosso (2016) categorizaram os Observatórios de duas maneiras, sendo a terceira maneira proposta por Grosso (2016):

1. Observatórios associados a departamentos das universidades. O seu objetivo é a produção de conhecimento científico, através de trabalhos de pesquisa e investigação em áreas especializadas. Estão também, por vezes, associados a redes europeias e internacionais de investigação. Em termos de recursos humanos estes observatórios são compostos por investigadores agregados às universidades ou a departamentos de investigação apoiados por um secretariado (SANGREMAM, SANTOS, 2009 *apud* GROSSO, 2016, p. 9).

2. Observatórios associados a ministérios e outras entidades governamentais, como as câmaras municipais ou institutos públicos. Desenvolvem trabalho de monitorização e recolha de informação em que o objetivo passa pela formulação e implantação de políticas e programas de um dado setor. Estão também, por vezes, enquadrados em redes europeias de investigação num dado tema. Ao nível de recursos humanos, estes observatórios são compostos por um secretariado de apoio, investigadores permanentes e investigadores contratados (SANGREMAM, SANTOS, 2009 *apud* GROSSO, 2016, p. 9).

3. Observatórios associados a organizações não-governamentais, tais como associações ou instituições privadas. O seu objetivo é a promoção e divulgação de temas específicas num ambiente interdisciplinar, sendo a sua organização interna definida por estatutos (GROSSO, 2016, p. 9).

Na dissertação de mestrado, Grosso (2016), foram identificados setenta e um (71) observatórios no território de Portugal, explicando o modo de funcionamento de três observatórios, compilando a maior quantidade de informações sobre observatórios no país Portugal.

Os Observatórios estão focados na realização da atividade II prevista no Art. 8º da Resolução nº 7/2018 do MEC (MEC, 2018c).

Com as publicações acadêmicas apresentadas, fica evidente que o Observatório no meio acadêmico é uma organização de formação acadêmica que faz a monitoração de informações relevantes em determinada área de ensino para gerar como resultado projeções futuras, prevendo como será o comportamento da sociedade, ajudando empresas públicas e empresas privadas a escolherem as melhores decisões administrativas com intuito de evitar investimentos desnecessários e com o intuito de otimizar o tempo de todos os envolvidos por esta decisão de gestão.

As pesquisas realizadas sobre o assunto não informam que os (as) discentes e docentes obtiveram remuneração por fazer parte desta organização de formação acadêmica, chamada Observatório Acadêmico, nas Instituições de Ensino Superior. É inexistente informações de cargas horárias exigidas para o (a) docente ou discente ao fazer parte do Observatório Acadêmico.

As informações existentes na internet através das publicações acadêmicas, até a publicação desta monografia, baseiam o método de funcionamento através do padrão de outros observatórios acadêmicos em funcionamento no Brasil e no mundo.

O Instituto Federal de Sergipe não possui documentos oficiais que regulem o funcionamento de um Observatório Acadêmico. O único Observatório Acadêmico do IFS é chamado de “Observatório Político de Turismo” (IFS, 2017c).

O único evento encontrado na internet do Observatório Acadêmico do Curso Gestão de Turismo do Instituto Federal de Sergipe é o “Simpolitur” (Simpósio Regional de Políticas de Sergipe), realizado em 2016 (IFS, 2017c). Não foi encontrado site próprio, perfil em redes sociais ou página exclusiva sobre o observatório acadêmico no site do IFS.

Mello (2009, p. 97-102) propõe o seguinte modelo de funcionamento para um observatório:

- Deve ter um objetivo geral;
- Deve ter objetivos específicos;
- Deve possuir uma justificativa de funcionamento;
- Deve ter uma missão;
- Deve possuir um (a) coordenador (a) técnico (a), uma equipe técnica (docentes), uma equipe operacional (discentes);
- Deve possuir um fluxo de trabalho;
- Deve possuir uma fonte de recursos financeiros, humanos e materiais.

De acordo com a Tese de Doutorado de BACK (2016):

Já no Brasil, até o momento, foram sete os observatórios mapeados. Destes, a grande maioria tem origem junto a universidades, neste caso públicas, e a instituições relacionadas às indústrias que, apesar de serem de natureza privada, são consideradas parapúblicas". Este é um indício de um sistema nacional de inovação desequilibrado, ainda bastante dependente das ações do estado para promover a inovação, o que pode orientar as estratégias para a estruturação de outros observatórios no país [...] Com isto, verifica-se que não há um modelo único de observatório e, apesar dos autores encontrados, a literatura não avança em questões fundamentais para orientar as estratégias de criação e estruturação de observatórios (BACK, 2016, p. 99-103).

Uma nova metodologia padrão e jurídica para o funcionamento de Observatórios Acadêmicos facilitará as Instituições de Ensino Superior na escolha e implantação deste modelo, com intuito de evitar divergências além de facilitar a implantação, regularização e controle dos mesmos no território brasileiro através de órgãos como: o Ministério da Educação (MEC); o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq); Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Vale ressaltar que a metodologia deve ser definida em lei para ter amparo jurídico entre as diversas organizações brasileiras que optarem pelo Observatório Acadêmico no Brasil.

3.3. Empresa Júnior

Segundo a Lei Federal nº 13.267/2016, Empresa Júnior é:

[...] a entidade organizada nos termos desta Lei, sob a forma de associação civil gerida por estudantes matriculados em cursos de graduação de instituições de ensino superior, com o propósito de realizar projetos e serviços que contribuam para o desenvolvimento acadêmico e profissional dos associados, capacitando-os para o mercado de trabalho (BRASIL, 2016, art. 2º).

Uma empresa júnior, de acordo com a Lei nº 13.267/2016, deve estar vinculada a pelo menos um curso de graduação em pelo menos uma instituição de ensino superior. Ou seja, é possível inserir vários cursos em uma Empresa Júnior assim como é possível associar outras instituições de ensino superior, conforme definido no art. 2º e Inciso I do art. 4º em conjunto com o respectivo caput (BRASIL, 2016).

As Empresas Juniores estão legalmente amparadas a realizarem todas as modalidades previstas no Art. 8º da Resolução nº 7/2018 do MEC (MEC, 2018c), cumprindo as características de execução definidas no art. 4º da Lei 13.267/2016:

Art. 4º A empresa júnior somente poderá desenvolver atividades que atendam a pelo menos uma das seguintes condições:

- I - relacionem-se aos conteúdos programáticos do curso de graduação ou dos cursos de graduação a que se vinculem;
- II - constituam atribuição da categoria profissional correspondente à formação superior dos estudantes associados à entidade.

§ 1º As atividades desenvolvidas pela empresa júnior deverão ser orientadas e supervisionadas por professores e profissionais especializados, e a empresa, desde que devidamente reconhecida nos termos do art. 9º, terá gestão autônoma em relação à direção da faculdade, ao centro acadêmico e a qualquer outra entidade acadêmica.

§ 2º A empresa júnior poderá cobrar pela elaboração de produtos e pela prestação de serviços independentemente de autorização do conselho profissional regulamentador de sua área de atuação profissional, ainda que esse seja regido por legislação específica, desde que essas atividades sejam acompanhadas por professores orientadores da instituição de ensino superior ou supervisionadas por profissionais habilitados (BRASIL, 2016).

Segundo a mesma lei, as Empresas Juniores devem reverter toda renda obtida no desenvolvimento e manutenção da empresa. Todos os alunos e professores envolvidos não podem receber remuneração da Empresa Júnior. Porém, é possível usar parte dos lucros para capacitar os colaboradores

através de cursos externos, capacitações, aprimoramentos, treinamentos e compra de material necessário para o desenvolvimento da empresa (Inciso IV e Inciso V do art. 6º em conjunto com o respectivo caput da Lei nº 13.267/2016).

A Lei nº 13.267/2016 limita algumas atuações da Empresa Júnior, conforme art. 7º:

Art. 7º É vedado à empresa júnior:

I - captar recursos financeiros para seus integrantes por intermédio da realização de seus projetos ou de qualquer outra atividade;

II - propagar qualquer forma de ideologia ou pensamento político-partidário.

§ 1º A renda obtida com os projetos e serviços prestados pela empresa júnior deverá ser revertida exclusivamente para o incremento das atividades-fim da empresa.

§ 2º É permitida a contratação de empresa júnior por partidos políticos para a prestação de serviços de consultoria e de publicidade (BRASIL, 2016).

Quando implantada, todos os (as) discentes envolvidos (as) na Empresa Júnior serão tratados (as) como empreendedores (as) com a Vivência Empresarial composta de três partes: competências gerenciais; competências técnicas; e competências empreendedoras (JÚNIOR, 2015a).

A reportagem publicada no site Rede Nacional de Estudantes (RNP, 2015), evidencia que os discentes e as Instituições de Ensino Superior do Brasil têm formado e fomentado pessoas interessadas em experiências empresariais, superando em número vários países de primeiro mundo do Continente Europeu, demonstrando que, apesar do Brasil ser considerado um país de terceiro mundo, o interesse e a capacidade dos (as) estudantes é o fator determinante para fazer e manter uma empresa no mercado.

Além disso, existe uma organização formal chamada Confederação Brasileira das Empresas Juniores (JÚNIOR, 2020b) que tem como missão “Representar e potencializar o Movimento Empresa Júnior brasileiro como agente de formação de empreendedores comprometidos e capazes de transformar o país” (JÚNIOR, [2015?]¹⁰, p. 3).

A Brasil Júnior acredita que o primeiro compromisso que a organização tem é com o Brasil:

¹⁰ A escrita “[2015?]” refere-se a data provável, definida pela subseção 8.6.2. da ABNT NBR6023 (ABNT, 2002). Todas as outras referências de mesmo modelo nesta monografia seguirá este padrão de escrita.

Acreditamos na construção de um Brasil Empreendedor: Mais Competitivo, com empresas melhores, governos melhores e universidades melhores; Mais ético íntegro e comprometido com a verdade; Mais educador, que empodera as pessoas a realizarem as mudanças necessárias; Mais colaborativo, em que os atores integrados geram revoluções em todo o país. Acreditamos que esse país será construído por meio da vontade de uma geração inconformada com sua realidade com a coragem de sonhar e a ousadia de agir. Acreditamos que o movimento empresa júnior (MEJ) forma líderes para empreender essa mudança (JÚNIOR, [2015?], p. 3).

A organização Brasil Júnior estruturou através de *e-books* vários procedimentos de como implantar a Empresa Júnior em cada instituição de Ensino Superior, de como gerenciá-la, de como vinculá-la à Federação, de como controlá-la, além de diversas outras informações de caráter técnico e burocrático. Todos esses procedimentos e muitos outros são encontrados através dos livros digitais que podem ser baixados do site oficial da Brasil Júnior (JÚNIOR, 2020a). Além disso, a Brasil Júnior organiza eventos anuais como o Encontro Nacional de Empresas Juniores (ENEJ) possibilitando *networking* de empresários juniores, além de dar visibilidade aos projetos que se destacam (VIACARREIRA, 2019).

Desde a implantação da Brasil Júnior em 2003, a quantidade de estudantes vinculados a alguma Empresa Júnior cresceu tanto que chamou a atenção do Ministério da Educação (MEC), fazendo esta entidade construir três propostas para empresas juniores com objetivo de ganhar benefícios, simplesmente por sua existência e propósito. Os benefícios garantidos pelo MEC são: deve contar como estágio; a administração pública poderá dispensar licitação para contratar empresas juniores; criar uma rede social exclusiva entre empresários e os projetos das empresas juniores (MEC, 2019).

O Secretário de Educação Superior do Ministério da Educação declarou que: “A gente vai ter e-commerce, assim como *crowdfunding*¹¹ na angariação de recursos para mais projetos” (MEC, 2019). O programa lançado pelo MEC foi criado para dar autonomia financeira e fomentar o empreendedorismo nas Instituições de Ensino Superior do Brasil.

¹¹ *Crowdfunding* “é uma modalidade de investimento onde várias pessoas podem investir pequenas quantias de dinheiro no seu negócio, geralmente via internet, a fim de dar vida à sua ideia. É o chamado financiamento colaborativo, algo que está revolucionando o lançamento de Startups mundo afora” (SOBREADMINISTRAÇÃO, 2011).

Existem mais de vinte e três livros digitais encontrados no site da Brasil Júnior para auxiliar todos os envolvidos na rede e todos aqueles que pretendem aderir ao Movimento Brasil Júnior (JÚNIOR, 2020a).

De acordo com notícia publicada no site de notícias Folha em 2019, existem mais de 935 empresas dentro de instituições de ensino públicas, número este que fortalece o Movimento Brasil Júnior¹² a incentivar mais adesões de estudantes comprometidos (as) em transformar o Brasil através da causa empreendedora (FOLHA, 2019).

Resumidamente, é necessário seguir as quatro macro etapas deste processo de abertura e implantação (JÚNIOR, 2015b, p. 03):

- Definição inicial do negócio;
- Regulamentação Jurídica;
- Planejamentos;
- Vinculação à Confederação Brasileira de Empresas Juniores.

Na Definição Inicial do Negócio, o Livro I da Brasil Júnior informa que é necessária a formação de equipes, de *benchmankings*¹³ iniciais, de estrutura interna e de relacionamento com as instituições de ensino superior.

A etapa da formação de equipe considera discentes que compartilham do mesmo desejo, que estejam comprometidos (as) com a evolução do negócio e com a evolução empreendedora individual, limitando-se, por sugestão da Federação, em cinco pessoas, considerando que cada pessoa será responsável pela execução das atividades básicas do modelo clássico proposto (JÚNIOR, Brasil, 2015b).

Após definir as competências da equipe inicial, é sugestionado que se procure outras Empresas Juniores existentes no Estado com objetivo de obter a maior quantidade de informações possíveis, principalmente sobre o modelo de gestão e sobre os produtos e os serviços oferecidos, fortalecendo o aprendizado e a rede de comunicação.

¹² O Movimento Brasil Júnior foi considerado em 2019 como maior movimento empreendedor do mundo (DIARIO DO COMERCIO, 2019).

¹³ Processo contínuo de comparar os produtos, serviços e práticas contra os mais duros concorrentes ou aquelas empresas conhecidas como líderes (CAMP, Robert *apud* JÚNIOR, Brasil, 2015b), com objetivo de melhoraras funções e processos de uma empresa (SIGNIFICADOS, 2018).

Após constituir a equipe, é necessário utilizar o *benchmarking* para analisar e verificar as práticas de funcionamento das outras empresas de mesmo segmento.

O uso do *benchmarking* é:

[...] uma poderosa ferramenta de conhecimento que permite o acúmulo de *know-how*, através das experiências e dos conhecimentos adquiridos pela nossa Rede. Em outras palavras, é um atalho para alcançar a excelência dos processos internos, evitando eventuais erros que pudessem ocorrer no decorrer do caminho (JÚNIOR, 2015b, p. 6).

O primeiro passo no *benchmarking* é analisar quais aspectos serão considerados ao visitar outras empresas e fazer as análises necessárias nas coletas de informações. Após fazer as análises e comparações, é feita uma reavaliação de todos os itens para gerar uma aceitação coletiva e iniciar as ações de aplicação das informações selecionadas, desenvolvendo um plano de ação para execução das atividades. Com a execução correta das atividades, a Empresa Júnior chegará ao estado de maturidade, funcionando organicamente (JÚNIOR, 2015b).

Com a equipe definida e o *benchmarking* sendo aplicado sistematicamente, seguindo o Modelo de Negócio no estilo textual da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, já é possível estruturar o Plano de Negócio da empresa.

O Modelo de Negócio é um resumo de um estruturado Plano de Negócio, com tamanho padrão de uma página quando usado no modelo visual do *Business Model Canvas* (EXAME, 2015a).

Com a equipe formada e após o estudo das capacidades e limitações das empresas de mesmo segmento, o próximo passo será estruturar o Plano de Negócio da Empresa e, por sugestão do Livro II do DNA Júnior (2015), é necessário construir um Modelo de Negócio chamado *Business Model Canvas*, que utiliza um mapa visual para uma compreensão holística dos principais pontos de detalhamento do negócio.

O *Business Model Canvas* é ideal para qualquer discente interessado em ter uma visão geral do negócio de forma rápida e simples, já que possui

muitos elementos visuais e poucos elementos textuais em uma única página (LUZ, 2013 e SEBRAE, [201-?]).

Com o *Business Model Canvas* em mãos, faz-se necessário estruturar a empresa internamente, seguindo o modelo “clássico” proposto pelo Livro II do DNA Júnior (2015), que é dividida em:

- Assembleia Geral;
- Conselho;
- Diretoria Executiva;
- Membros;
- Trainees.

O modelo clássico acima é definido da seguinte forma:

Assembleia Geral é a instância máxima de deliberação da EJ. Ela pode ser dividida em dois tipos: ordinária e extraordinária. Para que todas as decisões sejam legitimadas e validadas, é necessário que a Assembleia atinja um quórum mínimo de participação (que costuma ser da ordem de 75% ou 50% de presença dos membros), que deve ser previamente acordado e estipulado por todos e registrada em estatuto.

Conselho que pode ser dividido em administrativo, consultivo, deliberativo, fiscal e outras variações. Na maioria das vezes, o conselho costuma ser composto por pessoas mais experientes, que já passaram pela EJ e que têm condições de orientar a gestão em situações que necessitem de mais cautela. A depender do tipo estabelecido, o conselho pode desde destituir uma diretoria, a solicitar prestação de contas em relatórios apurados.

Diretoria Executiva é em grande parte dos casos segmentada em cinco: Presidência, Gestão de Pessoas, Marketing, Projetos, Administrativo-Financeiro. Cabe à diretoria zelar pelo cumprimento dos objetivos planejados e representação perante a qualquer *stakeholder*.

Membros são pessoas que possuem qualquer tipo de vínculo com a EJ. Esse vínculo costuma ter diversas classificações, que varia de acordo com as atividades de cada um dentro da EJ. Um membro pode ser efetivo, quando geralmente faz parte do corpo técnico da EJ, podendo-se desdobrar em diferentes nomenclaturas, tais como consultores, gerentes, coordenadores, assessores e etc. Embora não seja muito usual, existem ainda as classificações "membro associado, honorário e colaborador" que podem ou não compor oficialmente o quadro de pessoas fixas na EJ.

Trainees em muitos casos não são considerados membros. O trainee geralmente é o indivíduo que passa por um período de experimentação, adaptação e treinamento, onde é constantemente

avaliado. É uma pessoa recém admitida na EJ e fica à margem do processo decisório (JÚNIOR, 2015b, p. 22-23).

Além disso, o modelo clássico proposto no Livro II do DNA Júnior (2015) define que:

Marketing: Define e planeja métodos para atingir o público alvo (mercado, campus etc), seja através da mídia, eventos, ou quaisquer outras metodologias.

Gestão de Pessoas: Responsável pela administração de todos os colaboradores, seleciona, avalia, acompanha e auxilia os membros, através de treinamentos, ferramentas, ou simples conversas.

Projetos: Capta e acompanha o andamento dos projetos executados pela Empresa.

Administrativo Financeiro: Define e acompanha a política de gastos do ano, além de ser responsável por toda a parte jurídica (contratos e etc.).

Presidência: Acompanha, avalia e aprimora o andamento da empresa, observando os sistemas de comunicação, sistemas de informação e os processos internos da empresa. Além de representar através do relacionamento institucional sua EJ frente aos seus stakeholders, assim como através da busca por parcerias estratégicas (JÚNIOR, 2015b, p. 25).

Com a estrutura interna da empresa definida, a próxima etapa é estabelecer um relacionamento interno com a Instituição de Ensino Superior (IES), principal *stakeholder* da Empresa Júnior.

O bom relacionamento com a Instituição de Ensino Superior trará:

- Execução de ações que contribuem para o ensino, para a pesquisa e para a extensão;
- Aplicação prática dos conhecimentos adquiridos nas diversas disciplinas ofertadas no curso vinculado;
- Hábitos e comportamentos necessários para atuar na área empresarial, para os (as) discentes envolvidos (as);
- Prestação de serviços de qualidade para a sociedade, com destaque para serviços de impacto social, ambiental, educacional ou de impacto econômico;
- Reconhecimento no mundo do trabalho para os (as) discentes e para os (as) docentes envolvidos (as);

- Destaque curricular aos (às) docentes envolvidos (as);
- Maior número de vagas de estágio aos (às) discentes de graduação na própria Instituição de Ensino Superior;
- Inúmeros estudos de caso interno da Empresa Júnior para publicação de artigos em revistas e periódicos;
- Mais interação de aprendizagem entre discentes e docentes;
- Orientação gratuita dos professores nas diversas etapas de funcionamento da Empresa Júnior;
- Espaço físico gratuito dentro da instituição de ensino ou em local definido por ela;
- Credibilidade da Empresa Júnior frente ao Trade Turístico de Sergipe;
- Credibilidade nacional aos (às) docentes que atuarem no projeto;
- Reconhecimento para o Instituto Federal de Sergipe na imprensa sergipana e na imprensa nacional;
- Facilidade de apoio técnico, tecnológico e profissional frente às outras instituições de ensino de nível profissional, técnico e superior, além de facilidade de apoio frente às organizações de fomento tecnológico de Sergipe;
- Apoio financeiro das diversas instituições de financiamento e, ou instituições de fomento de ensino e de pesquisa;
- Apoio financeiro para a Instituição de Ensino Superior de órgãos nacionais que necessitam que este modelo de negócio seja replicado em outros cursos e em outros campus do Instituto Federal de Sergipe;
- Credibilidade em dados estatísticos para a Instituição de Ensino Superior, alcançando patamares de qualificação internacional.

O funcionamento da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe precisa, apenas, dos aspectos jurídicos para seu funcionamento, já que todo trabalho de captação de clientes será realizado de forma on-line ou presencialmente, em conformidade com o definido legalmente.

O uso do espaço físico dentro do Instituto Federal de Sergipe garante a facilidade de acesso aos membros da Empresa Júnior pelo hábito dos (as) discentes já conhecerem o trajeto, garante a credibilidade da Empresa Júnior pelo endereço que possui e garante a assessoria técnica e profissional dos (as) docentes envolvidos (as) devido à proximidade entre ambiente de trabalho da Empresa Júnior e a Instituição de Ensino Superior.

A proposta da criação da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe poderá arrecadar recursos para implantação e regularização jurídica das seguintes formas, independente da ordem apresentada:

- Através de *Crowdfunding*;
- Através de aprovação em concorrência de edital publicado;
- Através da venda de vários projetos da Empresa Júnior;
- Através da venda de várias consultorias da Empresa Júnior;
- Através da venda de vários pacotes de viagens da Empresa Júnior;
- Através da realização de vários eventos da Empresa Júnior;
- Através da realização de eventos organizados pelos (as) estudantes do curso Gestão de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;
- Através de apoio de outras Instituições de Ensino Superior ou órgãos financeiros;
- Através de apoio do Trade Turístico Sergipano;
- Através de apoio dos familiares dos (as) estudantes interessados em ver este projeto entrar em funcionamento;
- Através de apoio financeiro de empresas ou grupo de empresas do Estado de Sergipe ou de outra parte do território nacional;
- Através de Investidores (as) Anjo¹⁴.

¹⁴ Investidores (as) anjo são pessoas físicas que aplicam o próprio capital em empresas com potencial de crescimento, recebendo um percentual de comissão pelo serviço, conhecimento e experiência disponibilizados, agilizando o retorno financeiro da empresa investida. Disponível em: <https://bizcool.com.br/10-coisas-que-ninguem-te-explicou-sobre-investidor-anjo/>. Acesso em: 05/09/2020 às 13:06.

O Livro III DNA Júnior (2015) define os procedimentos para a regulamentação jurídica da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, objeto deste projeto empreendedor.

A formalização jurídica de uma empresa junto aos órgãos públicos federais, estaduais e municipais é comprovada através de documento registrado em cartório, chamado de estatuto, e pela obtenção do CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica). “O estatuto é formalmente o ato constitutivo de uma associação civil; Como uma EJ é uma associação, deve possuir estatuto” (JÚNIOR, 2015c, p. 2).

Com o CNPJ torna-se possível emitir nota fiscal, abrir uma conta em banco e prestar as consultorias regularmente; cabe mencionar a possibilidade de isenção fiscal às EJs e os procedimentos de emissão de notas fiscais (JÚNIOR, 2015c, p. 3).

Regulamentar a Empresa Júnior junto aos órgãos públicos trará legitimidade, identidade, credibilidade, força e conhecimento. É importante destacar que uma empresa depende de diversos documentos que são essenciais para sua criação, manutenção e integração à Federação de Empresas Juniores, a saber: Atas de Reuniões; Estatuto; Reconhecimento da IES; Infraestrutura; Termo de Voluntariado; CNPJ e Ficha Cadastral de Pessoa Jurídica (FCPJ); Conta Bancária; Notas fiscais, cupons fiscais e recibos; Notas fiscais de serviços prestados; Livro Diário; Contratos; Certidões Negativas; e Processos (JÚNIOR, 2015c).

O E-book¹⁵ técnico da Brasil Júnior que trata da regulamentação faz as seguintes considerações sobre a importância de se estar regulamentado (JÚNIOR, 2015c, p. 5-8):

- Ser reconhecido como legítimo por estar na mesma sinergia que é difundida pelo Movimento Empresa Júnior;
- Possui identidade já que se enquadrará em critérios pré-determinados para ser chamada de “Empresa Júnior”;
- Passa a ser considerada com credibilidade já que está devidamente regulamentada e atende critérios reconhecidos em

¹⁵ E-book: “é uma abreviação do termo inglês electronic book e significa livro em formato digital. Pode ser uma versão eletrônica de um livro que já foi impresso ou lançado apenas em formato digital” (SIGNIFICADOS, 2013).

tudo território nacional, se tornando idônea e apta a atuar na área escolhida;

- Possui estatuto social demonstrando sua dinâmica de funcionamento;
- Pode recorrer à rede Brasil Júnior quando estiver com dificuldades;
- Facilita o empreendedorismo após a fase de graduação na Instituição de Ensino Superior.

Outro procedimento de vital importância para a abertura da Empresa Júnior é o arquivamento dos documentos produzidos e/ou recebidos. “Documentos são provas por vezes irrefutáveis de que tal ato ocorreu de tal maneira no dia X, às YY horas – o que pode auxiliar no futuro em termos de regulamentação (JÚNIOR, 2015c, p. 9).

Os documentos citados pela Brasil Júnior para serem guardados são: Atas de Reuniões; Estatuto; Reconhecimento da Instituição de Ensino Superior (IES); Infra-estrutura; Termo de Voluntariado; CNPJ e FCPJ; Conta Bancária; Notas fiscais, cupons fiscais e recibos; Notas fiscais de serviços prestados; Livro Diário; Contratos; Certidões Negativas; Processos. Guardar estes documentos facilita às tomadas de decisões e facilita à regulamentação com a organização Brasil Júnior (JÚNIOR, 2015c, p. 9-20).

Brasil Júnior no Livro III (2015c) conclui que:

Em uma empresa júnior organizada, possuidora de um processo visando a gestão do conhecimento, a regulamentação torna-se algo corriqueiro e de simples execução. Cabe destacar que não se pode considerá-la uma missão a ser completada uma vez só – a regulamentação é missão do dia a dia (JÚNIOR, 2015c, p. 20).

A construção do Plano de Negócios será facilitada ao consultar o Livro IV do DNA Júnior (2015d) que propõe um Planejamento Estratégico e um Planejamento Financeiro. O processo de federação junto à Confederação Brasileira de Empresas Juniores é descrito no Livro V¹⁶ do DNA Júnior (2015e).

¹⁶ O Livro V da Brasil Júnior não foi encontrado para ser visualizado ou baixado no site oficial. O Livro V é citado nos Livro I (p. 20) e no Livro III (p. 3) da Brasil Júnior.

O Planejamento Estratégico definido no Livro IV da Brasil Júnior (2015d) cita a importância do contexto atual, do contexto desejado, as formas de usar a implantação estratégica além de definir formas de acompanhar e controlar, a exemplo da Missão, da Visão, dos Valores, dos pontos fortes, dos pontos fracos, das ameaças e das oportunidades (JÚNIOR, 2015d, p. 3-8).

Ainda no Livro IV da Brasil Júnior (2015d), são definidas estratégias para o Planejamento Financeiro da Empresa Júnior. Além disso, faz-se importante: as Projeção de Entradas; as Projeção de Saídas; os Cenários; a Projeção de Fluxo de Caixa; e o Acompanhamento e o Controle (JÚNIOR, 2015d, p. 19-22).

Entre os principais *e-books* da Brasil Júnior, existe um que define quais itens devem ser verificados na auditoria da Federação na Empresa Júnior que deseja se federar, obtendo todas as vantagens que esta regulamentação trás (JÚNIOR, 2017). O processo de fundação da Empresa Júnior está especificado no Livro II da Brasil Júnior, 2015.

Apesar de existir possibilidade de imunidade tributária para a Empresa Júnior no território Brasileiro, a mesma deverá enviar uma petição para a Delegacia da Receita Federal da respectiva jurisdição solicitando a imunidade tributária (AMBITOJURIDICO, 2012).

INSTITUTO
FEDERAL
Sergipe

4. AS NUANCES DA EMPRESA JÚNIOR NO ÂMBITO DO IFS

Atualmente, o Instituto Federal de Sergipe conta com quatro (4) Empresas Júniores (IFS, 2012; IFS, 2016a; IFS, 2017a; IFS, 2017b; IFS, 2019a):

- Uma fica no Campus Aracaju e é da Coordenação de Engenharia Civil, denominada EMPREENG (Empresa Júnior de Engenharia Civil);
- Outra fica no Campus Estância e é da Coordenação de Engenharia Civil, denominada SERCIVIL (Empresa Júnior de Engenharia Civil);
- A terceira fica no Campus Lagarto e é da Coordenação de Informática, denominada PROGNET JR (Empresa Júnior de Informática do IFS);
- A quarta fica no Campus Lagarto do Curso Superior de Tecnologia em Automação Industrial, denominada AUTOMA-IFS (Empresa Júnior de Consultoria em Automação Industrial do IFS).

O Instituto Federal de Sergipe possui um documento técnico do tipo resolução (Resolução nº 21/2019/CS/IFS) que explica detalhadamente a burocracia entre a Empresa Júnior e a Instituição de Ensino Superior (IFS, 2019b). Esta Resolução pode servir de modelo para as Instituições de Ensino Superior que ainda não possuem um documento técnico (jurídico) que explique as relações entre Empresa Júnior e Instituição de Ensino Superior.

A participação do (a) discente na Empresa Júnior poderá contar para as 130 horas da disciplina “Estágio Supervisionado”, de código TGT18.46, do curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, Campus Aracaju. Vale destacar o fato de que nenhuma Empresa Júnior de Turismo foi idealizada em toda história do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFS.

A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe poderá obter orientação de implantação através da (o):

1. Federação de Empresas Juniores de Sergipe (SERJÚNIOR);
2. Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFS;
3. IFSTEC Pré-Incubação da Pró-reitoria de Pesquisa e Extensão do IFS¹⁷;
4. Através de Editais, como o Programa Centelha Sergipe 2019¹⁸ ou similares;
5. Empresas de Consultoria;
6. SEBRAE Sergipe.

Até o momento da publicação desta monografia, não existe Plano de Negócio, modelo de gestão administrativa, modelos de negócio, *business model canvas* ou gestão da qualidade de todas as Empresas Juniores do Brasil, inclusive as quatro Empresas Juniores que já estão em funcionamento no Instituto Federal de Sergipe.

Apesar da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe ainda não existir (ano de 2020), a parte de documentação burocrática e a parte do planejamento administrativo está mais detalhado do que todas as publicações acadêmicas sobre o assunto das outras Empresas Juniores do Brasil, inclusive àquelas que já obtiveram prêmios nacionais e internacionais. Esse fato ocorre já que as Empresas Juniores pesquisadas estão com o foco na publicação acadêmica dos resultados gerados pelos serviços já prestados e não estão com foco na divulgação da estruturação burocrática da empresa.

A documentação técnica de todos os *e-books* da Brasil Júnior ajuda no planejamento e na abertura da Empresa Júnior, porém é necessário detalhar de forma mais específica às informações de abertura com os documentos já existentes, como àqueles que já estão publicados pela Brasil Júnior.

¹⁷ Programa de Pré-Incubação para Projetos de Empreendimentos Inovadores e de Empresas Juniores do IFS – criado pela PROPEX/DRI apóia equipes empreendedoras compostas por alunos, egressos e servidores orientadores, fomentando atividades de extensão universitária na linha temática do empreendedorismo e inovação tecnológica, articuladas com o ensino e a pesquisa. Produtos, processos ou serviços de base tecnológica com vistas à implantação da Pré-Incubadorado IFS com ênfase em Hotel de Projetos (IFS, 2020a).

¹⁸ O Programa Centelha estimula a criação de empresas inovadoras além de disseminar a cultura empreendedora em Sergipe, oferecendo ajuda de custos no valor aproximado de R\$54.000,00 através de edital desenvolvido pelo Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC). Disponível em: <<http://programacentelha.com.br/se/>>. Acesso em: 31/07/2019 as 18:23.

Ainda que haja um único responsável pelo planejamento prévio das informações burocráticas da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, uma empresa com este nível de complexidade não funcionará com apenas uma pessoa. É necessário engajamento de todas as pessoas que fazem os cursos de Turismo no IFS, discentes que estão com interesse em obter conhecimento técnico e empresarial através da Empresa Júnior de Turismo.

Espera-se que esta monografia, cujo grau de detalhamento foi aprofundado, possa ser usada como fonte de consulta para implantar a Empresa Júnior no Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFS.

Além disso, todas as informações aqui inseridas servirão para fomentar o desejo de elevar o grau de complexidade e de aprendizado de grupos de estudos em Turismo no Instituto Federal de Sergipe. Vale destacar que o Observatório de Turismo, assim como o Escritório Modelo de Turismo se constituem em laboratórios, visto que suas ações estão integradas as diretrizes previstas no Projeto Político Pedagógico (PPC) do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFS.

A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, quando aprovada pela Coordenação de Turismo e pelo Instituto Federal de Sergipe, usará a proposta de abertura de Empresas Juniores proposta pela Federação Nacional das Empresas Juniores do Brasil, em consonância com a Junta Comercial do Estado de Sergipe (JUCESE, 2020) e com as diretrizes do Instituto Federal de Sergipe (IFS, 2019b).

4.1. Regulamento das Empresas Juniores no Âmbito do IFS

O Instituto Federal de Sergipe possui um documento técnico que dispõe sobre o Regulamento das Empresas Juniores no âmbito do Instituto Federal de Sergipe (IFS, 2019b). Nem todas as Instituições de Ensino Superior possuem este tipo de documento. Àquelas que tiverem, facilitarão a relação entre Empresa Júnior e Instituição de Ensino Superior. Todas as informações deste subitem (4.1.) estão de acordo com a Resolução nº 21/2019/CS/IFS,

(IFS, 2019b). Apenas as informações mais relevantes foram destacadas neste trabalho. Para uma leitura e estudo mais aprofundado, basta verificar a resolução do IFS que trata sobre a Empresa Júnior.

No regulamento encontram-se, dentre outras informações: A Natureza e os Objetivos da Empresa Júnior; A Criação e a Qualificação da Empresa Júnior; As Atividades e Responsabilidades da Empresa Júnior; O Acompanhamento, a Desqualificação e o Encerramento das Atividades; O Patrimônio e o Regime Financeiro da Empresa Júnior; e as Disposições Finais.

De acordo com o artigo 3º, inciso I, a responsabilidade e os critérios de seleção dos (as) discentes serão de responsabilidade da Empresa Júnior, sendo da responsabilidade do IFS apenas o recebimento da comunicação de quem foi selecionado (a). Porém, faz-se necessário guardar todos os documentos que comprovem como ocorreu a divulgação e seleção dos (as) discentes, caso seja necessário comprovar os procedimentos utilizados.

O artigo 7º informa a necessidade de elaboração de um Plano Acadêmico que descreve: as atividades que serão realizadas pela Empresa Júnior; as atribuições necessárias para desempenhar a função e o cargo; a aprovação do(s) Colegiado(s) do(s) Curso(s); os conteúdos programáticos do(s) curso(s) a que se vinculem; a estrutura de funcionamento da empresa; a proposta do estatuto; e a proposta do regimento interno.

Após a aprovação do Plano Acadêmico definido no artigo 7º pelo IFS, a Empresa Júnior deverá providenciar a regularização da empresa como Pessoa Jurídica. O artigo 9º dispõe sobre os requisitos específicos para habilitar a qualificação como “Empresa Júnior” frente ao IFS.

Os artigos 10, 11 e 12 descrevem os procedimentos entre os diversos setores do IFS para garantir a abertura da Empresa Júnior. O artigo 14 informa a forma que as atividades técnicas desenvolvidas pela Empresa Júnior deverão ocorrer, além de determinar que os (as) docentes deverão informar previamente a carga horária dedicada à Empresa Júnior de acordo com sua jornada semanal e mensal.

De acordo com o artigo 25, o IFS poderá conceder espaço físico nos limites dos respectivos *campi*, de acordo com a disponibilidade existente. O artigo 26 informa da possibilidade do IFS conceder infra-estrutura operacional (equipamentos) que viabilize as atividades da Empresa Júnior.

5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

5.1. Os caminhos para a criação e viabilidade para implantação da Empresa Júnior no curso de turismo do IFS

Considerando a Empresa Júnior de Turismo do IFS como uma organização de formação acadêmica e desta forma devendo contribuir com práticas profissionalizantes para os discentes dos cursos de Turismo, esta atuará na execução de diferentes atividades, tais como: 1- Assessoria e Consultoria para empresas, associações, sindicatos do mercado turístico de Sergipe nas áreas de marketing, alimentos e bebidas, análise econômica de projetos turísticos, planejamento de projetos turísticos, captação de recursos para empresas, levantamento de dados estatísticos; 2- Elaboração e venda de pacotes turísticos para a comunidade interna e externa do campus; 3- Planejamento e execução de cursos, palestras e oficinas para empresários (as), colaboradores do projeto, pessoas de baixa renda como alternativa de melhoria de desempenho após levantamento prévio de necessidade; 4- planejamento e execução de eventos dentro e fora do IFS.

Para a implantação da Empresa Júnior de Turismo no IFS é necessário à elaboração de instrumentos prescritivos do planejamento e gestão, tais como: Modelos de Negócio, Plano de Negócio, Planilha Financeira e de documentos legais, como o Estatuto Social que norteará o funcionamento jurídico da empresa.

A definição do *Business Model Canvas*, do Modelo de Negócio, do Plano de Negócio, do Estatuto Social e da Planilha Eletrônica são os documentos burocráticos que definem os caminhos utilizados para a criação e viabilidade para implantação da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

Vale ressaltar que as apresentações destes documentos atendem aos objetivos específicos definidos no subitem 1.2. da Introdução, e assim alcançar o objetivo principal, que é: Estudar a viabilidade de criação e implantação da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe com vista a

contribuir academicamente com a formação prática dos (as) discentes do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFS, intermediando estudantes com o mundo do trabalho.

5.1.1. Modelos de Negócio e Plano de Negócio da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe

O Modelo de Negócio do Apêndice A serve para todos os integrantes e interessados terem uma ideia geral do que vem a ser a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, pois trata-se de um Modelo de Negócio no estilo visual amplamente utilizado pelo SEBRAE.

As informações do Apêndice B fazem parte do Modelo de Negócio no estilo textual da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, servindo de modelo para avaliação da Coordenação de Turismo do Instituto Federal de Sergipe e para a própria Instituição de Ensino Superior. O Modelo de Negócio no estilo textual é um documento que explica como a empresa funcionará de forma resumida, em comparação com um Plano de Negócio. Aqui nesta monografia foram estruturados dois modelos de negócio (Apêndice A e Apêndice B).

O Modelo de Negócio do Apêndice B é um documento textual ideal para os (as) estudantes que querem ter uma visão mais detalhada da Empresa Júnior sem ter que se aprofundar nos assuntos que são exigidos pelo Plano de Negócio. Este Modelo de Negócio usou como referência as informações do Plano de Negócio e do *Business Model Canvas*, criando um documento de detalhamento intermediário entre essas duas referências.

O Plano de Negócio para uma Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe (Apêndice C) é o documento mais complexo e mais completo que o documento Modelo de Negócio. O Plano de Negócio estrutura a forma de gestão, estrutura a forma, as variáveis contábeis e as variáveis financeiras. É validada por Instituições Financeiras, Instituições de Fomento, Consultorias e Órgãos do Governo, visto que a implantação deste projeto requer grande complexidade de detalhamento das atividades, seguindo as orientações da Federação Nacional das Empresas Juniores do Brasil, em

consonância com a Junta Comercial do Estado de Sergipe (JUCESE) e com as diretrizes do Instituto Federal de Sergipe.

No Apêndice C encontra-se o Plano de Negócio da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe. O Plano de Negócio é ideal para os docentes, para os (as) especialistas da Instituição de Ensino Superior e para os (as) discentes nos cargos de direção e Presidência por requerer alto detalhamento do funcionamento do negócio.

5.1.2. Planilha Financeira e Contábil da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe

A Planilha Financeira e Contábil da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe (Apêndice D) é um arquivo eletrônico do tipo planilha, dividida em 27 planilhas inseridas em uma única pasta de trabalho¹⁹ construídas no software Microsoft® Excel 2007. Esta planilha foi entregue à Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Sergipe no Campus Aracaju juntamente com esta monografia através da extensão “.xlsx”²⁰.

A Planilha foi estruturada para ter acesso, apenas, nas variáveis numéricas que podem ser modificadas por qualquer usuário, garantido a integridade das fórmulas, dos cálculos e das automatizações inseridas em toda pasta de trabalho. Todas as outras informações foram bloqueadas para evitar perda de informações e para evitar a perda das fórmulas inseridas.

Para desbloquear cada aba da Planilha Eletrônica basta acessar a opção “Revisão” encontrada na aba superior do software Microsoft® Excel 2007, depois clicar em “Proteger Planilha” e digitar a palavra “augusto” para ter acesso a todas as células da planilha. Desbloquear o acesso às células pode causar danos irreversíveis ao projeto original, por este motivo a entrega foi feita com a maioria das células da planilha bloqueadas, com acesso, apenas, em 9 variáveis numéricas.

¹⁹ Pasta de Trabalho é o nome dado ao novo documento em branco gerado quando é aberto o software Microsoft® Excel 2007, contendo 3 planilhas em branco em cada arquivo. A quantidade de planilhas pode ser aumentada ou diminuída até 1 em cada pasta de trabalho do Microsoft® Excel 2007.

²⁰ .xlsx é um dos tipos de arquivos digitais gerados por Planilhas Eletrônicas do software Microsoft® Excel 2007.

Além disso, foram inseridos botões em todas as planilhas da pasta de trabalho para que haja facilidade de transição entre quase 30 abas contendo mais de 27 tabelas.

Além disso, esta planilha poderá ser usada como modelo para a construção de outras planilhas financeiras e contábeis para outros serviços turísticos, como a consultoria, treinamentos, hospedagens, bares, restaurantes, casa noturnas, festas, eventos, aluguel de ônibus, aluguel de carros etc.

Dentro de todas as abas da “Planilha Financeira e Contábil da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe”, foi utilizado uma área (células) para a mudança de 9 variáveis enquanto todas as 27 tabelas da planilha apenas mostram os resultados gerados pela mudança de variáveis numéricas, que são:

1. Quantidade de Clientes Pagantes (por ônibus);
2. Valor do Serviço Turístico (por cliente);
3. Quantidade de Viagens de Ônibus (mensal);
4. Souvenirs (valor unitário por cliente)
5. Lanche (valor unitário por cliente);
6. Almoço (valor unitário por cliente);
7. Seguro Viagem (valor unitário por cliente);
8. Aluguel de ônibus (valor unitário por cliente);
9. Guia de Turismo.

A Planilha Financeira e Contábil²¹ da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, que é um produto tecnológico, construída no software Microsoft Excel 2007, será disponibilizada de forma gratuita para toda a humanidade. Existe interesse em usar o produto tecnológico Planilha Financeira e Contábil da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe para propor melhorias, adaptações e gerar comercialização para empresas públicas e privadas através da Linha de Pesquisa Gestão de Destinos Turísticos, Processos e Inovação, do Mestrado Profissional em

²¹ Caso seja necessário, solicitações de consultoria para aprender a manusear e para aprender a modificar as variáveis da planilha poderão ser solicitadas ao autor. Outra forma de obter conhecimento detalhado sobre a construção da Planilha Financeira e Contábil será a partir do curso online disponibilizado pelo autor de forma paga na internet.

Turismo no Instituto Federal de Sergipe (IFS, 2020b), que poderá ser disponibilizada através das construções das variáveis diretamente em site da internet específico, de acordo com o tipo de negócio do (a) usuário (a), além de registrar o software no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI).

5.1.3. Estatuto Social da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe

O Estatuto Social, metaforicamente, é a certidão de nascimento da Pessoa Jurídica sem fins lucrativos. Seu registro é dado, normalmente, na Junta Comercial da cidade (PORTALDECONTABILIDADE, [199-]).

O Estatuto Social regula os direitos e obrigações dos membros além de regular o funcionamento frente a terceiros, atribuindo identidade à Pessoa Jurídica. O Estatuto Social é o documento jurídico que regula o funcionamento da empresa.

Foi definido um modelo de Estatuto Social para a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, conforme Apêndice E.

A construção do Estatuto Social da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe levou em consideração a realidade local de Sergipe. Durante a construção do Estatuto Social da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, foi transcrita (em muitos artigos, parágrafos e incisos) exatamente a mesma frase que estão escritos nos Estatutos Sociais pesquisados e estudados.

A Construção do Estatuto Social da Empresa Júnior do Instituto Federal de Sergipe seguiu as regras definidas para a elaboração e construção de leis definida pela Lei Complementar nº 95 de 26 de Fevereiro de 1998 (BRASIL, 1998b).

5.1.4. Estratégias para a Gestão da Empresa Júnior de Turismo no IFS

É importante que todas as pessoas que fizerem parte da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe saiba que vendas é a atividade mais importante da maioria das empresas do Planeta Terra. Para a Empresa Júnior continuar a existir de forma harmônica, é necessário que haja

vendas dos produtos e serviços ofertados, principalmente quando essas vendas gerarem como um dos resultados o lucro financeiro.

Em paralelo às vendas, é possível aderi-se a causas sociais para ajudar pessoas e empresas que necessitam de uma orientação especializada de forma gratuita. Somente quando houver capacidade suficiente, a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe poderá prestar serviços gratuitos. Aderir-se a causas sociais oferecendo serviços gratuitos antes dos membros estarem devidamente capacitados, treinados e fazendo a organização gerar lucros poderá colocar a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe a uma condição de falência de forma acelerada.

Estratégias de Curto Prazo

A grande quantidade de informações e experiências nas interações presenciais é um fato em contraste com as informações e as experiências que obtemos nas interações no ambiente virtual.

Nas interações presenciais temos que conviver com pessoas de diferentes crenças, classes sociais, culturas, hábitos, comportamentos, personalidades, conhecimentos, raças, cores, tons de voz, gêneros, idiomas, linguagens, escolhas políticas e inúmeras outras variáveis.

Fatores estes nos quais são totalmente diferentes dos encontrados no ambiente virtual, no qual, apenas uma única pessoa, o (a) operador (a) do computador, seleciona o que deseja absorver de conhecimento, tendo pouco ou nenhum contato com outro ser humano presencialmente por vários dias.

Essa é uma das grandes diferenças entre cursos presenciais e os cursos virtuais (educação à distância).

Das inúmeras variáveis que existem nas interações presenciais, é inevitável que haja divergências de opiniões, conflitos e formação de grupos entre um grupo maior de pessoas que são “obrigadas” a interagirem várias vezes pela semana. Esses conflitos podem se tornar mais complicados e provavelmente poderão necessitar de ajuda de especialistas de outras áreas, como os Psicólogos, a Advocacia, a Direção da Instituição de Ensino, profissionais da Reitoria ou o Conselho de Ética da Instituição de Ensino.

Para amenizar esta situação, é imprescindível que haja uma capacitação mais profunda do (a) discente nas áreas da Psicologia e do Direito,

com objetivo de evitar conflitos desnecessários, já que o grupo de discentes da Empresa Júnior deverá interagir entre si e deverão interagir entre pessoas de fora da Instituição de Ensino, principalmente os (as) representantes das empresas e dos Órgãos do Governo.

Fica evidente, portanto, que o (a) discente que fizer parte desta experiência presencial na Empresa Júnior estará muito mais capacitado (a) que seus (suas) colegas do curso presencial e muito mais capacitado que os (as) discentes dos cursos de ensino a distância.

Além disso, a própria estrutura presencial das Instituições de Ensino Superior possui profissionais especializados (as) e capacitados (as) para resolver conflitos de todos os tipos que ocorrem com seus (suas) discentes e com seus (suas) servidores e funcionários (as). Totalmente diferente das instituições de ensino a distância que lidam com os conflitos de forma, em sua maioria, virtual.

Para evitar processos jurídicos diante dos conflitos que poderiam ocorrer ou diante da divulgação de informações incompletas, é imprescindível um conhecimento aprofundado da área jurídica. Até porque as Instituições de Ensino têm o dever de evitar problemas administrativos e problemas jurídicos maiores justamente pelo motivo delas terem sido criadas e estruturadas desta forma.

Por este motivo, os (as) discentes que fizerem parte da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe deverão obter treinamentos aprofundados nestas duas disciplinas: Sociologia, Psicologia e Direito.

Para os cargos de Diretor (a) de Pessoas e Diretor (a) Presidente, é ideal que haja um aprofundamento na disciplina de Filosofia e de Sociologia, justamente para ter uma percepção mais ampliada das relações humanas. Se possível, todos (as) os (as) outros (as) discentes deverão se aprofundar na disciplina Filosofia.

Todas as disciplinas citadas fazem parte do Projeto Pedagógico do Curso Superior em Gestão de Turismo do IFS (IFS, 2018f).

Estratégias de Longo Prazo

Começar uma Empresa Júnior com modelos de documentos burocráticos técnicos e jurídicos fará a Empresa Júnior de Turismo do Instituto

Federal de Sergipe ser referência de estruturação além de modelar discentes para terem o mesmo ou maior nível de comprometimento em tarefas acadêmicas, inclusive as de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

Este é o maior e mais detalhado Trabalho de Conclusão de Curso na área de Turismo já elaborado em toda história do Instituto Federal de Sergipe, fato constatado através de consultas na Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFS, na Biblioteca do Campus Aracaju e na Biblioteca Virtual do IFS.

Mesmo que o IFS não implante a Empresa Júnior de Turismo, só o fato desta monografia existir servirá de exemplo para discentes se inspirarem e escolherem entregar um TCC profundo e detalhado, entrando para a história do curso e da Instituição de Ensino.

Como logotipo proposto para a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, encontrado no Modelo de Negócio e no Plano de Negócio nos apêndices desta monografia, há relação entre o logotipo do IFS e logotipos de alguns dos produtos da empresa Google Inc. O Google possui diversos produtos gratuitos de educação já disponibilizados na internet, a exemplo do *Google for Education*²², oferecendo diversas ferramentas educacionais gratuitas já usadas pelo IFS (IFS, 2016c).

É possível que haja interesse do Google Inc. em permitir o uso dos logotipos para a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, caso haja concordância entre as partes a partir de critérios juridicamente definidos. Mesmo que não ocorra disponibilidade do logotipo pelo Google Inc., a criatividade envolvida na elaboração dos logotipos aqui inseridos nesta monografia poderá servir de inspiração para discentes que desejam implantar esta Empresa Júnior. Uma das inspirações que tive para propor a junção de logotipos para esta monografia veio do autor e empresário Roberto Shinyashiki: “Tudo o que um sonho precisa para ser realizado é alguém que acredite que ele possa ser realizado” (OSEGREDO, 2018).

O gerenciamento correto da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe com as definições técnicas e jurídicas pré-estabelecidas,

²² *Google for Education* faz parte de um dos vários serviços digitais ofertados em toda a rede do Instituto Federal de Sergipe. Além disso, os recursos *Office 365 Education* e o *Microsoft® Imagine*, ambos da empresa Microsoft® fazem parte dos recursos ofertados em toda a rede do Instituto Federal de Sergipe (IFS, 2016c).

definidas nesta monografia, servirá de modelo de administração para as próximas Empresas Juniores de Turismo em todo Brasil. É fato que existem outras Empresas Juniores de Turismo no Brasil, porém não existem documentos oficiais, como o *Business Model Canvas* e o Plano de Negócio, disponíveis para consulta. O que existe são documentos acadêmicos dos resultados gerados pelas Empresas Juniores de Turismo. Algumas Empresas Juniores disponibilizaram o Estatuto Social, que serviu como referência para a criação do Estatuto Social desta monografia.

5.2. Síntese dos Resultados e Discussões

De acordo com as pesquisas feitas, fica evidente que as organizações de formação acadêmica Escritório Modelo e Observatório Acadêmico não possuem documento técnico ou jurídico que os definam, controlem e embasem o funcionamento destas organizações de formação acadêmica no território brasileiro. O que existe é uma convenção implícita entre as Instituições de Ensino Superior que propõe como o modelo teórico Observatório Acadêmico e o Escritório Modelo devem funcionar.

Somente a organização de formação acadêmica Empresa Júnior possui amparo jurídico e documentação técnica que regulamenta seu funcionamento. Além disso, a Empresa Júnior possui uma instância representativa no Distrito Federal, que é uma Pessoa Jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, representando o Movimento Empresa Júnior, chamada Brasil Júnior ou Confederação Brasileira de Empresas Juniores (CARVALHO, 2018).

A maioria dos Estados brasileiros possui uma representação jurídica da Brasil Júnior com objetivo de representar as Empresas Juniores de cada Estado, auxiliando na sua qualificação e no seu desenvolvimento, promovendo o fortalecimento do Movimento Empresa Júnior em cada Estado (SERJUNIOR, 2020).

O Escritório Modelo é preferível para as instituições que têm interesse em aproximar o (a) discente ao mundo do trabalho com a criação de uma

organização de formação acadêmica. As pesquisas sobre Escritórios Modelos mostram que: não possuem CNPJ; funcionam sem fins lucrativos; usam os conhecimentos técnicos e teóricos de cada disciplina do curso de graduação para solucionar problemas reais no mundo do trabalho.

Escritório Modelo pode ser entendido e usado como um nome para categorizar um grupo de estudos, dentro da coordenação do curso de graduação, com objetivo de setorizar virtualmente os diversos editais da qual a coordenação faz parte, como o PIBIC, PIBIEX, PIBITI, entre outros. O Escritório Modelo pode servir de treinamento de funcionamento de uma empresa real antes de passar para um nível mais complexo de aprendizagem exigida pelo funcionamento de uma Empresa Júnior.

O Observatório Acadêmico é ideal para as Instituições de Ensino Superior com objetivo de monitorar informações relevantes em determinada área de ensino tendo como resultado fazer projeções futuras de como será o comportamento da sociedade e da natureza, auxiliando empresas públicas e privadas a escolherem as melhores decisões para evitar investimentos desnecessários e para otimizar o tempo de todas as pessoas envolvidas. Os (as) discentes monitoram informações geradas em determinado setor do mercado, fazem análises e construções de hipóteses baseadas em referenciais teóricos, apresentando projeções futuras com grande probabilidade de ocorrerem.

A Empresa Júnior é ideal para os (as) discentes com interesse em aprendizagens profissionalizantes e empresariais, já que:

- Possui documentação legal e jurídica regulamentando o funcionamento da mesma;
- Possui uma Federação representativa no Distrito Federal e na maioria dos Estados brasileiros, auxiliando na abertura e no funcionamento;
- Possui CNPJ quando criada; necessita de documentação técnica para o funcionamento;
- Necessita de discentes que estejam na função da diretoria da empresa;
- Necessita de discentes que façam o serviço no mundo do trabalho;

- Oferece serviços com custos financeiros ao mercado, criando um ambiente mais próximo possível de uma empresa real.

A Empresa Júnior funciona como um Escritório Modelo, porém, possuindo como principais diferenças: o maior detalhamento de informações, maior fluxo de trabalho, maior controle de pessoal, responsabilidade jurídica, responsabilidade fiscal, responsabilidade contábil e um gerenciamento do fluxo financeiro.

Para facilitar o entendimento entre as três organizações de formação acadêmica estudadas nesta monografia, o Quadro 1 compara treze aspectos para uma possível implantação.

Quadro 1 - Aspectos de Implantação

ASPECTOS	ESCRITÓRIO MODELO	OBSERVATÓRIO	EMPRESA JÚNIOR
1. FINALIDADE	Prestar serviços ao mundo do trabalho de forma voluntária, antecipando o aprendizado antes da finalização da graduação.	Prever situações futuras fundamentado (a) na aquisição de informações em determinada área de estudo, comparando o material pesquisado com outras fontes de informação.	Oferecer serviços pagos por intermédio de uma empresa acadêmica com CNPJ e estrutura organizacional igual a uma empresa real.
2. VANTAGENS	Intensifica o relacionamento estudante-escola-mundo do trabalho; Necessita de	Monitora informações importantes em determinada área de ensino; Facilidade de implantação;	Possui documento jurídico aprovado pelo Congresso Nacional definindo e regulamentando a Empresa Júnior; Possui grande

	menos documentos técnicos e burocráticos para a criação e implantação já que não possui legislação e instituição técnica especializada;	Possui auxílio de professores com nível de Especialização, Mestrado, Doutorado e Pós-Doutorado;	quantidade de documentos técnicos para auxiliar a abertura, controle e fiscalização;
	Serve como grupo institucional para concentrar projetos de pesquisa gerados por convênios como o: Programa Institucional de Bolsas de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação (PIBITI), Programa Institucional de Bolsas de Extensão Universitária (PIBIEX), Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), Programa	Intensifica o relacionamento estudante-escola-mundo do trabalho; Baixo custo financeiro de implantação; Não precisa prestar contas a outras instituições do governo já que não possui serviços/atividade que necessite de remuneração; Possuem burocracia de funcionamento reduzida já que as atividades desenvolvidas a terceiros não remuneram esta atividade	Possui instâncias representativas no Distrito Federal e na maioria dos Estados do Brasil; Sem fins lucrativos, com fins educacionais, mas que pode cobrar pelos serviços oferecidos (Lei nº 13.267/2016, art. 4º, § 2º); É ideal para estudantes com interesse em aprendizagens profissionalizantes e empresariais por possuir grande complexidade de funcionamento; Possui apoio do MEC em projetos de autonomia financeira e projetos de fomento empresarial, específicos para

	de Apoio à Inovação Empreendedora (PROINEM), Programa de Desenvolvimento e Inovação de Rotinas na Gestão Pública (PDIR), Programa de Bolsas em Inovação no Ensino (PROBEN), Programa Nacional de Educação na Reforma Agrária (PRONERA), Programa Institucional de Empreendedorismo Inovador (PIEI); É ideal para ter conhecimento e experiência prévia para partir para uma atividade extracurricular de maior complexidade, como é o caso da atividade extracurricular Empresa;	extracurricular.	Empresas Juniores; Possui reuniões periódicas com outras Empresas Juniores, várias vezes ao ano, no próprio Estado e em outras partes do território brasileiro, definidas em documentos técnicos; Proporciona aos discentes que estiverem na Diretoria a terem maior destaque no cenário empresarial e mercadológico por ter experiência em uma empresa acadêmica com funcionamento mais próximo das empresas existentes no mercado; Possui auxílio de professores com nível de Especialização, Mestrado, Doutorado e Pós-Doutorado; Possui fontes de financiamento definidos em editais do governo;
--	--	-------------------------	---

	Possuem burocracia de funcionamento reduzida já que as atividades desenvolvidas a terceiros não remuneram esta atividade extracurricular; Não precisa prestar contas a outras instituições do governo já que não possui serviços/atividade que necessite de remuneração.		Desenvolve uma cultura empreendedora; Desenvolve estudantes com perfil de líderes; Intensifica o relacionamento estudante-escola-mundo do trabalho; Possui palestras e cursos regulares definidos pelas representações em cada Estado para os associados da Brasil Júnior;
3. DESVANTAGENS	Não possui documento técnico e nem possui documento jurídico para definir, embasar e controlar o funcionamento; Não possui fontes de financiamento definidas em editais do governo;	Não possui documento técnico e nem possui documento jurídico para definir, embasar e controlar o funcionamento Não possui fontes de financiamento definidas em editais do governo;	Requer maior burocracia, pois lida com legislação relacionada ao movimento financeiro; Requer mais detalhamento de informações, maior fluxo de trabalho e maior controle de pessoal;

			Proibição de remuneração a docentes e discentes geradas pelos serviços ofertados com custos financeiros ao mundo do trabalho.
4. ESTRATÉGIA DE IMPLANTAÇÃO	Necessita de uma quantidade mínima de discentes ou docentes interessados e comprometidos com o projeto, já que possui uma documentação burocrática e uma estrutura de gestão mais ampla que o modelo de extensão Observatório; Não existe documento técnico ou jurídico que explique como implantar, por isso deve-se utilizar os exemplos de implantação desta atividade	Requer pelo menos um docente interessado para estruturar a parte burocrática documental, pelo menos um discente para fazer as pesquisas, as análises de dados e gerar as conclusões de cada pesquisa realizada; Não existe documento técnico ou jurídico que explique como implantar.	Requer, como sugestão da Brasil Júnior, cinco ou mais discentes para fazerem parte da diretoria da empresa além de discentes para prestarem serviços à sociedade; Possui diretrizes jurídicas definidas pelo Congresso Nacional; Existem documentos técnicos no site oficial da Brasil Júnior que explicam como implantar uma Empresa Júnior.

	extracurricular em publicações encontradas na internet das Instituições de Ensino Superior.		
5. TEMPO PREVISTO DE IMPLANTAÇÃO DO PROJETO	Burocraticamente, requer tempo médio de implantação em relação as três atividades extracurriculares.	Burocraticamente, requer menor tempo de implantação em relação as três atividades extracurriculares.	Burocraticamente, requer maior tempo de implantação em relação as três atividades extracurriculares.
6. AUTONOMIA	Pode ser gerida por discentes ou docentes.	Pode ser gerida por discentes ou docentes.	Possui gestão autônoma de funcionamento em relação à direção da faculdade, ao centro acadêmico e a qualquer outra entidade acadêmica (Art. 3º, § 1º da Lei nº 13.267/2016); Pode oferecer serviços pagos e reverter o dinheiro em manutenção da Empresa júnior, capacitação dos envolvidos e investimento na aquisição de materiais.
7. RECURSOS FINANCEIROS	Pode vir de convênios com as	Pode vir de convênios com as	Pode vir de editais específicos para

	Instituições de Ensino Superior; Pode vir através de <i>crowdfunding</i>; Pode vir da iniciativa dos estudantes em arrecadar recursos financeiros;	Instituições de Ensino Superior; Pode vir através de <i>crowdfunding</i>; Pode vir da iniciativa dos estudantes em arrecadar recursos financeiros;	Empresas Juniores; Pode vir de convênios com as Instituições de Ensino Superior; Pode vir através de <i>crowdfunding</i>; Pode vir da iniciativa dos estudantes em arrecadar recursos financeiros;
8. CONTROLE FINANCEIRO	O projeto que receber verba de algum convênio do Governo, deve prestar contas à Instituição de Ensino Superior e aos órgãos governamentais responsáveis. Geralmente o controle financeiro é feito pelo docente orientador.	O projeto que receber verba de algum convênio do Governo, deve prestar contas à Instituição de Ensino Superior e aos órgãos governamentais responsáveis. Geralmente o controle financeiro é feito pelo docente orientador.	Requer Controle Contábil por receber recursos financeiros dos serviços prestados, devendo prestar contas à Instituição de Ensino Superior e aos órgãos responsáveis.
9. NÚMERO DE ENVOLVIDOS	A estimativa é que sejam de quatro pessoas.	A partir de um discente.	Por sugestão da Brasil Júnior, deve possuir cinco ou mais discentes.
10. LIMITE DE ATUAÇÃO JURÍDICA	Não possui limite de atuação jurídica definida	Não possui limite de atuação jurídica definida em lei;	A Lei nº 13.267/2016 define os limites jurídicos.

	em lei; A atuação jurídica é limitada através de uma convenção implícita condicionada pelas Instituições de Ensino Superior.	A atuação jurídica é limitada através de uma convenção implícita condicionada pelas Instituições de Ensino Superior.	
11. RECEBIMENTO DE RECURSOS FINANCEIROS PELOS ENVOLVIDOS	Não existe recebimento de recursos financeiros pelos docentes ou discentes para remuneração sobre seus serviços, a não ser que seja através de estágio ou acordos entre Instituição de Ensino Superior e os envolvidos.	Não existe recebimento de recursos financeiros pelos docentes ou discentes para remuneração sobre seus serviços, a não ser que seja através de estágio ou acordos entre Instituição de Ensino Superior e os envolvidos.	Os discentes envolvidos somente receberão recursos financeiros de estágios pagos pela Instituição de Ensino Superior através de convênios com projetos de pesquisa; Os docentes somente receberão recursos financeiros após acordos entre eles e a Instituição de Ensino Superior pois a lei das empresas juniores não regulamenta este quesito.
12. CARGA HORÁRIA DOS DOCENTES	Não definido.	Não definido.	Não é definida na Lei nº 13.267/2016 e nem nos documentos técnicos da Brasil Júnior.
13. CARGA	Não definido.	Não definido.	Não é definida na Lei

HORÁRIA DOS DISCENTES			nº 13.267/2016 e nem nos documentos técnicos da Brasil Júnior.
------------------------------	--	--	--

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

O Quadro 1 apresenta a comparação das três organizações de formação acadêmica estudadas nesta monografia, usando 13 aspectos (subitem 2.1.) de implantação para auxiliar as coordenações de Ensino Superior a escolherem o melhor modelo, de acordo com o perfil da coordenação, de acordo com o perfil dos (as) discentes e de acordo com as intenções da Instituição de Ensino Superior.

O Observatório é a organização de formação acadêmica mais simples em relação ao Escritório Modelo e à Empresa Júnior, já que o mesmo faz pesquisas em determinada área de ensino gerando resultados probabilísticos, determinando o provável futuro da situação pesquisada.

O Escritório Modelo é ideal para as instituições que desejam intensificar o relacionamento estudante-escola-mundo do trabalho, desenvolvendo uma cultura empreendedora, desenvolvendo discentes com perfil de líderes, gerando capacitação prévia dos (as) discentes na área técnica da respectiva unidade acadêmica. O Escritório Modelo serve como grupo institucional para concentrar projetos de pesquisa gerados por convênios.

A Empresa Júnior é a organização de formação acadêmica mais complexa entre todas as organizações estudadas. A Empresa Júnior requerer maior burocracia de implantação, maior burocracia de gestão, grande capacidade intelectual, maior controle de resultados, pois faz serviços com recebimento de recursos financeiros, aproximando-se da experiência do funcionamento de uma empresa real do mundo do trabalho. A Empresa Júnior é ideal para discentes com maior desejo de experiências profissionais complexas que almejam ter uma vivência de organizações de formação acadêmica com maior configuração de possibilidades de conhecimento entre as três atividades aqui pesquisadas.

Apesar da Lei nº 13.267/2016 no art. art. 4º, § 2º, informar que a Empresa Júnior pode cobrar pelos serviços oferecidos, obtendo recursos

financeiros, o art. 5º da mesma lei informa que a Empresa Júnior possui fins educacionais e não possui fins lucrativos (BRASIL, 2016a). Uma informação incongruente, já que a Empresa Júnior pode cobrar pelos serviços, obtendo ganhos financeiros, mas que esses ganhos financeiros não podem ser repassados aos envolvidos em forma de remuneração financeira, e sim, devem ser revertidos nas atividades-fim da própria Empresa Júnior (Lei nº 13.267/2016, art. 7º, § 1º). Para que haja investimentos em atividades-fim da própria Empresa Júnior, é necessário que haja lucro financeiro em determinado intervalo de tempo (BRASIL, 2016a).

O Art. 5º da Lei nº 13.267/2016 informa que a Empresa Júnior não pode possuir fins lucrativos, pois para se ter fins lucrativos deve haver repasse de recursos financeiros aos envolvidos em forma de remuneração financeira (EXAME, 2015b), situação que não ocorre em uma Empresa Júnior, de acordo com art. 7º, inciso I da Lei nº 13.267/2016 (BRASIL, 2016a).

A Lei nº 13.267/2016 no art. 3º, § 2º, informa que “Os discentes matriculados em curso de graduação e associados à respectiva empresa júnior exercem trabalho voluntário, nos termos da Lei nº 9.608, de 18 de fevereiro de 1998” (BRASIL, 2016a).

A Lei nº 9.608/1998 (BRASIL, 1998a), que dispõe sobre serviço voluntário, não deveria ser aplicada aos discentes participantes da Empresa Júnior, já que os discentes estariam oferecendo gratuitamente seu tempo, conhecimento e investimento financeiro pessoal, durante várias horas e em vários meses, para participar desta Empresa Júnior de Turismo. Por esse motivo, uma renovação da Lei nº 9.608/1998 deveria ser realizada para garantir que todos os discentes obtivessem remuneração por estagiar na Empresa Júnior, inclusive no Escritório Modelo e no Observatório.

Informações como remuneração e carga horária dedicada pelo (a) discente não está especificada na Lei nº 13.267/2016 e nem em livros técnicos digitais oferecidos pela Brasil Júnior. É importante que durante o vínculo de estágio do discente com a Empresa Júnior, o (a) estudante obtenha remuneração financeira de alguma fonte ofertada pela Instituição de Ensino Superior, já que a Lei nº 13.267/2016 deixa claro que os (as) discentes e

docentes não poderão obter remuneração pessoal da Empresa Júnior (BRASIL, 2016, art. 7º).

Mesmo a Lei nº 13.267/2016 e todos os livros técnicos digitais disponibilizados pela Brasil Júnior não informarem sobre remuneração aos (às) docentes, faz-se necessário e imprescindível que os (as) mesmos (as) recebam (BRASIL, 2016a). De preferência, que seja através de convênios com a Instituição de Ensino Superior, já que desde a criação da Brasil Júnior em 2003, não ficou definido qual seria a fonte de pagamento dos (as) docentes.

A Lei nº 13.267/2016 no seu artigo 7º apenas informa que os envolvidos na Empresa Júnior não poderão obter renda pela realização dos projetos e das atividades disponibilizadas pela Empresa Júnior (BRASIL, 2016a). Contudo, o Instituto Federal de Sergipe criou uma resolução de número 21 que explica que o (a) docente deverá informar ao setor responsável qual a quantidade de carga horária a ser dedicada à Empresa Júnior (IFS, 2019b, art. 14, § 2º), servindo como exemplo de documento para ser implantado em outras Instituições de Ensino Superior.

Todas as três organizações de formação acadêmica são orientadas por professores de nível Especialização, Mestrado, Doutorado e/ou Pós-Doutorado, fazendo com que o serviço prestado pelos (as) discentes ao mundo do trabalho reflita esse grau de capacidade, diferente das empresas que já existem no mercado que, em muitos casos, apenas possuem nível de graduação entre os seus principais empregados. Quando uma empresa real possui um (a) funcionário (a) com grau de escolaridade acima da graduação, o salário recebido chega a ser 15% maior (UNIBH, 2018).

Como desvantagens, o Observatório Acadêmico e o Escritório Modelo não possuem documento técnico e nem possuem documento jurídico para definir, embasar e controlar o funcionamento. Eles também não possuem fins lucrativos e nem possuem fontes de financiamento definidas em editais do Governo.

A Empresa Júnior requer maior burocracia, pois lida com legislação relacionada ao fluxo financeiro, requer mais detalhamento de informações, maior fluxo de trabalho e maior controle de pessoal. Apesar de a Empresa Júnior possuir lei específica, a mesma não define: a remuneração para discentes e docentes; carga horária dos (as) discentes e dos (as) docentes; de

qual local virá à fonte de recursos dos (as) docentes; quem irá pagar a fonte de recursos dos (as) docentes.

Como estratégias de implantação, o Escritório Modelo necessita de uma quantidade mínima de discentes interessados e comprometidos com o projeto, já que possui uma documentação burocrática mais ampliada que o Observatório Acadêmico.

Já para o Observatório Acadêmico, a estratégia de implantação utilizada requer pelo menos um (a) discente interessado (a) para estruturar a parte burocrática documental, fazer as pesquisas, as análises de dados e gerar as conclusões de cada pesquisa realizada.

Para a Empresa Júnior, as estratégias de implantação requerem, como sugestão da Brasil Júnior, cinco ou mais discentes para fazerem parte da diretoria da empresa, incluindo discentes para prestarem serviços ao mercado, além de ser necessário grande capacidade intelectual dos (as) discentes, grande quantidade de reuniões, grande quantidade de leitura prévia dos documentos disponibilizados pela Brasil Júnior.

Para as possibilidades de implantação, é necessário verificar o interesse junto a cada coordenadoria, entre os (as) discentes, além de verificar o perfil ideal dos envolvidos em relação a todos os aspectos de implantação de cada modelo de extensão proposto neste trabalho. Tudo isso de acordo com os objetivos, possibilidades e interesses dos (as) envolvidos (as), inclusive a Instituição de Ensino Superior.

O estágio remunerado aos (às) discentes ajudará na manutenção das despesas como deslocamento, alimentação, vestimenta e comunicação durante as pesquisas realizadas no Escritório Modelo, no Observatório Acadêmico e na Empresa Júnior.

Existe interesse em tornar este quadro comparativo em um software/sistema em plataforma online para facilitar a tomada de decisão das pessoas interessadas em implantar uma das três organizações de formação acadêmica estudadas nesta monografia. Para isso, poderá ser feito um novo produto tecnológico a partir da Linha de Pesquisa em Inovação do Mestrado Profissional em Turismo do IFS.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Fica evidente que o modelo de atividade de extensão Empresa Júnior é ideal para discentes com interesse em aprendizagens profissionalizantes e empresariais, tornando-os mais qualificados para estar em ótimas posições no mundo do trabalho. Para a sua implantação faz-se necessário à aprovação e o interesse prévio dos (as) discentes, dos (as) docentes, da coordenação de graduação e da Instituição de Ensino Superior.

O serviço prestado no mundo do trabalho pelos (as) discentes da Empresa Júnior terá auxílio de docentes com nível Especialização, Mestrado, Doutorado e Pós-Doutorado, a depender da Instituição de Ensino Superior, oferecendo serviços técnicos especializados com maior experiência em relação às outras empresas reais existentes no mercado.

Além disso, existe um programa lançado pelo MEC em 2019 que é exclusivo para dar autonomia financeira e fomentar o empreendedorismo nas Instituições de Ensino Superior do Brasil que optarem por aderir à Empresa Júnior. Pelo programa do MEC, todos os discentes que participarem das Empresas Juniores terão: sua experiência contada como estágio; a administração pública poderá dispensar licitação para contratar empresas juniores; participação de uma rede social exclusiva entre empresários e os projetos das empresas juniores (MEC, 2019).

É importante que todos os (as) docentes envolvidos (as) na Empresa Júnior obtenham remuneração por disponibilizar seu tempo e conhecimento adquirido.

Inevitável, também, é fazer com que todo discente participante de uma Empresa Júnior obtenha remuneração por participar da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, já que o (a) mesmo (a) estará disponibilizando seu tempo, investimento em alimentação, investimento em transporte, investimento em roupas, para estar gerando serviços ao mundo do trabalho através da Empresa Júnior.

Independente da organização de formação acadêmica escolhida pela Instituição de Ensino Superior, os (as) docentes e discentes deverão receber remuneração por disponibilizar seu tempo e conhecimento nestas organizações

de formação acadêmica. Qualquer situação diferente da não remunerada seria o mesmo que obrigar, indiretamente, o (a) discente a prestar a disciplina “estágio” como trabalho voluntário forçado, já que o (a) mesmo (a) precisa desta disciplina concluída para obter seu título de graduação.

Em relação aos (as) docentes, obrigar eles (as) a participar de um projeto sem remunerá-lo (a) seria o mesmo que forçar um trabalho voluntário sem a permissão dos (as) mesmos (as), a não ser que o tempo dedicado à Empresa Júnior esteja dentro do limite de carga horária mensal pactuada entre o (a) docente e a Instituição de Ensino Superior. De qualquer forma, a decisão de participar de um projeto de extensão de forma voluntária, seja por (pelas) docentes ou discentes, vai partir da escolha dos (as) envolvidos (as) e com os objetivos finais que os (as) mesmos (as) desejam alcançar.

Para aprofundar os conhecimentos para abertura e gerenciamento da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, foi elaborado um Plano de Negócio (Apêndice C). Este Plano de Negócio serve como estudo de caso para as Instituições de Ensino Superior interessadas em implantar uma Empresa Júnior, fazendo as modificações necessárias para se adequar à realidade do novo projeto.

É importante destacar que as fontes consultadas possuem diferentes linguagens em diversas partes do texto, principalmente na parte contábil e financeira. Ou seja, o SEBRAE, os profissionais de Contabilidade, os profissionais de Administração e os profissionais de Engenharia possuem linguagens diferentes para fazerem referência a um mesmo tipo de conceito ou cálculo matemático, dificultando o entendimento, inicial, de quem se propõe a estudar estes assuntos. Por este motivo, os apêndices desta monografia usaram uma linguagem ideal para o entendimento dos (as) discentes dos cursos de Turismo do IFS.

O Governo Brasileiro fez sua parte em estabelecer leis e diretrizes para serem seguidas. As falhas encontradas fazem parte do processo de construção de uma nação melhor. Os interessados em modificar as leis e diretrizes estabelecidas pelo Governo Brasileiro devem buscar, diplomaticamente, a solução dos seus interesses pelas vias burocráticas disponibilizadas ao povo brasileiro.

REFERÊNCIAS

ABNT, Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR 6023:** Informação e documentação – Referências – Elaboração. 2002. Disponível em: <<https://projetoacademico.com.br/wp-content/uploads/2019/07/abnt-nbr-6023.pdf>>. Acesso em: 20/10/2020 às 10:42.

ALVES, Zélia Maria Mendes Biasoli; SILVA, Maria Helena G. F. **Dias da. Análise qualitativa de dados de entrevistas:** uma proposta. Paidéia, FFCLRP – USP: Ribeirão Preto, 2, Fev/Jul, p. 61-69, 1992. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/paideia/n2/07.pdf>>. Acesso em: 09/03/2020 às 18:48.

AMBITOJURIDICO. **Imunidade tributária das empresas juniores.** 2012. Disponível em: <<https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-tributario/imunidade-tributaria-das-empresas-juniores/>>. Acesso em: 12/12/2020 às 11:47.

ASSUNÇÃO, Kevin Azevedo.; MELO JÚNIOR, Carlos Mariano; SANTANA, Flávio oliveira; SOARES, Maria Simone Moraes; SOUZA, Patrícia Campos. **A experiência do Emae em assistência técnica para habilitação social no IFS-Campus Estância.** Maceió: CONTECC, 2018. Disponível em: <http://www.confea.org.br/sites/default/files/antigos/contecc2018/civil/3_aedeeatphsni%E2%80%93ce.pdf>. Acesso em: 10/12/2019 às 08:12.

BACK, Suzana. **Modelo de observatório para apoio ao processo de inovação nas organizações:** Aplicação para as indústrias brasileiras de Bens de Capital. Florianópolis: UFSC, 2016. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/167762>>. Acesso em: 12/02/2020 às 12:43.

BALDIN, Nelma; MUNHOZ, Elzira M. Bagatin. **Snowball (Bola de Neve):** Uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In: EDUCERE, PUCPR, p. 329-341, 2011. Disponível em: <https://educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/4398_2342.pdf>. Acesso em: 09/03/2020 às 18:38.

BARROS NETO, Jaime José da Silveira; ALEXANDRE, Lilian Maria da Mesquita. **Benefícios mútuos da extensão acadêmica no turismo-escritório modelo de turismo do Instituto Federal de Sergipe.** Laranjeiras: UFS, 2010.

Disponível em: < <https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/10311/50/49.pdf>>. Acesso em: 10/12/2019 às 08:28.

BÍBLIA. N. T. Apocalipse de São João. Português. In: **Bíblia Mensagem de DEUS**. São Paulo: Edições Loyola Jesuítas, 2016. p. 1588.

BRASIL. **Lei nº 9.394, de 20 de Dezembro de 1996**. 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm>. Acesso em: 20/10/2020 às 06:50.

_____. **Lei nº 9.608, de 18 de Fevereiro de 1998**. 1998a. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9608.htm>. Acesso em: 16/02/2020 às 14:43.

_____. **Lei Complementar nº 95, de 26 de Fevereiro de 1998**. 1998b. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp95.htm>. Acesso em: 21/03/2020 às 12:08.

_____. **Lei nº 13.267, de 06 de Abril de 2016**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2016/lei/L13267.htm>. Acesso em: 12/02/2020 às 14:07.

_____. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). **Censo da Educação Superior 2018**: notas estatísticas. Brasília, 2019. Disponível em: <http://download.inep.gov.br/educacao_superior/censo_superior/documentos/2019/censo_da_educacao_superior_2018-notas_estatisticas.pdf>. Acesso em: 24/03/2020 às 17:35.

CARVALHO, Nádia. **Projeto Empresa Júnior Faculdade de Barretos**. 2018. Disponível em: <<https://faculdadebarretos.com.br/wp-content/uploads/2018/04/Projeto-Atualizado-Empresa-Junior.pdf>>. Acesso em: 12/02/2020 às 19:19.

CAPES. **Produção Técnica Grupo de Trabalho**. Brasília: Capes, 2019. Disponível em: <https://www.capes.gov.br/images/novo_portal/documentos/DAV/avaliacao/10062019_Produ%C3%A7%C3%A3o-T%C3%A9cnica.pdf>. Acesso em: 14/03/2020 às 14:54.

CINFORM, Sergipe. **Pró-solução**: Empresas Juniores em Sergipe. 2019. Disponível em: <<https://cinform.com.br/2019/02/pro-solucao-empresas-juniores-em-sergipe/>>. Acesso em: 09/12/2019 às 11:47.

CENTELHA. **Faça parte da Rede de Parceiros do Programa Centelha.** 2019. Disponível em: <<http://programacentelha.com.br/2019/04/29/rede-parceiros-programa-centelha/>>. Acesso em: 30/07/2019 às 18:42.

CONTORNOSPESQUISA. **O que fazer quando não se sabe o ano da publicação? Citações e Referências.** 2017. Disponível em: <<http://www.contornospesquisa.org/2017/06/o-que-fazer-quando-nao-se-sabe-o-ano-da.html>>. Acesso em: 11/03/2020 às 07:47.

CREA-SE. **Crea-SE orienta alunos do Instituto Federal de Sergipe sobre aplicação da Lei de Assistência Técnica.** 2017. Disponível em: <<http://www.crea-se.org.br/crea-se-orienta-alunos-do-instituto-federal-de-sergipe-sobre-aplicacao-da-lei-de-assistencia-tecnica/>>. Acesso em: 09/12/2019 às 11:57.

DATALYSER. **O Propósito do Controle Estatístico do Processo em Tempo Real.** [200-]. Disponível em: <<http://www.datalyzer.com.br/site/suporte/administrador/info/arquivos/info60/60.html>>. Acesso em: 11/03/2020 às 07:44.

DIÁRIO DO COMÉRCIO. **EMPRESÁRIOS JUNIORES BATEM RECORDE E SÃO MAIS DE 22 MIL NO BRASIL.** 2019. Disponível em: <<https://diariodocomercio.com.br/negocios/empresarios-juniores-batem-recorde-e-sao-mais-de-22-mil-no-brasil/>>. Acesso em: 14/02/2020 às 13:54.

EXAME. **Quais são as diferenças entre modelo e plano de negócio.** 2015a. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/quais-sao-as-diferencas-entre-modelo-e-plano-de-negocio/>>. Acesso em: 30/07/2019 às 00:15.

_____. **Quais as diferenças entre uma ONG e uma empresa?** 2015b. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/qual-a-diferenca-entre-uma-ong-e-uma-empresa/>>. Acesso em: 21/04/2020 às 12:57.

FAXINA, Fabiana. **Áreas protegidas e populações humanas: o Parque nacional do Iguaçu e seu entorno.** Aracaju: IFS, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ifs.edu.br/biblioteca/bitstream/123456789/963/1/Areas_Protegidas_e_Popula%C3%A7%C3%B5es_Humanas_Parque_Nacional_Iguacu.pdf>. Acesso em: 30/08/2020 às 13:52.

FLUCIANOFEIJAO. **Estatuto da Luciano Feijão Júnior Consultoria**. 2016. Disponível em: <https://flucianofejao.com.br/novo/wp-content/uploads/2016/01/Estatuto_FLF_JUNIOR.pdf>. Acesso em: 21/03/2020 às 12:22.

FOLHA. **Inovação na balbúria: presença de empresas juniores cresce nas universidades brasileiras**. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/2019/09/inovacao-na-balburdia-presenca-de-empresas-juniores-cresce-nas-universidades-brasileiras.shtml>> Acesso em: 14/02/2020 às 13:45.

GESTAODESEGURANCAPRIVADA. **Estatuto: O que é? Definição, Tipos de Estatutos, para que serve?**. [201-]. Disponível em: <<https://gestaodesegurancaprivada.com.br/estatuto-o-que-e-definicao-tipos/>>. Acesso em: 20/03/2020 às 13:40.

GROSSO, F. C. **Modelo de um observatório municipal do desporto no conselho de Setúbal**. Lisboa, 2016. Disponível em: <<https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/11656/1/Tese%20Observat%c3%b3rio%20Municipal.pdf>>. Acesso em: 30/08/2020 às 13:53.

GUGLIELMETTI, Fernando Ribeiro; MARINS, Fernando Augusto Silva; SALOMON, Valério Antonio Pamplona. **Comparação teórica entre métodos de auxílio à tomada de decisão por múltiplos critérios**. Encontro Nacional de Engenharia de Produção, v. 23, 2003. Disponível em: <<http://www.din.uem.br/~ademir/sbpo/sbpo2003/pdf/arq0131.pdf>>. Acesso em: 20/10/2020 às 10:07.

IAABRASIL. **Redigindo um Relatório de Auditoria de Impacto: 6 Dicas Para Ser Mais Persuasivo**. 2019. Disponível em: <https://iiabrasil.org.br/noticia/redigindo-um-relatorio-de-auditoria-de-impacto-6-dicas-para-ser-mais-persuasivo?utm_campaign=boletim_informativo_semanal_79&utm_medium=email&utm_source=RD+Station>. Acesso em: 03/09/2020 às 05:16.

IFS. **Criação da Empresa Júnior de Informática do IFS: Instrumento de desenvolvimento discente**. 2012. Disponível em: <<https://repositorio.ifs.edu.br/biblioteca/bitstream/123456789/243/1/Cria%C3%A7%C3%A3o%20da%20empresa%20j%C3%BAnior%20de%20inform%C3%A1tica%20do%20IFS->

ANDRADE%2C%20Elis%C3%A2ngela%20Maria%20Alves%20de%20Oliveira%20Rocha.pdf>. Acesso em: 01/09/2020 às 09:20.

_____. **Engenharia Civil**. 2016a. Disponível em: <http://www.ifs.edu.br/proen/images/Campus_Aracaju/PIT_2016.1/Engenharia_Civil/PIT_2016-1-COEC.pdf>. Acesso em: 01/09/2020 às 09:12.

_____. **IFS promove seminário sobre turismo e desenvolvimento em ambientes costeiros**. 2016b. Disponível em: <<http://www.ifs.edu.br/ultimas-noticias/2793-ifs-promove-seminario-sobre-turismo-e-desenvolvimento-em-ambientes-costeiros>>. Acesso em: 01/09/2020 às 10:55.

_____. **Instrução Normativa DTI nº 03, de 30 de Setembro de 2016**. 2016c. Disponível em < http://ifs.edu.br/images/dti/normas_/CGTIC_07_-_IN_03_2016_DTI_-_Disp%C3%B5e_sobre_a_Pol%C3%ADtica_utiliza%C3%A7%C3%A3o_dos_programas_Google_for_Education_Office_365_Education_e_Microsoft_Imagine_no_IFS.pdf>. Acesso em: 24/10/2020 às 18:53.

_____. **Campus Lagarto inaugura empresa júnior em Automação Industrial**. 2017a. Disponível em: <<http://www.ifs.edu.br/ultimas-noticias/200-lagarto/4605-campus-lagarto-inaugura-empresa-junior-em-automacao-industrial>>. Acesso em: 03/09/2020 às 05:17.

_____. **Concurso para escolha da Logomarca e Slogan da Prognét, Empresa Jr**. 2017b. Disponível em: <<http://www.ifs.edu.br/ultimas-noticias/200-lagarto/4632-concurso-para-escolha-da-logomarca-e-slogan-da-prognet-empresa-jr6>>. Acesso em: 01/09/2020 às 09:26.

_____. **I Simpolitur recebe inscrições de artigos científicos até 20 de setembro**. 2017c. Disponível em: <<http://www.ifs.edu.br/ultimas-noticias/199-aracaju/5214-i-simpolipur-recebe-inscricoes-de-artigos-cientificos-ate-20-de-setembro>>. Acesso em: 01/09/2020 às 12:27.

_____. **Guia Prático para Elaboração de Monografias**. 2018a. Disponível em: <<http://www.ifs.edu.br/biblioteca/images/Documentos/guiamonografia-min.pdf>>. Acesso em: 14/10/2020.

_____. **Semana Acadêmica de Turismo será aberta dia 25/09 no campus Aracaju**. 2018b. Disponível em: <<http://www.ifs.edu.br/ultimas-noticias/200-aracaju/5214-semana-academica-de-turismo-sera-aberta-dia-25-09-no-campus-aracaju>>. Acesso em: 01/09/2020 às 12:27.

[noticias/199-aracaju/7162-semana-academica-de-turismo-sera-aberta-dia-25-09-no-campus-aracaju](http://www.ifs.edu.br/ultimas-noticias/199-aracaju/7162-semana-academica-de-turismo-sera-aberta-dia-25-09-no-campus-aracaju)>. Acesso em: 01/09/2020 às 10:52.

_____. **Mesa redonda com professor e jornalista debaterá experiências na América do Sul.** 2018c. Disponível em: <<http://www.ifs.edu.br/ultimas-noticias/199-aracaju/6881-mesa-redonda-debatera-experiencias-na-america-do-sul>>. Acesso em: 01/09/2020 às 10:53.

_____. **Resolução Nº 31/2018/CS/IFS.** 2018d. Disponível em: <http://www.ifs.edu.br/images/arquivos/Proen/PPCs_Superiores/Aracaju/CS_31_Aprova_a_Reformulao_do_PPC_Tecnologia_em_Gesto_de_Turismo_-_campus_Ar.pdf>. Acesso em: 10/12/2019 às 07:58.

_____. **Resolução nº 31/2018/CS/IFS.** 2018e. Disponível em: <http://www.ifs.edu.br/images/arquivos/Proen/PPCs_Superiores/Aracaju/CS_31_Aprova_a_Reformulao_do_PPC_Tecnologia_em_Gesto_de_Turismo_-_campus_Ar.pdf>. Acesso em: 20/10/2020 às 07:35.

_____. **Resolução nº 31/2018/CS/IFS.** 2018f. Disponível em: <http://www.ifs.edu.br/images/arquivos/Proen/PPCs_Superiores/Aracaju/CS_31_Aprova_a_Reformulao_do_PPC_Tecnologia_em_Gesto_de_Turismo_-_campus_Ar.pdf>. Acesso em: 31/10/2020 às 09:35.

_____. **Instituto Federal de Sergipe. Alunos assumem nova diretoria da Empresa Júnior de Engenharia Civil.** 2019a. Disponível em: <<http://www.ifs.edu.br/ultimas-noticias/201-estancia/7904-alunos-assumem-nova-diretoria-da-empresa-junior-de-engenharia-civil>>. Acesso em: 09/12/2019 às 11:36.

_____. **Resolução Nº 21/2019/CS/IFS.** 2019. 2019b. Disponível em: <http://www.ifs.edu.br/images/dinove/docs/cie/CS_21_Aprova_Ad_Referendum_o_Regulamento_das_Empresas_Juniores_no_mbito_do_IF.pdf>. Acesso em: 09/12/2019 às 11:22.

_____. **Escritório Modelo de Turismo realiza ação educativa na Barra dos Coqueiros.** 2019c. Disponível em: <<http://www.ifs.edu.br/ultimas-noticias/199-aracaju/8224-escritorio-modelo-de-turismo-realiza-acao-educativa-na-barra-dos-coqueiros>>. Acesso em: 01/09/2020 às 09:32.

_____. **Pró-reitoria de Pesquisa e Extensão do Instituto Federal de Sergipe**. 2020a. Disponível em: < <http://www.ifs.edu.br/diretoria-de-extensao-e-articulacao-com-a-sociedade-direx/programas-direx> >. Acesso em: 10/012/2019 às 16:32.

_____. **Editais 002/2020 – PPMTUR/DPG/PROPEX**. 2020b. Disponível em < http://www.ifs.edu.br/images/arquivos/Mestrado_Turismo/Editais_002_Sele%C3%A7%C3%A3o_PPMTUR_2020.pdf >. Acesso em: 24/10/2020 às 19:38.

JUCESE. **Junta Comercial do Estado de Sergipe**. 2020. Disponível em: < <https://www.jucese.se.gov.br/> >. Acesso em: 14/03/2020 às 12:29.

JÚNIOR, Brasil. **DNA Júnior Livro I: Conhecendo o MEJ**. 2015a. Disponível em: < https://www.brasiljunior.org.br/static/books/DNAJunior_Livro_I_-_Conhecendo_o_MEJ.rar >. Acesso em: 10/12/2019 às 16:43.

_____. **DNA Júnior Livro II: Primeiros Passos**. 2015b. Disponível em: < https://www.brasiljunior.org.br/static/books/DNAJunior_Livro_II_-_Primeiros_Passos.rar >. Acesso em: 10/12/2019 às 16:44.

_____. **DNA Júnior Livro III: Regulamentação**. 2015c. Disponível em: < https://www.brasiljunior.org.br/static/books/DNAJunior_Livro_III_-_Regulamentacao.rar >. Acesso em: 10/12/2019 às 16:45.

_____. **DNA Júnior Livro IV: Planejamento**. 2015d. Disponível em: < https://www.brasiljunior.org.br/static/books/DNAJunior_Livro_IV_-_Planejamentos.rar >. Acesso em: 10/12/2019 às 16:46.

_____. **DNA Júnior Livro V: Processo de Federação**. 2015e. **jeitoBJ**. [2015?]. Disponível em: < <http://bit.ly/JeitoBJ> >. Acesso em: 13/02/2020 às 13:34.

_____. **Selo EJ: Manual de Auditoria**. 2017. Disponível em: < https://uploads.brasiljunior.org.br/uploads/cms/ejseal/file/file/3/Manual_de_Auditoria_-_Selo_EJ_2017.pdf >. Acesso em: 01/03/2020 às 06:55.

_____. **Site Oficial da Confederação Brasileira de Empresas Juniores**. 2020a. Disponível em: < <https://www.brasiljunior.org.br> >. Acesso em: 13/02/2020 às 13:41.

LUZ. **O que é um Modelo de Negócio**. 2013. Disponível em: <<https://blog.luz.vc/o-que-e-modelo-de-negocio/>>. Acesso em: 23/02/2020 às 11:31.

MEC. **Cursos de Educação Profissional Tecnológica de Graduação e Pós-Graduação**. 2018a. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/component/content/article?id=68571:cursos-de-educacao-profissional-tecnologica-de-graduacao-e-pos-graduacao>. Acesso em: 30/10/2020 às 20:51.

_____. **Parecer CNE/CES nº 608/2018**. 2018b. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/docman/novembro-2018-pdf/102551-pces608-18/file>>. Acesso em: 21/10/2020 às 07:04.

_____. **Resolução nº 7, de 18 de Dezembro de 2018**. 2018c. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=104251-rces007-18&category_slug=dezembro-2018-pdf&Itemid=30192>. Acesso em: 20/10/2020 às 22:44.

_____. **Empresas juniores de universidades terão papel de destaque no Future-se**. 2019. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/component/tags/tag/53051-confederacao-brasileira-de-empresas-juniores>>. Acesso em: 13/02/2020 às 14:14.

MELO, Ana Cristina Viana de. **Formulação de um modelo de observatório para o turismo cinematográfico em Brasília**. Brasília: UNB, 2009. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/3897/1/2009_AnaCristinaVianadeMelo.pdf>. Acesso em: 11/02/2020 às 17:04.

MORAES, Roque. **Análise de conteúdo**. Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999. Disponível em: <<http://pesquisaemeducacaoufrgs.pbworks.com/w/file/fetch/60815562/Analise%20de%20conte%C3%BAdo.pdf>>. Acesso em: 12/03/2020 às 20:15.

OLIVERIA, Alci Malaquias. **Controle e Auditoria Governamental com enfoque em auditoria operacional**. Brasília, 1996. Disponível em: <http://www.tesouro.fazenda.gov.br/premio/Premio_TN/lpremio/controle/MHsiaf p2PTN/OLIVEIRA_Alci_Malaquias.pdf>. Acesso em: 01/09/2020 às 16:46.

OLIVEIRA, M. B. **Escritório modelo para desenvolvimento e capacitação em gestão e informação na construção para técnicos em edificações.** Florianópolis, 2019. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/199017>>. Acesso em: 12/02/2020 às 14:05.

OSEGREDO. **“tudo o que um sonho precisa para ser realizado é alguém que acredite que ele possa ser realizado”.** 2018. Disponível em <<https://osegreto.com.br/tudo-o-que-um-sonho-precisa-para-ser-realizado-e-alguem-que-acredite/>>. Acesso em: 24/10/2020 às 19:04.

PASSAGLIO, Kátia Tomagnini; ROCHA, Bianca Ferreira; SANTOS, João Henrique de Souza. **Extensão Universitária e Formação no Ensino Superior.** Revista Brasileira de Extensão Universitária, v.7, n.1, p. 23-28, 2016. Disponível em: < <https://doi.org/10.36661/2358-0399.2016v7i1.3087>>. Acesso em: 20/10/2020 às 08:03.

PRIBERAM, Dicionário. **Significado de “Observatório”.** 2020. Disponível em: <<https://dicionario.priberam.org/observat%C3%B3rio>>. Acesso em: 10/02/2020 às 19:11.

PORTALDECONTABILIDADE. **Estatuto ou Contrato Social.** [199-]. Disponível em: <<http://www.portaldecontabilidade.com.br/obrigacoes/estatutocontratosocial.htm>>. Acesso em: 21/03/2020 às 12:15.

RNP. **Rede Nacional de Ensino e Pesquisa. Lei regulamenta empresas juniores como projetos de extensão universitária.** 2015. Disponível em: <<https://www.rnp.br/noticias/lei-regulamenta-empresas-juniores-como-projetos-de-extensao-universitaria>>. Acesso em: 29/07/2019 às 23:14.

SALES, L. F. P. **Escritório Escola de Engenharia Civil – Um exemplo de sucesso.** Itajaí, CTTMAR/UNIVALI, 2004. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/2213930-Escritorio-escola-de-engenharia-civil-um-exemplo-de-sucesso.html>>. Acesso em: 12/02/2020 às 14:02.

SANTOS, C. D. F., BISPO, M. G. A. **Análise Empírica do Escritório Modelo de Assistência Jurídica (FDA/UFAL).** Extensão em Debate, Maceió, v.02, n.01, jan./jun. 2018. Disponível em:

<<http://www.seer.ufal.br/index.php/extensaoemdebate/article/view/6987/4870>>.

Acesso em: 12/02/2020 às 14:03.

SCHMIDT, N. S., SILVA, C. L. da. **Observatório como instrumento de prospectiva estratégica para as Instituições de Ciência e Tecnologia (ICTs)**. INTERAÇÕES, Campo Grande, MS, v. 19, n. 2, p. 153-166, abr./jun. 2018. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/inter/v19n2/1518-7012-inter-19-02-0387.pdf>>. Acesso em: 10/02/2020 às 19:18.

SEBRAE. **Canvas x Plano de Negócios**. [201-?]. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/canvas-x-plano-de-negocios,22eacd18a819d610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 23/02/2020 às 11:37.

SEBRAE. **Como Elaborar um Plano de Negócios**. Brasília, 2013a. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\\$File/2021.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/$File/2021.pdf)>. Acesso em: 27/08/2020 às 19:58.

_____. **Cartilha O Quadro de Modelo de Negócios**: Um caminho para criar, recriar e inovar em modelos de negócios. 2013b. Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/am/arquivos/cartilha,a623716d2c324410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 22/10/2020 às 13:36.

_____. **Modelo de Negócio**. 2014. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MG/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Modelo+de+Neg%C3%B3cios+-+Kit+de+Ferramentas.PDF>>. Acesso em: 13/09/2020 às 10:32.

_____. **Canvas**: Como e Por Que Utilizar Esta Ferramenta para Criar o Seu Modelo de Negócio. 2017. Disponível em <<https://inovacaoosebraeminas.com.br/canvas-como-e-por-que-utilizar-esta-ferramenta-para-criar-o-seu-modelo-de-negocio/>>. Acesso em: 22/10/2020 às 13:34.

SERJÚNIOR. **Site oficial da Federação de Empresas Juniores do Estado de Sergipe**. 2020. Disponível em: <<https://serjunior.tempsite.ws>>. Acesso em: 12/02/2020 às 15:32.

SIGNIFICADOS. **Significado de Ebook**. 2013. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/ebook/>>. Acesso em: 29/02/2020 às 16:46.

_____. **Significado de benchmarking**. 2018. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/benchmarking/>>. Acesso em: 31/07/2019 às 17:38.

SOBREADMINISTRAÇÃO. **Crowdfunding, o que é e como funciona**. 2011. Disponível em: <<http://www.sobreadministracao.com/crowdfunding-o-que-e-e-como-funciona/>>. Acesso em: 02/08/2019 às 02:00.

SOMATEMATICA. **Amostra não probabilística**. [202-?] Disponível em: <<https://www.somatematica.com.br/estat/ap9.php>>. Acesso em: 11/03/2020 às 07:36.

TCU. **Fiscalização e Controle**. [201?]. Disponível em: <<https://portal.tcu.gov.br/controle-externo/normas-e-orientacoes/normas-de-fiscalizacao/auditoria-operacional.htm#:~:text=Auditoria%20operacional%20%C3%A9%20o%20processo,os%20mecanismos%20de%20responsabiliza%C3%A7%C3%A3o%20por>>. Acesso em: 01/09/2020 às 16:56.

TUDOEXCEL. **Saiba o que é Microsoft Excel**. 2020. Disponível em: <<https://www.tudoexcel.com.br/planilhas/saiba-o-que-e-o-microsoft-excel-2918.html#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20pasta%20de,para%20atender%20%C3%A0s%20suas%20necessidades>>. Acesso em: 21/10/2020 às 07:36.

UFG. **Estatuto da Empresa Júnior de Engenharia Florestal da Universidade Federal de Goiás – Regional Itajaí**. [201-]. Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/284/o/Estatuto_original_florestalis.pdf>. Acesso em: 21/03/2020 às 12:20.

UNIBH. **Por que um curso superior pode ser um diferencial competitivo na sua carreira**. 2018. Disponível em: <<https://www.unibh.br/blog/por-que-um-curso-superior-pode-ser-um-diferencial-competitivo-na-sua-carreira/>>. Acesso em: 21/04/2020 às 13:14.

UNINORTE. **Estatuto da Empresa Júnior do Centro Universitário do Norte**. 2013. Disponível em: <<https://www.uninorte.com.br/wp-content/uploads/2013/10/estatuto.empresajr.pdf>>. Acesso em: 21/03/2020 às 12:18.

VIA CARREIRA. **Empresa Júnior: entenda o que faz e quais são as vantagens.** 2019. Disponível em: <<https://viacarreira.com/empresa-junior/>>. Acesso em: 14/02/2020 às 14:04.

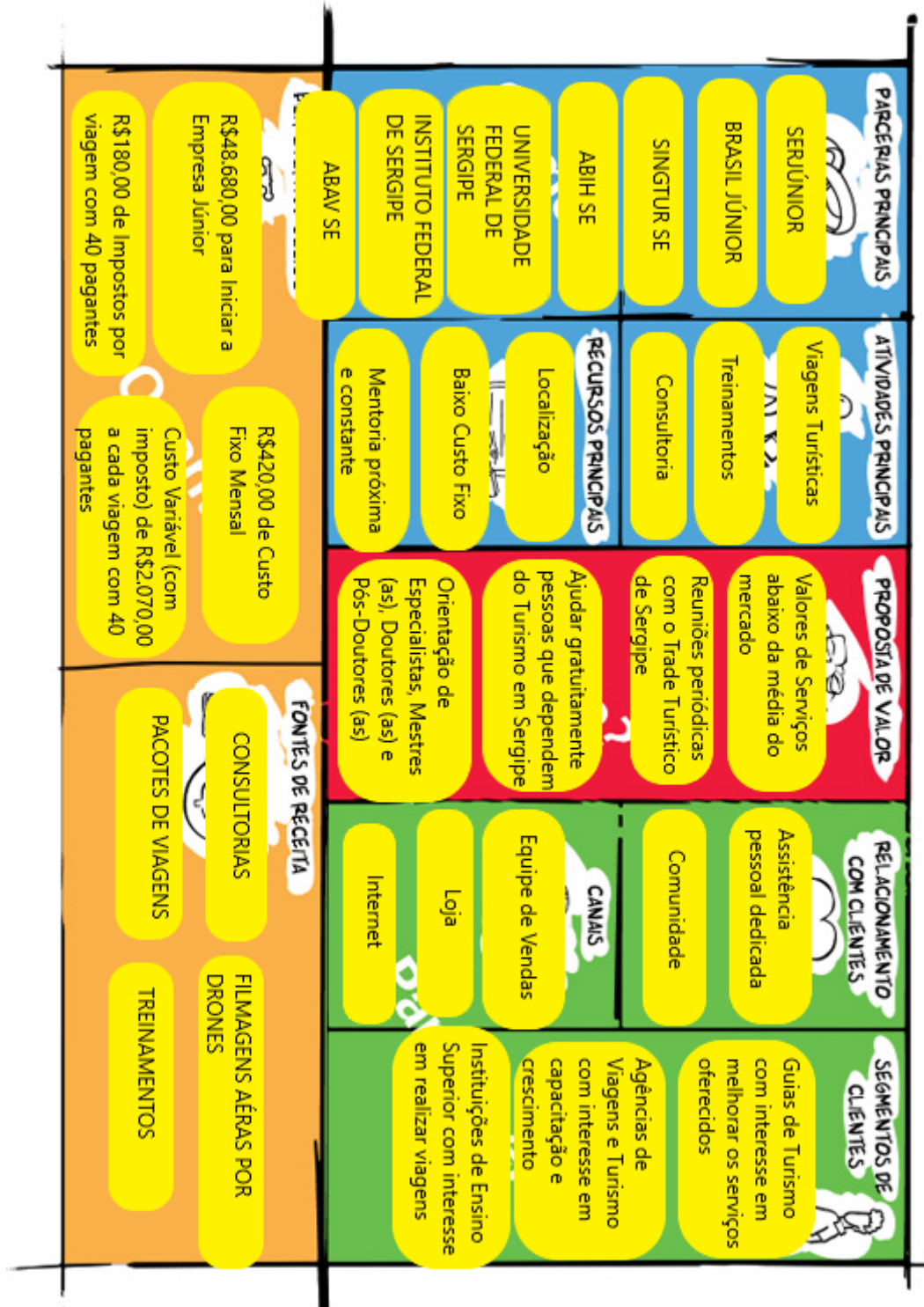
WIKIPEDIA. **Captura de ecrã.** 2020. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Captura_de_ecr%C3%A3#:~:text=Captura%20de%20ecr%C3%A3%20ou%20captura,computador%20em%20um%20dado%20instante.>. Acesso em: 01/09/2020 às 17:22.

ZAFFALON, Danielle Nolasco. **Proposta para a implantação de um Observatório de Economia Criativa na Universidade Federal de Pelotas.** Pelotas: UFP, 2018. Disponível em: <http://www.repositorio.ufpel.edu.br/bitstream/prefix/4651/6/Dissertacao_Danielle_PROFIAP.pdf>. Acesso em: 09/12/2019 às 20:04.

INSTITUTO
FEDERAL
Sergipe

APÊNDICE A. Business Model Canvas

Figura 1. Business Model Canvas.



Fonte da Figura adaptada: SEBRAE Nacional, 2019. Disponível em: <
<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/quadro-de-modelo-de-negocios-para-criar-recrutar-e-inovar,a6df0cc7f4217410VqnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em:
01/09/2020 às 08:34.

APÊNDICE B. Modelo de Negócio

**MODELO DE NEGÓCIO DA EMPRESA JÚNIOR DE TURISMO DO
INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE****Razão Social**

Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe

Nome Fantasia

Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe

Logotipo Proposto

Foi criada uma sugestão de Logotipo para a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe tendo como referência os logotipos do Google Earth, do Google Maps, do Waze e do Instituto Federal de Sergipe: Figura 2.

Figura 2. Logotipo A.



Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Roupa

Foi sugerido um modelo de roupa com o logotipo proposto para a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe: Figura 3.

Figura 3. Blusa A.



Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Causa Social

Estruturar a experiência e a paixão da turma de Turismo do Instituto Federal de Sergipe com objetivo de ajudar gratuitamente as pessoas que dependem do Turismo no Estado de Sergipe.

Propósito

Ajudar discentes de Turismo do IFS a obterem um estágio.

Missão

Desenvolver competências técnicas e competências profissionais na área de turismo contribuindo para o desenvolvimento econômico e social local.

Visão

Obter reconhecimento do Trade Turístico de Sergipe ao oferecer serviços técnicos especializados em um prazo de 18 meses.

Valores

1. Comunicação
2. Cooperação

3. Comprometimento
4. Trabalho
5. Ética
6. Status
7. Autonomia
8. Criatividade
9. Tecnologia
10. Inovação

Produtos e Serviços

A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe atuará na área de turismo prestando serviços de:

1. Assessoria e Consultoria para empresas do mercado turístico e para órgãos do governo de Sergipe nas áreas de:
 - Marketing;
 - Alimentos e Bebidas;
 - Análise Econômica de Projetos Turísticos;
 - Planejamento de Projetos Turísticos;
 - Captação de Recursos para empresas;
 - Levantamento de Dados Estatísticos.
2. Elaboração e venda de pacotes turísticos para a comunidade interna e externa do campus;
3. Planejamento e execução de Cursos, Palestras e Oficinas para empresários e colaboradores do projeto como alternativa de melhoria de desempenho após levantamento prévio de necessidade;
4. Planejamento e execução de Eventos dentro e fora do IFS.

Oportunidade

Primeira Empresa Júnior de Turismo no Estado de Sergipe com possibilidade de obter vantagens do MEC e auxílio de implantação da Brasil Júnior. Pouca concorrência na venda de pacotes de viagens através de site e aplicativo no Estado de Sergipe. Uso de serviços extras que não foram encontrados em outras agências de turismo no Estado de Sergipe como:

entrega de *souvenirs* durante as viagens; entrega de lanches durante as viagens; entrega de fotos através de papel sulfite.

Os principais problemas que a Empresa Júnior de Turismo pretende solucionar dos nossos clientes são:

- Incapacidade tecnológica;
- Marketing;
- Processos;
- Público alvo;
- Parcerias;
- Regulamentação jurídica;
- Relações Interpessoais;
- Planejamento estratégico;
- Fluxo de caixa;
- Capacitações e treinamentos.

Soluções Propostas

A Empresa Júnior de Turismo pretende solucionar os principais problemas dos (as) nossos (as) clientes através dos (as) discentes capacitados (as) previamente na respectiva área, fazendo uso direto das informações dos melhores formadores de profissionais do Estado na área de turismo: docentes do Instituto Federal de Sergipe.

Cada discente fará uma consultoria aos (às) nossos (as) clientes e as dúvidas serão sanadas pelos (as) melhores (as) docentes do Estado, que auxiliarão os (as) discentes a propor a solução ideal de cada demanda, através de um valor médio de mercado pelo serviço oferecido, proporcionando um retorno de solução de qualidade superior aos outros players do mercado.

Principais Destaques para Implantação da Empresa Júnior

- Acompanhamento técnico de Especialistas, Mestres (as), Doutores (as) e Pós-Doutores (as) na área de consultoria por um preço médio de mercado;
- Possibilidade de replicação do projeto em todas as Instituições de Ensino Superior que tenham o curso de Turismo;
- Maior possibilidade de nivelamento operacional do mercado turístico pela disseminação das novas tecnologias digitais;

- Incentivo do Trade Turístico Sergipano em investir em empresas de consultoria vinculadas a Instituições de Ensino Superior;
- Capacitação empresarial e técnica dos (as) discentes envolvidos (as) antes da conclusão do Curso Superior em Turismo.

Diferenciais da Solução

O principal diferencial é a assessoria técnica de docentes de nível Especialização, Mestrado, Doutorado e Pós-Doutorado, que são atuantes na área de Turismo, elevando o padrão de atendimento aos (às) nossos (as) clientes. Esse diferencial é difícil de ser copiado pela concorrência pelo fato de que o valor financeiro para investir em profissionais com este nível de graduação fica cada vez mais elevado já que a maior parte do tempo é dedicada ao ensino das disciplinas nas Instituições de Ensino Superior.

Além disso, o ambiente do Campus Aracaju do Instituto Federal de Sergipe é propício para manter o (a) discente em constante aprendizado.

A empresa estará capacitada para atuar com:

- **Drones:** São veículos aéreos não tripulados que possuem uma câmera filmadora e são controlados por equipamento vinculado ao smartphone;
- **Google Chrome:** É um aplicativo para dispositivos eletrônicos que serve para acessar sites na internet;
- **Google Earth:** É um software gratuito que apresenta um modelo tridimensional do Planeta Terra, construído a partir de imagens reais capturadas por satélites artificiais;
- **Wikimapia:** É um serviço gratuito online de mapeamento em duas dimensões do Planeta Terra que apresenta marcações poligonais de áreas ocupadas, com objetivo de delimitar a área de empresas, de bairros, de cidades entre outras demarcações;
- **Google Maps:** É um serviço gratuito de pesquisa e visualização de mapas e imagens do Planeta Terra, em duas e três dimensões, capturadas por satélites artificiais;
- **Google Street View:** É um recurso gratuito do Google Maps e do Google Earth que disponibiliza vistas panorâmicas de 360º na horizontal e de 290º na vertical, simulando que a pessoa esteja

em pé no nível de visão do chão/solo, diferente da visão de satélite;

- **Google Agenda:** É um serviço gratuito de agenda e calendário on-line;
- **Google Forms:** É um serviço gratuito online de elaboração de formulários capazes de gerar gráficos e outros dados estatísticos;
- **Google Drive:** É um serviço gratuito online de armazenamento e sincronização de arquivos digitais entre o usuário e sua conta Google;
- **Google Tradutor:** É um serviço gratuito do Google que traduz instantaneamente frases escritas ou frases faladas em centenas de idiomas, de forma escrita ou falada;
- **YouTube:** É um serviço gratuito online de compilação de vídeos.
- **Google Contatos:** É um serviço gratuito de armazenamento de informações de pessoas com grande quantidade de detalhes;
- **Google Docs:** É um serviço gratuito online de criação e edição de documentos;
- **Google Sheets:** É um serviço gratuito online de criação e edição de Planilhas Eletrônicas em formato tabela;
- **Google Slides:** É um serviço gratuito online de criação e edição de Apresentações em formato slides;
- **Google Meu Negócio:** É um serviço gratuito online que permite o gerenciamento de como a empresa será mostrada nos serviços do Google;
- **Google Sites:** É uma ferramenta gratuita online de criação de páginas na internet;
- **Google Classroom:** É uma ferramenta gratuita online que permite criar salas de aulas virtuais;
- **Google Scholar:** É conhecido no Brasil como Google Acadêmico, um buscador digital especializado em teses, dissertações e qualquer tipo de trabalho acadêmico oficial;

- **Waze:** É um aplicativo para smartphones gratuito que faz rotas terrestres guiadas por satélites artificiais em mapas geográficos digitais;
- **WhatsApp Business:** É um software, do tipo aplicativo para smartphones e tablets, de troca de mensagens, chamadas telefônicas, ligação em vídeo e envio de arquivos exclusivo para empresas;
- **Microsoft® OneDrive:** É uma ferramenta online gratuita para guardar arquivos digitais;
- **Microsoft® Word (avançado):** É um software para dispositivos eletrônicos que serve para digitar textos. O termo “avançado” significa que o treinamento é para usar este software além do comumente usado pela população;
- **Microsoft® Excel (avançado):** É um software para dispositivos eletrônicos que serve para criar Planilhas Eletrônicas para cálculos ou listas. O termo “avançado” significa que o treinamento é para usar este software além do comumente usado pela população;
- **Microsoft® PowerPoint (avançado):** É um software para dispositivos eletrônicos que serve para criar apresentações de imagens, vídeos ou textos. . O termo “avançado” significa que o treinamento é para usar este software além do comumente usado pela população;
- **Microsoft® Outlook:** É uma ferramenta online gratuita para trocar e-mails;
- **Microsoft® Skype:** É um software online gratuito para fazer e receber chamadas por vídeos ou por voz;
- **Microsoft® Edge:** É um aplicativo gratuito para dispositivos eletrônicos, recomendado pela Microsoft, para acessar sites na internet;
- **Microsoft® Paint 3D:** É um aplicativo nativo dos Windows, de versões mais recentes, que serve para criar e editar imagens com mais ferramentas que o aplicativo Paint;

- **Microsoft® Windows Media Player:** É um aplicativo gratuito e nativo do Windows, de qualquer versão, que serve para reproduzir vídeos, músicas e rádios da internet;
- **Microsoft® Windows:** É um software, mais conhecido como Sistema Operacional, usado em notebooks, computadores, celulares e tablets que serve para facilitar o uso de todos os outros aplicativos existentes no mercado digital.
- **Geração e Transferência de Boletos;**
- **Uso profissional de redes sociais;**
- **Criação e edição de vídeos.**

O Estado de Sergipe possui um significativo número de empresas que atuam na área de Turismo e que demandam serviços profissionais qualificados na área de tecnologia da informação turística, serviços estes que serão oferecidos pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

Várias comunidades de baixa renda e afastadas do centro de municípios serão beneficiadas pelos serviços oferecidos pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, de forma gratuita ou paga (a depender das decisões nas Assembleias Gerais).

Público Alvo

- Comunidade Interna do IFS (discentes e servidores);
- Instituições de Ensino Superior (Faculdades e Universidades);
- Hotéis, Motéis e Pousadas;
- Operadoras de Turismo e Agências de Viagens e Turismo;
- Locadoras de Veículos;
- Guias de Turismo particulares;
- Restaurantes, bares e lanchonetes;
- Órgãos Públicos (Secretaria Municipal de Turismo e Secretaria de Estado de Turismo);
- Sindicatos, Associações, Organizações Não Governamentais;
- Empresas de Consultoria.

Formas de Ingresso

Por meio de processo seletivo, especificado em edital e definido por regulamento próprio, organizado pelos cargos diretivos da Empresa Júnior, conforme Lei nº 13.267/2016.

Equipe Empreendedora

A equipe de empreendedores escolhida é composta por cinco alunos do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Sergipe e atuará nos cargos de: Presidente; Diretoria Administrativa; Diretoria Financeira; Diretoria de Marketing; Diretoria de Projetos; e Diretoria de Pessoas.

Esta equipe é a ideal para o desenvolvimento do projeto por que representa discentes que mais se destacam no Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, apresentando as seguintes competências:

- Relacionamento interpessoal e intrapessoal avançado;
- Destaque de conhecimentos na maioria das disciplinas do curso;
- Conhecimentos de cursos de extensão (empreendedorismo; contabilidade; edição de vídeos; criação de aplicativos Android, iOS e web; cursos de informática avançada, entre outras competências);
- Cursos em outras áreas de formação (Curso Técnico em Guia de Turismo, Curso Técnico em Edificações, Curso Técnico em Rádio e TV, curso de licitações e contratos, cursos de empreendedorismo oferecidos pelo SEBRAE/SE e pelo SENAC/SE);
- Estágios na área de Turismo, na área Administrativa, na área Financeira e na área Contábil;
- Mentalidade Empreendedora.

Potenciais Apoiadores do Projeto

- Academia Brasileira de Eventos e Turismo;
- Aracaju Convention & Visitor Bureau;
- Associação Brasileira da Indústria de Hotéis Sergipe (ABIH/SE);

- Associação Brasileira das Agências de Viagens Sergipe (ABAV Sergipe);
- Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas (ABRACORP);
- Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL);
- Associação Brasileira de Empresa de Eventos em (ABEOC);
- Associação Brasileira de Eventos (ABRAFESTA);
- Associação Brasileira de Resorts (ABR);
- Associação Brasileira de Turismo Receptivo Internacional (BITO);
- Associação Brasileira de Turismólogos e Profissionais do Turismo (ABBTUR);
- Associação das Agências de Turismo Operadoras de Eventos (EVENTPOOL);
- Associação de Marketing Promocional (AMPRO);
- Associação dos Promotores de Eventos do Setor de Entretenimento e Afins (APRESENTA);
- Associação Latino Americana de Gestores de Viagens e Eventos Corporativas (ALAGEV);
- Banco do Brasil (BB);
- Banco do Nordeste (BN);
- Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES);
- Banco Caixa Econômica Federal (CAIXA);
- Banco do Nordeste (BNB);
- Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC);
- Crowdfunding;
- Empresa Sergipana de Turismo (EMSETUR);
- Editais Específicos;
- Faculdade Amadeus (FAMA);
- Faculdade Atlântico (FA);
- Faculdade de Administração e de Negócios de Sergipe (FANESE);

- Faculdade de Aracaju (FACAR);
- Faculdade de Ciências Educacionais de Sergipe (FCES);
- Faculdade Estácio de Sergipe - Estácio FASE (FASE);
- Faculdade Jardins;
- Faculdade José Augusto Vieira (FJAV);
- Faculdade Maurício de Nassal;
- Faculdade Pio X (FPD);
- Faculdade Sergipana (FASER);
- Faculdade Tobias Barreto (FTB);
- Faculdade Serigy (FASERGY);
- Faculdades Integradas de Sergipe (FISE);
- Familiares dos (as) discentes;
- Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA);
- Federação do Comércio de bens, Serviços e Turismo do Estado de Sergipe (FECOMÉRCIO/SE);
- Fundação de Apoio à Pesquisa e à Inovação Tecnológica do Estado de Sergipe (Fapitec/SE);
- Google;
- Microsoft;
- Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR);
- Instituto Federal de Sergipe (IFS);
- Instituto Tecnológico e de Pesquisas do Estado de Sergipe (ITPS);
- Ministério do Turismo (MTur);
- Organização Mundial de Turismo (OMT).
- Prefeitura Municipal de Aracaju (PMA);
- Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR);
- SEBRAE Sergipe (SEBRAE SE);
- Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e da Ciência e Tecnologia (Sedetec);
- Secretaria Municipal de Indústria Comércio e Turismo (SEMICT);
- Sergipe Parque Tecnológico (Sergipetec);
- Skat Internacional do Brasil (SKAL);

- Sindicato dos Guias de Turismo de Sergipe (SINGTUR/SE);
- Universidade Federal de Sergipe (UFS);
- Universidade Tiradentes (UNIT);

Recursos Utilizados

Os itens, mínimos, necessários para a implantação e execução do projeto são:

- Espaço Físico;
- Notebooks ou computadores;
- Linha telefônica própria;
- Acesso à internet;
- Impressora Não Fiscal;
- Impressora Fiscal;
- Impressora A3;
- Armários;
- Cadeiras;
- Mesas;
- Tablets;
- Drones;
- Filmadora Profissional;
- Microfones sem fio;
- Microfones de lapela;
- HD Externo;
- Microfone Boom;
- Material de Escritório
- Site;
- Aplicativo Android, iOS e Web.

Prioridades da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe

1. Marketing;
2. Lista de Clientes;
3. Treinamento e Capacitação Interna;
4. Federação na Brasil Júnior.

Organograma

Figura 4. Organograma.

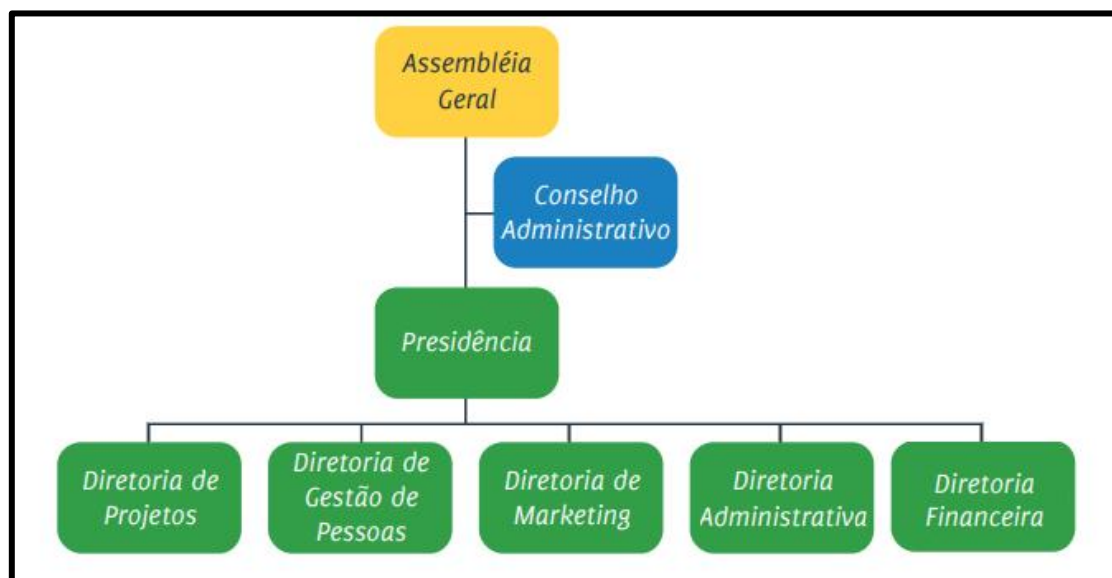


Imagem adaptada de JÚNIOR, Brasil. **DNA Júnior Livro II: Primeiros Passos.** 2015. Disponível em: [https://www.brasiljunior.org.br/static/books/DNAJunior_Livro_II - Primeiros Passos.rar](https://www.brasiljunior.org.br/static/books/DNAJunior_Livro_II_-_Primeiros_Passos.rar). Acesso em: 29/02/2020 as 17:49.

INSTITUTO
FEDERAL
Sergipe

APÊNDICE C. Plano de Negócio

**PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA JÚNIOR DE TURISMO DO
INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE****RESUMO**

O presente trabalho é referente a um Plano de Negócio que aborda as etapas necessárias para abertura da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe. Das diversas atividades que a Empresa Júnior desenvolverá, a atividade de operadora turística será inserida como principal atividade no momento de registro com a Junta Comercial do Estado de Sergipe (JUCESE). As demais atividades serão registradas como Atividades Econômicas Secundárias. O propósito para a existência da Empresa Júnior de Turismo do IFS é ajudar discentes do curso a obterem um estágio, além disso, competências técnicas e competências profissionais serão desenvolvidas para estudantes que participarem desta organização de formação acadêmica, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social local.

Palavras-chave: Plano de Negócios; Agência de Viagens e Turismo; Turismo Regional; Sergipe; Aplicativo.

RESUME

The present work refers to a Business Plan that addresses the necessary steps for the opening of the Junior Tourism Company of the Federal Institute of Sergipe. Of the various activities that the Junior Company will develop, the activity of tour operator will be inserted as the main activity at the time of registration with the Commercial Registry of the State of Sergipe (JUCESE). The other activities will be generated as Secondary Economic Activities. The purpose for the existence of the Junior Tourism Company of IFS is to help students of the course to obtain an internship, in addition, technical skills and professional skills developed for students who participate in this academic training organization, contributing to the local economic and social development.

Keywords: Business Plan; Travel and Tourism Agency; Regional Tourism; Sergipe; App.

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Um plano de negócio é um documento que descreve os objetivos de uma empresa e quais passos devem ser realizados para a concretização do que foi estabelecido, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado (ADMINISTRADORES, 2014).

O plano de negócio é a melhor forma de garantir que uma ideia de negócios será viável ao trazer informações e estudos comparativos que norteiam as tomadas de decisão para implantação e gerenciamento da empresa.

Este Plano de Negócio usou como base: o Livro “Construindo planos de negócio” (SALIM, 2005); o TCC do Curso de Tecnologia em gestão de Turismo da Universidade Federal do Paraná com o título “Plano de Negócios para uma Agência de Turismo” (ROMÃO, MARIANO, 2015); e o *E-book* “Como Elaborar um Plano de Negócios” (SEBRAE, 2013a).

Este documento aborda a estruturação da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe através de um Plano de Negócio. A Empresa Junior de Turismo do IFS funcionará como uma associação civil sem fins lucrativos, tendo como uma das atividades o agenciamento de viagens emissivo, fomentando o Turismo Regional de Sergipe, conforme determina Lei nº 13.267/2016 (BRASIL, 2016).

Meu nome é José Augusto Alves dos Anjos Santos, discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo no IFS, no ano de 2020, e tenho como visão a organização da maior quantidade de etapas burocráticas possíveis para a criação e implantação da Empresa Júnior de Turismo no IFS, Campus Aracaju.

O principal propósito é possibilitar maior oferta de estágios, remunerados e não remunerados, para discentes dos cursos de Turismo do IFS, facilitando o caminho e o conhecimento entre discente e mercado de trabalho, através da implantação da Empresa Júnior de Turismo no IFS.

Está estimado um investimento total de quase R\$49.000,00 para iniciar a criação e implantação da Empresa Júnior de Turismo no IFS, tendo como mercado principal os discentes e os servidores do IFS.

As principais vantagens competitivas são:

- Acompanhamento técnico de Especialistas, Mestres, Doutores e Pós-Doutores na área de consultoria turística por um preço médio de mercado;
- Possibilidade de replicação do projeto em todas as instituições de ensino superior que tenham o curso de Turismo ou dos outros cursos de graduação que desejam modificar este modelo de documento;
- Maior possibilidade de nivelamento operacional do mercado turístico pela disseminação das novas tecnologias digitais;
- Incentivo do Trade Turístico Sergipano em investir em empresas de consultoria vinculado às instituições de ensino superior;
- Capacitação empresarial e técnica dos (as) discentes envolvidos (as) antes da conclusão do curso superior em turismo.

No Brasil, para a abertura da Empresa Júnior é necessário que as atividades a serem desenvolvidas se enquadre em um dos códigos sugeridos pelo sistema da Comissão Nacional de Classificação – CONCLA que é vinculada ao IBGE (IBGE, 2020c).

A escolha para estruturar a Empresa Júnior de Turismo do IFS com as características acima citadas foi devido ao fato de se ter poucas opções, na área de turismo, no site oficial da CONCLA do IBGE (IBGE, 2020c), órgão responsável por estabelecer e monitorar normas e padronizações para o Sistema de Classificação das Estatísticas do Brasil, conforme Decreto nº 3.500/2000 (BRASIL, 2000).

A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe terá sede na cidade de Aracaju no Estado de Sergipe e, estrategicamente, a sua principal fonte de renda, no início das atividades, será a venda de pacotes turísticos para instituições e empresas locais. Na administração este conceito é chamado de B2B (*business to business* - negócio para negócio).

Outras vendas ocorrerão diretamente ao cliente final através de aplicativo para dispositivos móveis e através de site, conceito conhecido como B2C (*business to consumer* - negócio para consumidor).

Vale ressaltar, que outros produtos e serviços também poderão ser oferecidos, conforme subitem 4.11. A escolha de se vender pacotes turísticos

nos primeiros meses de criação da Empresa Júnior é devido ao fato dos (as) integrantes terem pouco conhecimento em treinamentos e em consultoria empresarial. Assim que houver experiência suficiente, o foco será a capacitação e treinamento das empresas e pessoas de baixa renda espalhadas por todo território do Estado de Sergipe.

Além disso, serão ofertados serviços do tipo consultoria para todas as Associações e Sindicatos na área de Turismo, no Estado de Sergipe, no devido tempo, pois estas entidades apresentam diversos pontos que necessitam de melhoria.

A consultoria será ofertada pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe quando os (as) discentes obterem conhecimento suficiente para realizar tal atividade, pois os resultados da consultoria: podem gerar demissão de pessoas; podem fazer com que pessoas sejam promovidas; podem gerar brigas familiares; podem fazer com que informações confidenciais de documentos privativos de uma empresa sejam perdidas; podem gerar disputas judiciais entre empresa e fornecedores.

O público-alvo deste Plano de Negócio são os (as) discentes avançados (as), servidores (as) públicos (as) federais que irão analisar e validar o Plano de Negócio para implantar a Empresa Júnior, docentes de Instituição de Ensino Superior Particular, pesquisadores (as) de Planos de Negócios e também é destinado às pessoas interessadas em se aprofundar na mecânica de estruturar uma empresa de turismo através de um Plano de Negócio, com muito mais aprofundamento de assuntos que o Modelo de Negócio no estilo *Business Model Canvas* (SEBRAE, [201-?]b).

Devido ao fato de ser necessário escolher as atividades a serem registradas no momento da abertura da empresa, explicações sobre Agência de Turismo serão feitas para facilitar o entendimento de uma das atividades a serem desenvolvidas e registradas durante a abertura da empresa. Outras atividades poderão ser registradas ao fazer o cadastro junto com o IBGE.

1.1. As Agências de Turismo no Brasil

De acordo com pesquisas feitas no site de buscas Google, é fácil perceber que a maioria das maiores Agências de Viagens no Brasil investem muito nas divulgações pela internet. Encontram-se agências do tipo franquia,

multinacionais, regionais e do tipo locais. Porém, poucas são as agências que fazem vendas através de aplicativos. O que mais se encontra são agências que vendem através de locais físicos e poucas vendem através dos sites.

A maioria das agências de viagens e turismo que divulgam os serviços na internet, apenas, faz anúncios dos serviços oferecidos com poucas informações e com a necessidade de se procurar fisicamente a agência ou entrar em contato através de uma ligação de telefone ou através de e-mails.

Existe um grande crescimento nas agências do tipo *home office* com baixo custo de implantação e com bastante atratividade por parte de profissionais liberais e entusiastas do turismo. Os sites que divulgam as franquias existentes no Brasil informam que nos últimos 10 anos houve uma grande queda no número de franqueados do tipo agências de turismo. Porém, os últimos 3 anos têm mostrado que há um crescimento no número de franquias abertas neste setor da economia (ABF, 2020; SUAFRANQUIA, 2020; PORTALDOFRANCHISING, 2020).

Apesar do mercado de vendas por aplicativos e sites crescer a cada ano em todos os setores da economia, existe um gigantesco público que não sabe usar computadores, notebooks, tablets e smartphones com objetivo de realizar compras ou fazer pesquisas mais detalhadas, necessitando de agências de viagens e turismo de forma presencial e necessitando de consultores (as) de viagens independentes. A cada 10 pessoas que iniciam a intenção de compra online, 9 pessoas preferem confirmar a compra de forma presencial (SPC, 2015). Ou seja, 90% das pessoas iniciam a pesquisa de modo virtual e concluem presencialmente, fazendo da internet um grande catálogo de produtos e serviços.

Antes de concluir as compras na internet, 6 pessoas a cada 10 preferem visitar as lojas físicas antes (SPC, 2015), fazendo das lojas físicas um mostruário para as pessoas que preferem comprar online.

Está claro que existem dois mercados, os que compram presencialmente e os que compram online.

1.2. Agências de Turismo: Funções e Tipologias

O Decreto nº 84.934/1980 (BRASIL, 1980) dispõe sobre as atividades e serviços das Agências de Turismo no Brasil, regulamentando seu registro e atividades.

De acordo com o artigo 2º e o artigo 3º do referido decreto:

Art.2º - Constitui atividade privativa das Agências de Turismo a prestação de serviços consistentes em:

I - venda comissionada ou intermediação remunerada de passagens individuais ou coletivas, passeios, viagens e excursões;

II - Intermediação remunerada na reserva de acomodações;

III - recepção, transferência e assistência especializadas ao turista ou viajante;

IV - operação de viagens e excursões, individuais ou coletivas, compreendendo a organização, contratação e execução de programas, roteiros e itinerários;

V - representação de empresas transportadoras, empresas de hospedagem e outras prestadoras de serviços turísticos;

VI - divulgação pelos meios adequados, inclusive propaganda e publicidade, dos serviços mencionados nos incisos anteriores.

§ 1.º - Observado o disposto no presente Decreto, as Agências de Turismo poderão prestar todos ou alguns dos serviços referidos neste artigo.

§ 2º - O disposto no inciso V deste artigo não se aplica ao representante exclusivo de empresa transportadora e de empresa hoteleira.

§ 3º - O disposto neste artigo não exclui, nem prejudica, a venda de passagens efetuada diretamente pelas empresas transportadoras, inclusive as de transporte aéreo.

Art.3º- Observada a legislação específica, as Agências de Turismo poderão prestar, ainda, sem caráter privativo, os seguintes serviços:

I - obtenção e legalização de documentos para viajantes;

II - reserva e venda, mediante comissionamento, de ingressos para espetáculos públicos, artísticos, esportivos, culturais e outros;

III - transporte turístico de superfície;

IV - desembaraço de bagagens, malas, viagens e excursões de seus clientes;

V - agenciamento de carga;

VI - prestação de serviços para congressos, convenções, feiras e eventos similares;

VII - operações de câmbio manual, observadas as instruções baixadas a esse respeito pelo Banco Central do Brasil;

VIII - outros serviços, que venham a ser especificados pelo Conselho Nacional de Turismo – CNTur (BRASIL, 1980, art. 2º e art. 3º).

Aqui no Brasil, de acordo com o art. 4º do Decreto nº 84.934/1980, as Agências de Viagens e Turismo classificam-se em duas categorias: Agências de Viagens e Turismo e as Agências de Viagens.

É de competência das Agências de Viagens e Turismo a “operação de viagens e excursões, individuais ou coletivas, compreendendo a organização,

contratação e execução de programas, roteiros e itinerários” (BRASIL, 1980, art. 2º, inciso IV).

O Decreto nº 84.934/1980 não define a função das Agências de Viagens. Porém, no site oficial do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), existe uma definição diferente das duas categorias definidas no referido decreto, através de uma estruturação das atividades econômicas do Brasil pelo CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) que estabelece códigos e definições para as diversas atividades econômicas exercidas no Brasil para as empresas com registro burocrático correto (IBGE, 2020a).

No site do CNAE (IBGE, 2020a) devemos selecionar a Seção “N” que contém as “ATIVIDADES ADMINISTRATIVAS E SERVIÇOS COMPLEMENTARES”, logo após existe a categoria de código “79” que engloba as “AGÊNCIAS DE VIAGENS, OPERADORES TURÍSTICOS E SERVIÇOS DE RESERVAS”, com o grupo de código “79.1” que engloba a classe das Agências de Viagens e dos Operadores Turísticos.

Na classe de código 79.11-2 que contém as Agências de Viagens, de código 7911-2/00, é definido que (IBGE, 2020a):

Esta subclasse compreende:

- as atividades de organização e venda de viagens, pacotes turísticos, excursões
- as atividades de reserva de hotel e de venda de passagens de empresas de transportes
- o fornecimento de informação, assessoramento e planejamento de viagens para o público em geral e para clientes comerciais
- as atividades de venda de bilhetes de viagens para qualquer finalidade

Esta subclasse compreende também:

- as atividades de venda de passagens aéreas por companhias estrangeiras

Esta subclasse não compreende:

- as atividades de operadores turísticos (7912-1/00) (IBGE, 2020a)

Na classe de código 79.12-1 que contém os Operadores Turísticos, de código 7912-1/00, é definido que (IBGE, 2020b):

Esta subclasse compreende:

- a atividade de organizar e reunir pacotes turísticos e excursões que são vendidas em agências de viagens ou diretamente ao público cliente. As excursões podem incluir uma ou todas dentre as seguintes atividades: transporte, alojamento, alimentação, visitas a

museus, lugares históricos e culturais, teatro, música e eventos esportivos

Esta subclasse compreende também:

- as atividades dos guias turísticos

Esta subclasse não compreende:

- as atividades de agências de viagens (7911-2/00) (IBGE, 2020b).

Fica claro notar que o Decreto nº 84.934/1980 está incompleto na definição da “Agência de Viagens” além de estar incongruente com o que é definido no site oficial do IBGE que cuida exatamente das atividades econômicas que serão exercidas pela empresa.

Dessa forma, para efeitos legais perante os órgãos de fiscalização do Brasil, o que vale são as atividades escolhidas através dos códigos CNAE. Por isso a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe usará a definição exercida pelo código CNAE das Agências de Viagens informadas no site oficial (IBGE, 2020a).

1.3. Atividades para Serem Registradas ao Abrir a Empresa Júnior de Turismo do IFS

Toda e qualquer empresa legalmente aberta no Brasil oferece serviços ao público através de atividades. No momento da abertura da empresa na Junta Comercial do respectivo Estado, a empresa deverá escolher entre as milhares de atividades registradas no CONCLA do IBGE (IBGE,2020c).

Qualquer empresa sempre possui uma atividade principal, que é a atividade que mais gera retorno financeiro para a empresa. Porém, é possível desenvolver qualquer outra atividade diferente da atividade principal. Estas atividades são chamadas de Atividades Econômicas Secundárias. É possível registrar até 99 atividades econômicas secundárias (BRASIL, [201-?]b).

Estas atividades são gerenciadas por códigos conhecidos como CNAE. Para verificar como ficará o documento oficial que categoriza as atividades da empresa através de códigos CNAE, verifique a Figura 5 que representa um exemplo real de Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral de uma empresa com funcionamento no território brasileiro. Para verificar a veracidade da informação, basta fazer uma pesquisa no site informado, inserindo o número de CNPJ da empresa.

A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe será aberta com os seguintes códigos CNAE:

▪ **Atividade Econômica Principal**

1. Código CNAE: 79.12-1-00 - Operadores Turísticos

▪ **Atividades Econômicas Secundárias**

2. Código CNAE: 49.29-9-03 - Organização de excursões em veículos rodoviários próprios, municipal
3. Código CNAE: 49.29-9-02 - Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, intermunicipal, interestadual e internacional
4. Código CNAE: 70.20-4-00 - Atividades de consultoria em gestão empresarial, exceto consultoria técnica específica
5. Código CNAE: 73.19-0-02 - Promoção de vendas
6. Código CNAE: 73.20-3-00 - Pesquisas de mercado e de opinião pública
7. Código CNAE: 74.20-0-02 - Atividades de produção de fotografias aéreas e submarinas
8. Código CNAE: 74.20-0-04 - Filmagem de festas e eventos
9. Código CNAE: 74.90-1-99 - Outras atividades profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente
10. Código CNAE: 79.90-2-00 - Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente
11. Código CNAE: 82.30-0-01 - Serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas
12. Código CNAE: 82.30-0-02 - Casas de festas e eventos
13. Código CNAE: 82.20-2-00 - Atividades de teleatendimento
14. Código CNAE: 82.11-3-00 - Serviços combinados de escritório e apoio administrativo
15. Código CNAE: 85.99-6-04 - Treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial

Figura 5. Exemplo Real de Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral

 REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA			
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 34.872.652/0001-38 MATRIZ		COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL	
DATA DE ABERTURA 15/09/2019			
NOME EMPRESARIAL JOSE AUGUSTO ALVES DOS ANJOS SANTOS 03398873545			
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) Agência de Viagens Liberdade Turismo			PORTE ME
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 79.11-2-00 - Agências de viagens			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS 90.01-9-06 - Atividades de sonorização e de iluminação 90.01-9-02 - Produção musical 73.19-0-02 - Promoção de vendas 96.09-2-99 - Outras atividades de serviços pessoais não especificadas anteriormente 49.29-9-02 - Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, intermunicipal, interestadual e internacional 56.11-2-03 - Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares 79.90-2-00 - Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente 82.30-0-01 - Serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas 82.30-0-02 - Casas de festas e eventos 74.20-0-04 - Filmagem de festas e eventos 56.20-1-03 - Cantinas - serviços de alimentação privativos 49.29-9-03 - Organização de excursões em veículos rodoviários próprios, municipal 55.90-6-02 - Campings 55.90-6-03 - Pensões (alojamento)			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 213-5 - Empresário (Individual)			
LOGRADOURO R TEIXEIRA DE FREITAS		NÚMERO 125	COMPLEMENTO CASA
CEP 49.020-530	BAIRRO/DISTRITO SALGADO FILHO	MUNICÍPIO ARACAJU	UF SE
ENDEREÇO ELETRÔNICO joseaugustoalvesdosanjossantos@gmail.com		TELEFONE (79) 9136-6920	
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****			
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA		DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 15/09/2019	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL *****			
SITUAÇÃO ESPECIAL *****		DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

Fonte: Imagem adaptada de

https://servicos.receita.fazenda.gov.br/Servicos/cnpjreva/cnpjreva_solicitacao.asp

2. OFERTA DO PLANO DE NEGÓCIO

2.1. Serviços e Produtos

Em Economia do Turismo, o produto turístico é o conjunto de bens e serviços relacionados a toda e qualquer atividade de turismo, que é um produto

composto formado por transporte, alimentação, acomodação e entretenimento (PORTALEDUCAÇÃO, 2012).

O principal produto a ser comercializado pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, no início de suas atividades, é a venda de pacotes de viagens para empresas, tendo como principal cliente o próprio Instituto Federal de Sergipe.

Inicialmente, a empresa trabalhará com as potencialidades turísticas do Estado de Sergipe, direcionado às pessoas com interesse em buscar maior contato com a natureza, maior contato direto com comunidades locais, conhecendo um pouco de suas tradições, valorizando a cultura e história do povo sergipano.

Os produtos secundários oferecidos serão as consultorias, aulas e treinamentos ofertados às empresas e aos interessados, assim que todos (as) os (as) discentes estiverem com capacidade necessária para realizar tal atividade, pois pode fazer com que pessoas sejam demitidas, pode fazer como que pessoas de uma empresa sejam promovidas, pode fazer com que pessoas sejam convocadas a prestarem esclarecimentos à Justiça, pode fazer com que empresas terminem as atividades ao descobrir fraudes.

2.2. Características dos Locais Ofertados

A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe trabalhará com pacote de viagens direcionadas às empresas-clientes. O pacote de viagens dependerá do perfil da empresa-cliente e, basicamente, os locais ofertados são baseados nos modelos abaixo:

1. **Locais históricos e culturais:** através de estudos preliminares, serão levantadas informações de todos os municípios do Estado de Sergipe que contenham locais históricos e ou culturais para, posteriormente, roteirizar pacotes turísticos que serão divididos por período de visitação: menos de um dia; um dia; e mais de um dia. É importante frisar que a empresa fará uso dos cinco principais locais históricos e culturais já explorados por outras agências de turismo, pois já são locais conhecidos e de contínuo interesse dos clientes com este perfil. Os estudos e roteirização das outras localidades serão feitos ao longo do

funcionamento da empresa. Os principais públicos-alvo destes locais são: os colégios, as escolas, as faculdades, as universidades e as igrejas.

2. **Locais paisagísticos e de recreação:** através de estudos preliminares, serão levantadas informações de todos os municípios do Estado de Sergipe que contenham locais propícios a contemplação da natureza, com equipamentos de lazer nas proximidades e os locais destinados a recreação. Posteriormente, os pacotes turísticos serão roteirizados de acordo com o tempo de visitação: menos de um dia; um dia; e mais de um dia. Ao longo do funcionamento da empresa, outros locais serão estudados e roteirizados. Inicialmente, a empresa trabalhará com os cinco principais produtos turísticos desse perfil que são explorados por outras agências de turismo. Os principais públicos-alvo destes locais são: os colégios, as escolas, as faculdades, as universidades, os órgãos públicos, os supermercados, as indústrias e as igrejas.
3. **Grandes empresas e indústrias:** através de estudos preliminares, serão levantadas informações de todos os municípios do Estado de Sergipe que contenham grandes empresas e indústrias capazes de receber visitas técnicas. Os pacotes turísticos serão utilizados de acordo com o tempo de visitação: menos de um dia; um dia; e mais de um dia. Inicialmente, a empresa trabalhará com as cinco principais empresas sergipanas que já aceitam visitas técnicas. Os principais públicos-alvo destes locais são: os colégios, as escolas, as faculdades e as universidades.
4. **Eventos:** através de estudos preliminares, serão levantadas informações de todos os municípios do Estado de Sergipe que contenham: festas, eventos, aniversários da cidade, procissões, cavalgadas, vaquejadas, festas particulares, festas esporádicas, congressos, feiras e exposições. Os pacotes turísticos serão roteirizados de acordo com o tempo de duração do evento.

Inicialmente a empresa trabalhará com cinco principais eventos do Estado. Os principais públicos-alvo destes locais são: as escolas, os colégios, as faculdades, as universidades, os órgãos públicos e as igrejas.

2.3. Outros Serviços Ofertados para Clientes

1. **Atividades de recreação:** A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe contratará Guias de Turismo e recreadores para convidar clientes para atividades em praças públicas, praias e outros locais de ambiente externo com intuito de movimentar o corpo, interagir com pessoas e fazer atividades de recreação em um ambiente natural e descontraído;
2. **Roteiros especializados:** serão realizados roteiros turísticos de acordo com o perfil pessoal de cada cliente que chegar com o objetivo de definir sua viagem através do auxílio da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;
3. **Consultoria:** serão realizados estudos prévios nas empresas contratantes para potencializar, minimizar, aprimorar ou renovar estruturas de funcionamento de determinada atividade, através de uma ou mais disciplinas ofertadas pelo curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;
4. **Aulas e treinamentos:** serão ofertadas aulas e/ou treinamentos de capacitação para os interessados em determinada área de ensino das diversas disciplinas ofertadas pelo curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;
5. **Mapeamento aéreo por Drones:** serão realizadas filmagens aéreas através do uso de drones equipados com câmera filmadora para facilitar a coleta de informações nas áreas especificadas e nas áreas de difícil acesso.
6. **Promoção de Eventos:** serão realizados eventos para público limitado, estudado previamente, com objetivo de

promover algum tipo de cultura e/ou arrecadar recursos financeiros através da venda de ingressos, alimentos e bebidas.

7. **Incubadora:** terá como função estruturar e abrir empresas, com CNPJ, no ramo do turismo para a comunidade interna do IFS e para os clientes no mercado.

3. PLANO DE MARKETING

O Plano de Marketing é uma ferramenta de gestão que deve ser regularmente utilizada e atualizada, pois permite analisar o mercado, adaptando-se às suas constantes mudanças e identificando tendências. Com o Plano de Marketing é possível definir resultados a serem alcançados e formular ações para atingir competitividade (ROCKCONTENT, 2019).

O plano de marketing tem que ser detalhado nas suas ações com leitura simples e objetiva, para que todas as pessoas envolvidas no projeto tenham uma melhor compreensão. Com ele, os serviços da empresa podem ser criados, modificados e ou adaptados para alcançar os resultados mensurados nas estimativas de venda (metas de venda).

O plano de marketing descreve passo a passo as etapas necessárias nos estudos, nas comparações, na montagem, na comercialização e no pós-venda de cada serviço ofertado.

3.1. Produto

O negócio refere-se a uma Agência de Turismo emissivo da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, que pretende atuar na cidade de Aracaju, capital do Estado de Sergipe, e tem como principal interesse de mercado as vendas de pacotes turísticos destinados às grandes empresas e às instituições de ensino público da capital e do interior.

Após análise das Agências de Viagens da Associação Brasileira das Agências de Viagens do Estado de Sergipe encontradas no site oficial (ABAV-SE, 2020), ficou evidente a falta de uma agência de viagens voltada às empresas e instituições de ensino da capital, abordando os principais pontos

de potencialidades turísticas dentro do Estado de Sergipe. Apenas a agência de viagens PROPAGTUR trabalha com viagens de eventos para formaturas de discentes concluintes do Ensino Médio para fora do Estado de Sergipe (PROPAGTUR, 2020).

Algumas características dos produtos que serão ofertados pela agência de viagem Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe são:

- Emissão de turistas;
- Entrega de comidas e *souvenirs* regionais durante os traslados;
- Serviço de foto com posterior entrega ao cliente;
- Revista personalizada contendo a descrição dos serviços oferecidos pela empresa;
- Parceria com fornecedores:
 - De transporte marítimo;
 - De transporte terrestre através de ônibus e vans climatizadas com wi-fi;
 - Fornecedores de comidas típicas locais (amendoim, queixada, mungunzá, arroz doce, bolos e sucos, frutas etc);
 - Através de serviços de guiamento turístico;
 - Através de empresa de segurança particular;
 - Através de impressão gráfica para entrega de fotos e revistas;
 - Através de empresas gerenciadoras de software para gestão dos sites e aplicativo.

3.2. Preço

A política de preço para os serviços oferecidos pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe leva em consideração os preços praticados pelos concorrentes, os custos para a entrega do serviço, os impostos municipais, estaduais e federais, além da margem de lucro mínima de 20%.

De 100% do preço de qualquer serviço oferecido pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe:

- 20% será de Lucro Líquido (mínimo);
- Até 15% serão dos impostos devidos;
- O restante deverá conter os custos de: aluguel de ônibus; almoço, janta e café da manhã; lanches e *souvenirs* durante o traslado; foto impressa após a viagem em papel sulfite; guia de turismo; estadia; pedágios; passagem para eventos; animadores; segurança particular (quando necessário); enfermeira (o) particular (quando necessário); seguro-viagem, seguro bagagem; kit médico e kit higiênico.

3.3. Praça

.O local da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe será uma sala localizada no Campus Aracaju do IFS. O local é climatizado, possui estacionamento, grande fluxo de pessoas, acesso à internet, lanchonete, água encanada, segurança privada, agentes de limpeza e de manutenção.

3.4. Pessoas

Os (as) integrantes da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe serão os (as) discentes regulamente matriculados (as) no curso Gestão de Turismo ou em outros cursos de Turismo de outras Instituições de Ensino Superior no Estado de Sergipe. Todos deverão possuir diploma de conclusão ou estar em formação técnica, tecnológica, ou bacharelada na área de Turismo, e com cadastro ativo.

É essencial saber interagir com pessoas, respeitar o próximo, ter noções básicas e avançadas de informática, cumprir metas, ser organizado (a), estar em constante aprendizado, conhecer a cultura da cidade e dos pacotes turísticos ofertados. Maiores informações serão encontradas no edital de seleção de pessoas.

Os (as) discentes de turismo sempre serão contratados (as) como estagiários (as) e terão remuneração e ajuda no transporte, de acordo com as leis vigentes, quando possível. Serão capacitados (as) através de aulas na

empresa ou fora dela. Todos (as) os (as) integrantes serão capacitados (as) através de aulas de motivação diariamente.

Haverá plano de carreira para todos os níveis da empresa. O plano de carreira estará estabelecido em manual interno na empresa. Gerentes, coordenadores (as) e diretores (as) deverão possuir, como pré-requisito de função, muita facilidade com informática e dispositivos eletrônicos, além de motivar diariamente os (as) outros (as) funcionários (as).

3.5. Promoção

A empresa possuirá:

- Site próprio para divulgação e vendas;
- Aplicativo para Android, para iOS e para Web;
- Página no Facebook;
- Perfil no Instagram;
- Canal no YouTube;
- Revista própria;
- Vínculo com os sites e aplicativos da área de turismo.

As divulgações ocorrerão, principalmente, através da internet com o uso do Google ADS, Facebook ADS, postagens em sites especializados, divulgação de conteúdo nos perfis do Instagram e no canal do YouTube, compartilhamento manual nas redes sociais.

Revistas personalizadas da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe serão distribuídas gratuitamente em escolas, colégios, faculdades, universidades, órgãos públicos, hotéis, pousadas, restaurantes, igrejas e resorts.

Obrigatoriamente, serão feitos vídeos semanais, sendo: dois vídeos com menos de 5 minutos e um vídeo com mais de 30 minutos, sobre diversos temas relacionados à Empresa Júnior, ao IFS, ao turismo e as informações do Estado de Sergipe. O objetivo é treinar as pessoas envolvidas na Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, gerar conteúdo para as pessoas e promover o Estado de Sergipe através de conteúdos em vídeo para pessoas de dentro e de fora do Estado.

Ocorrerão panfletagens semanalmente em pontos estratégicos da cidade e comerciais de TV ocorrerão duas vezes a cada semestre.

Do Lucro Líquido Mensal da empresa, 5% ou mais sempre serão direcionados às campanhas publicitárias.

3.6. Logotipo

Foi criada uma sugestão de Logotipo para a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe (Figura 6).

Foram usados logotipos de outras empresas apenas para fins acadêmicos para a construção do logotipo da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, pois para usar logotipos de outras empresas de forma comercial é necessário fazer um contrato de uso de imagem e de uso de marca (BRASIL, 1996).

A Figura 6 de fundo na cor preta mostra um logotipo que combinou os logotipos: do Google Earth, do Google Maps, do Waze e do Instituto Federal de Sergipe. O logotipo do Google Earth está posicionado no centro inferior da imagem, representando um círculo com imagens azuis em degrade. O logotipo do Google Maps está posicionado acima do logotipo do Google Earth de forma centralizada, representando uma imagem de balonismo com imagens coloridas e um círculo no centro do balão. O logotipo do Waze foi modificado do original, retirando as cores de posição, passando a colocar a cor azul para dentro do logo do avatar do Waze, colocando as bordas do avatar do Waze na cor branca e colocando a cor preta no fundo original da imagem. O logotipo do Waze modificado foi girado em 51° no sentido anti-horário e foi posicionado no logotipo do Google Earth na posição Norte Oeste com o avatar do Waze em direção ao logotipo do Google Maps. O logotipo do Instituto Federal de Sergipe foi cortado para ficar apenas com a imagem da letra I e da letra F, centralizada no centro do círculo do Google Maps.

Como conceito de marca no Logotipo da Figura 6, as diversas cores em degradê na cor azul dentro do círculo, que representa o Planeta Terra, tem haver com as diferenças de cores ao se visualizar o planeta em um ponto do espaço sideral. Ao usar o logotipo original do Google Maps no centro superior do logotipo original do Google Earth, a posição indica que a localização de

pesquisa é certa e objetiva. As cores usadas no logotipo original do Google Maps indicam as cores usadas pela empresa Google Inc. O logotipo original do Google Maps tem formato de uma lupa, como se indicasse uma amplificação do que está sendo procurado no Planeta Terra. No centro da lupa do logotipo do Google Maps existe o motivo principal da ampliação de imagem gerada pela lupa, que é a presença do logotipo original do Instituto Federal de Sergipe, demonstrando que é a localização de educação certa procurada ao se fazer a pesquisa no Planeta Terra. O logotipo do Waze foi modificado no quesito cores em relação à sua versão original. O avatar do Waze passa a ter uma cor azul marinho, indicando que o avatar do Waze está em harmonia com as cores do Planeta Terra vistas do espaço sideral. O avatar do Waze está localizado à esquerda do logotipo do Google Earth e indica que o avatar está em direção à informação gerada pela pesquisa feita no Google Maps. Ou seja, o avatar do Waze está em direção ao Instituto Federal de Sergipe.

Figura 6. Logotipo A.



Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Os logotipos originais foram copiados das seguintes fontes:

- Google Earth (WIKIPEDIA, 2017);
- Google Maps (WIKIPEDIA, 2020);

- Waze (GOOGLE, [201-?]);
- Instituto Federal de Sergipe (IFS, 2017).

3.7. Roupas e Acessórios

A roupa de uma empresa é um elemento físico e visual que resume os valores da empresa através de símbolos, conhecidos cientificamente como arquétipos.

A roupa é poderosa. Nossas prioridades, nossos valores e expectativas podem ser percebidos através do que usamos. O que se veste pode criar uma impressão positiva e fazer com que a pessoa se sinta bem consigo mesma, além de mais segura. Sem falar na considerável contribuição para a nossa autoestima (EDUVIR, 2016).

Através de consulta pessoal prévia com alguns (as) discentes do Instituto Federal de Sergipe, Campus Aracaju, foi percebido que os (as) discentes tendem a evitarem, energeticamente, roupas com características formais, a famosa “roupa social”. A intenção inicial do era que todos (as) os (as) discentes do cargo de Direção usassem roupas sociais com o logotipo da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

Quando esta ideia foi informada como obrigatória, algumas discentes ficaram extremamente inseguras e informaram que se fosse nestas condições iriam ficar de fora da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

Ficou evidente que a atual mentalidade das discentes pesquisadas mostra que elas têm uma crença muito enraizada e negativa sobre o uso de roupas formais.

Por este motivo, o estilo de roupa sugerido neste Plano de Negócio está adequado à realidade de crenças dos (as) discentes do Instituto Federal de Sergipe, Campus Aracaju, servindo para os cargos de Direção, Presidência e para todos os outros cargos vinculados à Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

O art. 456-A da Lei nº 13.467 de 2017 informa que:

Art. 456-A. Cabe ao empregador definir o padrão de vestimenta no meio ambiente laboral, sendo lícita a inclusão no uniforme de logomarcas da própria empresa ou de empresas parceiras e de outros itens de identificação relacionados à atividade desempenhada.

Parágrafo único. A higienização do uniforme é de responsabilidade do trabalhador, salvo nas hipóteses em que forem necessários procedimentos ou produtos diferentes dos utilizados para a higienização das vestimentas de uso comum (BRASIL, 2017a).

Foi sugerido um tipo de roupa com o logotipo proposto para a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe (Figura 7).

Foi sugerido um crachá de formato triangular, diferente dos atuais crachás usados no Estado de Sergipe, com um dos lados apontado para cima (Figura 8).

[...] crachá é uma espécie de representação de diversos fatores que envolvem a estabilidade de um emprego. Representa segurança, representa um cargo, salário, entre outros fatores. Pode ser que nem todos tenham a mesma impressão, mas sabemos que entre muitas pessoas ele transmite a sensação de bem-estar social (RAPIDOCARD, [201-?]).

Figura 7. Roupa A.



Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Figura 8. Crachá A.



Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

3.8. Causa Social

Estruturar a experiência e a paixão da turma de Turismo do Instituto Federal de Sergipe com objetivo de ajudar gratuitamente as pessoas que dependem do Turismo no Estado de Sergipe.

3.9. Propósito

Ajudar discentes de Turismo do IFS a obtrem um estágio.

4. ASPECTO OPERACIONAL

Nesta seção está descrito como a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe está estruturada, abrangendo as instalações físicas, equipamentos, recursos humanos e cultura empresarial.

4.1. Localização

Está localizada em uma sala localizada no Campus Aracaju do IFS. Endereço: Avenida Engenheiro Gentil Tavares, nº 1166, bairro Getúlio Vargas, cidade Aracaju, Estado de Sergipe, CEP 49055-260.

4.2. Recursos Físicos

A empresa contará com equipamentos de informática modernos como: drones; câmera filmadora; microfone *boom*; microfones de lapela; tablets; computadores pessoais; impressora não fiscal; impressora A3; impressora fiscal

4.3. Recursos Humanos

Serão necessários cinco (5) discentes nos cargos de direção e, no mínimo, três (3) ou mais discentes nos cargos que prestarão os serviços ao (à) cliente final.

4.4. Razão Social

Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe .

4.5. Nome Fantasia

Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe

4.6. Logotipo Proposto

O logotipo deverá mesclar vários arquétipos que remetam à: viagem; educação; Empresa Júnior, Brasil; Sergipe; Instituto Federal de Sergipe; discentes; felicidade; amor.

4.7. Causa Social

Estruturar a experiência e a paixão da turma de Turismo do Instituto Federal de Sergipe com objetivo de ajudar gratuitamente as pessoas que dependem do Turismo no Estado de Sergipe.

4.8. Missão

Desenvolver competências técnicas e competências profissionais na área de turismo contribuindo para o desenvolvimento econômico e social local.

4.9. Visão

Obter reconhecimento do Trade Turístico de Sergipe ao oferecer serviços técnicos especializados em um prazo de 18 meses.

4.10. Valores

1. Comunicação
2. Cooperação
3. Comprometimento
4. Trabalho
5. Ética
6. Status
7. Autonomia

8. Criatividade
9. Tecnologia
10. Inovação

4.11. Produtos e Serviços

A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe atuará na área de turismo prestando serviços de:

1. Assessoria e Consultoria para empresas, associações, sindicatos do mercado turístico de Sergipe nas áreas de:
 - Marketing;
 - Alimentos e Bebidas;
 - Análise Econômica de Projetos Turísticos;
 - Planejamento de Projetos Turísticos;
 - Captação de Recursos para empresas;
 - Levantamento de Dados Estatísticos.
2. Elaboração e venda de pacotes turísticos para a comunidade interna e externa do campus;
3. Planejamento e execução de Cursos, Palestras e Oficinas para empresários (as), colaboradores do projeto, pessoas de baixa renda como alternativa de melhoria de desempenho após levantamento prévio de necessidade;
4. Planejamento e execução de Eventos dentro e fora do IFS.

4.12. Oportunidade

Os principais problemas que a Empresa Júnior de Turismo pretende solucionar dos nossos clientes são:

- Incapacidade tecnológica;
- Marketing;
- Processos;
- Público-alvo;
- Regulamentação jurídica;
- Relações Interpessoais;
- Planejamento estratégico;

- Fluxo de caixa;
- Capacitações e treinamentos.

4.13. Soluções Propostas

A Empresa Júnior de Turismo pretende solucionar os principais problemas dos (as) nossos (as) clientes através dos (as) discentes capacitados (as) previamente na respectiva área, fazendo uso direto das informações dos melhores formadores de profissionais do Estado de Sergipe na área de Turismo: os (as) docentes do Instituto Federal de Sergipe.

Cada discente fará uma consultoria aos (às) nossos (as) clientes e as dúvidas serão sanadas pelos (as) melhores pesquisadores (as) e professores (as) do Estado, que auxiliarão os (as) discentes para propor a solução ideal de cada demanda.

Cada cliente da nossa empresa estará obtendo consultorias de nível mestrado, doutorado e pós-doutorado.

A empresa estará capacitada para atuar com:

- **Drones:** São veículos aéreos não tripulados que possuem uma câmera filmadora e são controlados por equipamento vinculado ao smartphone;
- **Google Chrome:** É um aplicativo para dispositivos eletrônicos que serve para acessar sites na internet.
- **Google Earth:** É um software gratuito que apresenta um modelo tridimensional do Planeta Terra, construído a partir de imagens reais capturadas por satélites artificiais;
- **Wikimapia:** É um serviço gratuito online de mapeamento em duas dimensões do Planeta Terra que apresenta marcações poligonais de áreas ocupadas, com objetivo de delimitar a área de empresas, de bairros, de cidades entre outras demarcações;
- **Google Maps:** É um serviço gratuito de pesquisa e visualização de mapas e imagens do Planeta Terra, em duas e três dimensões, capturadas por satélites artificiais;
- **Google Street View:** É um recurso gratuito do Google Maps e do Google Earth que disponibiliza vistas panorâmicas de 360º na

horizontal e de 290° na vertical, simulando que a pessoa esteja em pé no nível de visão do chão/solo, diferente da visão de satélite;

- **Google Agenda:** É um serviço gratuito de agenda e calendário on-line;
- **Google Forms:** É um serviço gratuito online de elaboração de formulários capazes de gerar gráficos e outros dados estatísticos;
- **Google Drive:** É um serviço gratuito online de armazenamento e sincronização de arquivos digitais entre o usuário e sua conta Google;
- **Google Tradutor:** É um serviço gratuito do Google que traduz instantaneamente frases escritas ou frases faladas em centenas de idiomas, de forma escrita ou falada;
- **YouTube:** É um serviço gratuito online de compilação de vídeos.
- **Google Contatos:** É um serviço gratuito de armazenamento de informações de pessoas com grande quantidade de detalhes;
- **Google Docs:** É um serviço gratuito online de criação e edição de documentos;
- **Google Sheets:** É um serviço gratuito online de criação e edição de Planilhas Eletrônicas em formato tabela;
- **Google Slides:** É um serviço gratuito online de criação e edição de Apresentações em formato slides;
- **Google Meu Negócio:** É um serviço gratuito online que permite o gerenciamento de como a empresa será mostrada nos serviços do Google;
- **Google Sites:** É uma ferramenta gratuita online de criação de páginas na internet;
- **Google Classroom:** É uma ferramenta gratuita online que permite criar salas de aulas virtuais;
- **Google Scholar:** É conhecido no Brasil como Google Acadêmico, um buscador digital especializado em teses, dissertações e qualquer tipo de trabalho acadêmico oficial;

- **Waze:** É um aplicativo para smartphones gratuito que faz rotas terrestres guiadas por satélites artificiais em mapas geográficos digitais;
- **WhatsApp Business:** É um software, do tipo aplicativo para smartphones e tablets, de troca de mensagens, chamadas telefônicas, ligação em vídeo e envio de arquivos exclusivo para empresas;
- **Microsoft® OneDrive:** É uma ferramenta online gratuita para guardar arquivos digitais;
- **Microsoft® Word (avançado):** É um software para dispositivos eletrônicos que serve para digitar textos. O termo “avançado” significa que o treinamento é para usar este software além do comumente usado pela população;
- **Microsoft® Excel (avançado):** É um software para dispositivos eletrônicos que serve para criar Planilhas Eletrônicas para cálculos ou listas. O termo “avançado” significa que o treinamento é para usar este software além do comumente usado pela população;
- **Microsoft® PowerPoint (avançado):** É um software para dispositivos eletrônicos que serve para criar apresentações de imagens, vídeos ou textos. . O termo “avançado” significa que o treinamento é para usar este software além do comumente usado pela população;
- **Microsoft® Outlook:** É uma ferramenta online gratuita para trocar e-mails;
- **Microsoft® Skype:** É um software online gratuito para fazer e receber chamadas por vídeos ou por voz;
- **Microsoft® Edge:** É um aplicativo gratuito para dispositivos eletrônicos, recomendado pela Microsoft, para acessar sites na internet;
- **Microsoft® Paint 3D:** É um aplicativo nativo dos Windows, de versões mais recentes, que serve para criar e editar imagens com mais ferramentas que o aplicativo Paint;

- **Microsoft® Windows Media Player:** É um aplicativo gratuito e nativo do Windows, de qualquer versão, que serve para reproduzir vídeos, músicas e rádios da internet;
- **Microsoft® Windows:** É um software, mais conhecido como Sistema Operacional, usado em notebooks, computadores, celulares e tablets que serve para facilitar o uso de todos os outros aplicativos existentes no mercado digital;
- **Geração e Transferência de Boletos;**
- **Uso profissional de redes sociais;**
- **Criação e edição de vídeos.**

Além disso, várias comunidades de baixa renda e afastadas do centro de municípios serão beneficiadas pelos serviços oferecidos pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, de forma gratuita ou paga (a depender das decisões que ocorrerem nas Assembleias Gerais).

4.14. Principais Destaques para Implantação do Projeto

- Acompanhamento técnico de Mestres e Doutores na área de consultoria por um preço médio de mercado;
- Possibilidade de replicação do projeto em todas as instituições de ensino superior que tenham o curso de Turismo;
- Maior possibilidade de nivelamento operacional do mercado turístico pela disseminação das novas tecnologias digitais;
- Incentivo do Trade Turístico Sergipano em investir em empresas de consultoria vinculado às instituições de ensino superior;
- Capacitação empresarial e técnica dos discentes envolvidos antes da conclusão do curso superior em turismo.

4.15. Público Alvo

- Comunidade Interna do IFS (discentes e servidores);
- Instituições de Ensino Superior (Faculdades e Universidades);
- Hotéis, Motéis e Pousadas;
- Operadoras de Turismo e Agências de Viagens e Turismo;

- Locadoras de Veículos;
- Guias de Turismo particular;
- Restaurantes, bares e lanchonetes;
- Órgãos Públicos;
- Empresas de Censo Estatístico;
- Órgãos Públicos (Secretaria Municipal de Turismo e Secretaria de Estado de Turismo);
- Sindicatos, Associações, Organizações Não Governamentais;
- Empresas de Consultoria.

4.16. Formas de Ingresso

Por meio de processo seletivo, especificado em edital e definido por regulamento próprio, organizado pelos cargos diretivos da Empresa Júnior, conforme Lei nº 13.267/2016 (BRASIL, 2016).

4.17. Equipe Empreendedora

A equipe de empreendedores escolhida deve ser composta por cinco discentes do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFS, Campus Aracaju, para atuar nos cargos de: Presidente; Diretoria Administrativa; Diretoria Financeira; Diretoria de Marketing; Diretoria de Projetos; e Diretoria de Pessoas. Apesar de serem citados seis cargos, o cargo de Presidente pode ser mesclado com outro, se necessário.

Esta equipe é a ideal para o desenvolvimento do projeto já que representa os (as) discentes que mais se destacam no Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, devendo apresentar, como sugestão, as seguintes competências:

- Relacionamento interpessoal e intrapessoal avançado;
- Destaque de conhecimentos na maioria das disciplinas do curso;
- Conhecimentos de cursos de extensão (empreendedorismo; contabilidade; edição de vídeos; criação de aplicativos Android, iOS e web; cursos de informática avançada, entre outras competências);

- Cursos em outras áreas de formação (Curso Técnico em Guia de Turismo, Curso Técnico em Edificações, Curso Técnico em Rádio e TV, curso de licitações e contratos, cursos de empreendedorismo oferecidos pelo SEBRAE/SE e pelo SENAC/SE);
- Estágios na área de Turismo, na área Administrativa, na área Financeira e na área Contábil;
- Mentalidade Empreendedora.

4.18. Prioridades da Empresa Júnior de Turismo do Instituto

Federal de Sergipe

Estas prioridades apenas servem para o início das atividades da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, adaptada a realidade local de forma temporal. Outras prioridades deverão ser estabelecidas após a adaptação da Empresa Júnior de Turismo às atuais prioridades.

A primeira grande prioridade é a capacitação de todas as pessoas da Empresa Júnior. Todas as pessoas deverão saber, nos mínimos detalhes, tudo que lhe cabe em sua respectiva função ou cargo. Além disso, deverá entender como está estruturado todo funcionamento da empresa para saber resolver conflitos de forma rápida. Todas as pessoas deverão ter alto domínio em programas de computador, algumas pessoas deverão dominar a arte de relacionamento com pessoas e, pelo menos duas, deverão entender profundamente sobre contabilidade e tudo que envolve as questões financeiras da empresa. Prioridade definida devido ao baixo conhecimento e experiência dos (as) discentes em uma empresa de turismo.

É indiscutível a necessidade de trabalhar o Psicológico de todas as pessoas envolvidas. A grande variedade de pessoas com um objetivo final como foco pode gerar grandes divergências devido às programações culturais e experiências pessoais que cada pessoa adquiriu ao longo da vida. Por esse motivo, a abordagem, capacitação e treinamentos psicológicos para fortalecimento e amadurecimento emocional é imprescindível para fazer a

empresa funcionar de forma harmoniosa e em fluxo com as metas definidas previamente.

A segunda grande prioridade é a construção da lista de clientes. Esta é a prioridade que mais deve se investir tempo e dedicação por parte de todos que estiverem envolvidos nesta tarefa. A construção da lista facilitará todas as interações, publicações, divulgações e relacionamentos com os clientes. De preferência, deve-se focar em pessoas que gerenciem várias outras pessoas, pois assim se fará poucos contatos para alcançar o objetivo de gerar grande número de vendas. Deve ser incluída a maior quantidade possível de informações sobre cada cliente, como: nome, telefone, e-mail, contatos de redes sociais, local de trabalho, cargo, função que ocupa, perfil psicológico de conversa, número de pessoas que o cliente é capaz de persuadir. O primeiro cliente é o Instituto Federal de Sergipe ao utilizar todos os pólos espalhados em diversos municípios do Estado de Sergipe para ter como clientes em viagens geradas pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

A terceira grande prioridade é o Marketing. Sem dúvida nenhuma, após a estruturação das prioridades anteriores, o marketing vai alavancar de forma estrondosa a capacidade de faturamento da empresa. É imprescindível ter canal no YouTube, Instagram e Facebook. No YouTube e no Instagram, deve-se fazer 3 vídeos semanais, sendo 2 com menos de 5 minutos e 1 com mais de 30 minutos. A empresa também deverá possuir site e aplicativo, com integração de todas as outras mídias digitais.

A quarta prioridade é preparar a Empresa Júnior e todas as pessoas envolvidas para a Federação junto a Brasil Júnior. Para isso, verificar os e-books disponibilizados no site oficial da Brasil Júnior (JÚNIOR, 2020). A federação vai garantir acesso a outros níveis de empreendedorismo, de marketing de rede de pessoas e vai gerar mais treinamento e capacitação para as pessoas envolvidas, fortalecendo e espalhando o Conceito Brasil Júnior no Estado de Sergipe e no território nacional.

Resumidamente, é necessário ter:

- Estatuto Social;
- Regimento Interno;
- Ata de Eleição e Posse da Gestão em Exercício;

- Ficha Cadastral da Pessoa Jurídica (FNPJ);
- Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);
- Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais;
- Certidão Simplificada;
- Certidão Negativa de Débitos Municipais;
- Certificado de Regularidade do FGTS;
- Comprovante de Conta Bancária Ativa;
- Livro Diário;
- Relação Anual de Informações Sociais - RAIS Negativa;
- Declaração de infra-estrutura;
- Declaração de representantes;
- Contrato de Prestação de Serviço;
- Declaração e Termo de Voluntariado;
- Comprovante de Reconhecimento da Instituição de Ensino Superior;
- Nota fiscal.

4.19. Layout

O Layout estimado para a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe considerou uma sala dentro do Campus Aracaju com 6 metros de comprimento e 2,5 metros de largura. Foi estimado um modelo de sala reservada para a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe com base na atual sala da Empresa Júnior de Engenharia Civil do Campus Aracaju, que está em uma sala com aproximadamente a mesma dimensão de tamanho.

Pode acontecer que a Instituição de Ensino Superior conceda outro local, dentro da instituição, para que as atividades da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe sejam desempenhadas. Este local pode ser muito maior ou muito menor. O importante é possuir o endereço e o local de reunião. A configuração do layout poderá utilizar os diversos softwares que possuem esta finalidade, inclusive o que foi usado neste Plano de Negócio.

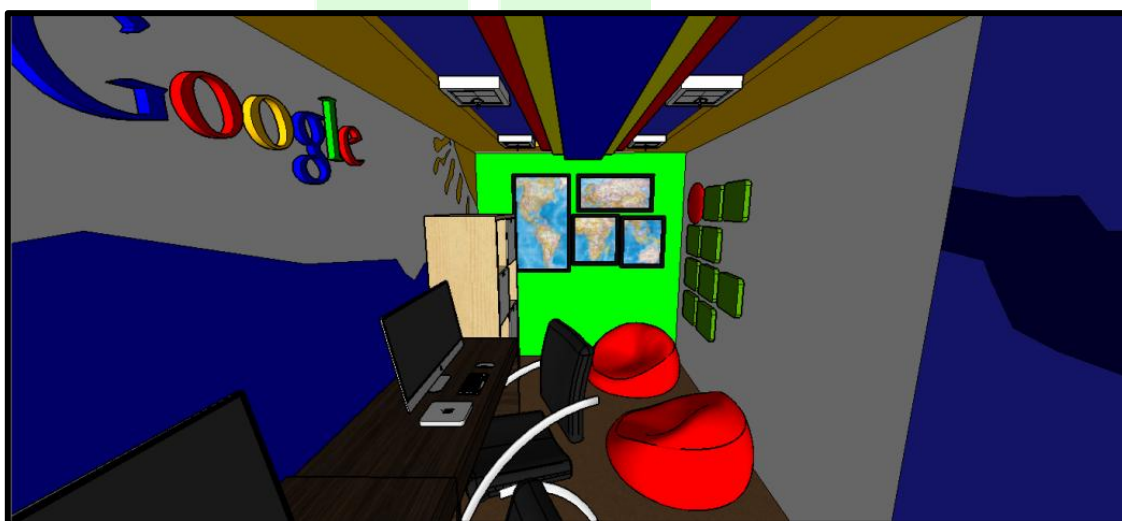
Um modelo em 3D digital foi montado no Software Google Sketchup²³.
Veja as Figuras 9 e 10.

Figura 9. Layout Interno 1.



Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Figura 10. Layout Interno 2.



Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

²³ Google Sketchup é um software para modelar ambientes físicos em formato digital com 3 dimensões, amplamente usado por Arquitetos (as), profissionais de Design de Interiores e Engenheiros (as) Civis.

5. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O planejamento estratégico consiste na concepção e análise de cenários futuros para o empreendimento, seguido do estabelecimento de caminhos e objetivos, combinado com a definição das ações que possibilitem alcançar tais objetivos e metas (FLUXO, 2016).

Um planejamento estratégico elaborado é composto de: visão; missão; valores; competências essenciais; análise das oportunidades e das ameaças; análise dos pontos fortes e dos pontos fracos; definição dos objetivos e das metas; formulação e implantação das estratégias de controle; e retorno das informações (LUZ, 2014).

Vale destacar que existe potencial infinito de crescimento para a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe justamente pela Empresa Júnior possuir como uma de suas marcas o nome “Instituto Federal de Sergipe” e o logotipo desta Instituição de Ensino Superior. Por este motivo, haverá limitação de atuação na oferta de todos os serviços com objetivo de coibir concorrência desleal, de acordo com Inciso V do Art. 2º e Art. 195 da Lei nº 9.279/1996, (BRASIL, 1996) e futuros, possíveis, litígios por parte de empresas no mercado de turismo com baixo conhecimento jurídico.

Esta limitação de atuação, da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, pode usar como sugestão uma das alíquotas do Anexo III da Lei Complementar nº 123/2006 (BRASIL, 2006a). Todos os cálculos feitos neste Plano de Negócio foram baseados em uma alíquota de 6% da referida lei, limitando o uso dos cálculos deste Plano de Negócio em até R\$180.000,00 de faturamento ao término dos 12 (doze) primeiros meses de funcionamento da Empresa Júnior.

Porém, nada impede que sejam ofertados serviços de baixo custo ou de que sejam ofertados serviços de forma gratuita para as pessoas de baixa renda que têm como fonte de recursos financeiros a atividade turística. Dessa forma, a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, que é uma empresa acadêmica, estará contribuindo com o desenvolvimento social local de várias regiões do Estado de Sergipe, promovendo e capacitando

peessoas a oferecem melhores serviços aos (às) moradores (as) locais e turistas que visitam à região.

É importante saber que existem conflitos de interesses que podem impedir certas atividades surgirem em um dado período no tempo. Porém, quanto mais informações burocráticas relacionadas às referências da legislação, tais informações possuirão poder de acelerar e conquistar novos patamares de atuação, antes limitada por decisão pessoal de certa autoridade de algum órgão do governo.

Para tornar as atividades mais céleres, basta procurar ajuda de instâncias superiores da que a empresa está atualmente vivenciando. As instâncias superiores são obrigadas a manter a máquina governamental funcionando e poderão usar diversos recursos para o cumprimento do que está registrado no campo de função de determinada autarquia ou órgão do governo. Um desses recursos é a auditoria externa.

5.1. Ambientes Externos

Oportunidades

- Pouca concorrência, já que, de acordo com a pesquisa realizada no site oficial da Associação Brasileira das Agências de Viagens do Estado de Sergipe (ABAV-SE, 2020), ficou evidente que as agências consultadas fazem pouca ou nenhuma venda para Instituições de Ensino Superior Público, para órgãos do Governo e para a comunidade do IFS.
- A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe focará as suas vendas de pacotes de viagens para os (as) discentes do Instituto Federal de Sergipe em todos os câmpus, pois a cultura empresarial da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe instrui os (as) discentes envolvidos (as) a vender o maior número de pacotes turísticos contatando apenas uma pessoa, por exemplo: ao procurar um (a) coordenador (a) de um curso e oferecer os serviços de viagens acadêmicas para destinos históricos e culturais, o (a)

coordenador (a) será capaz de entrar em contato com os (as) alunos (as) de várias turmas diferentes e a possibilidade de lotar um ou vários ônibus será bem maior.

- Outro fato é que a maioria das agências consultadas apenas faz publicidade de seus serviços na internet, não vendendo pacotes turísticos por este canal digital. A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe contará com vendas em site próprio e aplicativo.
- O serviço prestado no mercado de trabalho pelos (as) discentes da Empresa Júnior terá auxílio de docentes com nível de Especialização, de Mestrado, de Doutorado e de Pós-Doutorado, oferecendo serviços técnicos especializados com maior experiência em relação às outras empresas reais existentes no mercado.
- A Empresa Júnior, apesar de estar bem assessorada e capacitada, fará com que as atuais empresas existentes no mercado sejam capacitadas e treinadas para fortalecer o Turismo local, fortalecer os (as) empreendedores (as) e gerar mais conforto em todos os segmentos que necessitem dos serviços gerados pelo Turismo, mostrando que a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe não será uma concorrência, mas sim uma colaboradora de capacitação e sustentabilidade empresarial.
- Uso de serviços extras que não foram encontrados de forma constante em outras agências de turismo no Estado de Sergipe como: entrega de *souvenirs* durante as viagens; entrega de lanches durante as viagens; entrega de fotos através de papel sulfite. Todos esses pequenos serviços extras atraem e fidelizam o público já que será feita uma associação neurológica de presentes ganhos toda vez que se faz uma viagem com a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

Desafios a Superar

- Impacto negativo que o turismo mal planejado pode causar em áreas de preservação com a alta procura dos atrativos naturais vinculada ao mal preparo das instalações desses ambientes. A depreciação e o desgaste do local visitado podem ocorrer com o surgimento de concorrentes que vendem pacotes turísticos voltados para empresas.
- Pode haver conflitos de interesse com o povo local. Com a procura de atrativos naturais pelos turistas a comunidade local pode modificar seu estilo de vida com a chegada de diferentes culturas;
- Baixas informações de órgãos oficiais do governo sobre o Turismo no Estado de Sergipe;
- Baixa quantidade de informações das associações e dos sindicatos da área de turismo no Estado de Sergipe na internet e presencialmente;
- Baixa categorização nas Instituições de Ensino de Sergipe das pesquisas e trabalhos acadêmicos já publicados;
- Sites das Instituições de Ensino Superior do Estado de Sergipe com difícil navegação e com pouca atualização das informações postadas.

5.2. Análise Interna

Pontos Fortes

- Venda direta a empresa cliente;
- Estudo, exploração e valorização dos atrativos sergipanos;
- Facilidade de busca de trabalhos acadêmicos já publicados;
- Uso de site e aplicativo para publicidade e vendas de serviços;
- Endereço físico seguro e valorizado, já que fica no Campus Aracaju do IFS;
- Capacitação constante dos (as) discentes estagiários (as);
- Plano de Carreira interno para a Empresa Júnior;
- Paixão intensa de discentes ao escolher algo para defender;

- Fidelidade ao participar de um grupo ou de uma comunidade;
- Experiência técnica ou empresarial prévia de alguns (mas) discentes na área Turística;
- Revista dedicada aos serviços ofertados pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;
- Wi-Fi gratuito disponibilizado pelo IFS.

Pontos a Desenvolver

- Baixa experiência do funcionamento de uma agência de viagens e turismo;
- Baixo conhecimento e interesse em cálculo;
- Baixo conhecimento em aplicativos de dispositivos eletrônicos;
- Baixa capacidade de interpretação de texto;
- Baixa experiência na área de consultoria turística;
- Baixa capacidade para ouvir opiniões e aceitar comportamentos diferentes do grupo cultural a qual está vinculado (a);
- Baixo interesse em mudar crenças limitantes;
- Baixo interesse em buscar novas relações sociais presenciais;
- Cultura da reclamação e do julgamento;
- Cultura da discussão e da falta de pro atividade;
- Tendências fortes para procrastinar;
- Tendência para escolher mentores (as) fracos (as) e manipuladores (as);
- Pouco conhecimento sobre a Geografia e Cultura do Estado de Sergipe;
- Pouco conhecimento das principais empresas que trabalham com serviços turísticos no Estado de Sergipe;
- Pouco interesse em usar roupas formais;
- Poucas viagens feitas pelos (as) próprios (as) discentes no Estado de Sergipe;
- Fatores históricos institucionais;
- Procrastinação e apatia de servidores (as) públicas;
- Política de Turismo no Estado de Sergipe;
- Recursos Financeiros;

- Apoio dos órgãos públicos;
- Interesse, comprometimento e dedicação.

5.3. Objetivos

- Fomentar o turismo regional em Sergipe;
- Capacitar e treinar as diversas empresas e profissionais de Turismo no Estado de Sergipe;
- Aumentar a paixão pelo Turismo entre as pessoas envolvidas;
- Capacitar discentes a empreenderem após o término da graduação;
- Capacitar e treinar pessoas de baixa renda que usam o Turismo como parte de renda pessoal;
- Capacitar e treinar empresas de consultoria de turismo no Estado de Sergipe;
- Capacitar e treinar servidores públicos de Secretarias de Turismo em nível municipal e estadual;
- Aumentar anualmente em 20% o número de serviços vendidos;
- Alcançar o mais rápido possível o teto faturamento anual, definida por limitação jurídica, para atuar com serviços gratuitos nas comunidades de baixa renda no Estado de Sergipe;
- Ser, em dois anos, após a implantação da Empresa Júnior, a melhor Empresa Acadêmica de Turismo do Estado de Sergipe.

5.4. Estratégias

- A principal estratégia da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe é a venda de grandes pacotes diretamente às instituições de ensino, no início das suas atividades.
- Com o passar do tempo e ao adquirir experiência suficiente, com base em critérios definidos em manuais internos, haverá atendimento do tipo consultoria prestada às empresas, aos profissionais que trabalham com e aos profissionais liberais que trabalham com Turismo no Estado de Sergipe.

- Aulas e treinamentos para interessados em desenvolver aptidões gerenciais e técnicas na área de Turismo.
- Uso de revista descrevendo todos os serviços oferecidos pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe será entregue em todos os colégios particulares de Aracaju, todos os colégios públicos, todas as faculdades, universidades, além de igrejas católicas e evangélicas. Se possível, fazer o mesmo no interior do Estado.
- Plano de carreira é um elemento de motivação dos discentes para terem ideia do que precisa ser feito para subir de nível na Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.
- Considerando que em um ônibus de 44 lugares, pode-se usar estes lugares no ônibus para sortear com algum tipo de promoção aos (às) clientes, fazendo-os (as) viajar de forma gratuita.

6. ADMINISTRAÇÃO DA EMPRESA

6.1. Empresa

Agência de Viagens e Turismo: Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

6.2. CNPJ

A definir.

6.3. Definição

A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe atuará no ramo de turismo no estado de Sergipe formado por uma equipe diretiva de cinco discentes, um (a) docente orientador (a) e, no mínimo, mais de três discentes para os serviços ofertados ao mercado de trabalho.

6.4. Alianças Estratégicas

A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe fará, logo no início das suas atividades, alianças com a Federação Sergipana de Empresas Juniores (SERJÚNIOR), fará alianças com a Confederação Brasileira de Empresas Juniores (BRASIL JÚNIOR), com o Instituto Federal de Sergipe, com a Associação Brasileira das Agências de Viagem do Estado de Sergipe (ABAV-SE), com o Sindicato dos Guias de Turismo do Estado de Sergipe (SINGTUR SE) e com os outros membros do Trade Turístico, no devido tempo.

6.5. Setor de Atividade

Setor da economia: Terciário

Ramo de atividade: Prestação de serviços

Tipo de negócio: Agência de viagens e turismo emissivo

6.6. Cultura Empresarial

- Cumprir o Código de Ética Mundial para o Turismo (BRASIL, [201-?]a);
- Entregar mais do que é esperado pelo (a) cliente;
- Aprendizado constante e variado;
- Filosofia de negociações baseado no “ganha ganha”;
- Criar conteúdo para agregar valor para as pessoas de dentro e de fora do Estado de Sergipe;
- Empatia com os (as) clientes;
- Trabalho em rede de grupos com o mesmo objetivo, a exemplo do Movimento Empresa Júnior (MEJ) (JÚNIOR, 2019a, 2019b);
- Cumprimento antecipado de prazos;
- Desenvolver a felicidade por trabalhar na Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;
- Desenvolver a paixão pelas diversas atividades ofertadas pelo Turismo.

6.7. Forma Jurídica

Empresa de Pequeno Porte (EPP)

6.8. Enquadramento Tributário

Simplex Nacional de acordo com a Lei Complementar nº 123/2006, § 5º B, inciso III (BRASIL, 2006a).

6.9. Capital Social

A definir .

6.10. Fonte de Recursos

A definir

6.11. Objetivos

- Fomentar o turismo regional em Sergipe;
- Capacitar e treinar as diversas empresas e profissionais de Turismo no Estado de Sergipe;
- Utilizar os Objetivos 1, 3, 4, 5, 8 e 12 dentre os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU (ONU, 2015);
- Aumentar a paixão pelo Turismo entre as pessoas envolvidas;
- Capacitar discentes a empreenderem após o término da graduação;
- Capacitar e treinar pessoas de baixa renda que usam o Turismo como parte de renda pessoal;
- Capacitar e treinar empresas de consultoria de turismo no Estado de Sergipe;
- Capacitar e treinar servidores públicos de Secretarias de Turismo em nível municipal e estadual;
- Aumentar anualmente em 20% o número de serviços vendidos;
- Alcançar o mais rápido possível o teto faturamento anual, definida por limitação jurídica, para atuar com serviços gratuitos nas comunidades de baixa renda no Estado de Sergipe;

- Ser, em dois anos, após a implantação da Empresa Júnior, a melhor Empresa Acadêmica de Turismo do Estado de Sergipe.

6.12. Identidade Visual

A Identidade Visual deverá ser amplamente usada para caracterizar e criar uma referência mental nas pessoas da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe. A identidade visual poderá usar a paleta de cores atualmente usada pelo IFS, poderá usar o modelo oficial de camisa para desenvolver um novo modelo de camisa, poderá usar a atual grafia do IFS ou usar uma nova, poderá ter um slogan permanente (estilo de mantra), poderá ter um novo estilo de paleta de cores e um novo modelo de roupa.

Para maiores informações faz-se necessário estudar o Manual da Identidade Visual (Manual da Marca) de alguma empresa de Design ou de alguma Instituição de Ensino, a exemplo do SENAC (SENAC, 2015).

É importante que haja um padrão em todos os documentos internos e externos, um padrão em todas as plataformas digitais, uma padrão na identidade visual das roupas e acessórios, um padrão nos treinamentos e nas capacitações.

6.13. Gestão da Empresa

A Gestão da Empresa seguirá o organograma da Figura 11 e as definições encontradas pelo livro DNA JÚNIOR Livro II, 2015, p. 22 e 23.

Assembleia Geral é a instância máxima de deliberação da EJ. Ela pode ser dividida em dois tipos: ordinária e extraordinária. Para que todas as decisões sejam legitimadas e validadas, é necessário que a Assembleia atinja um quórum mínimo de participação (que costuma ser da ordem de 75% ou 50% de presença dos membros), que deve ser previamente acordado e estipulado por todos e registrada em estatuto.

Conselho que pode ser dividido em administrativo, consultivo, deliberativo, fiscal e outras variações. Na maioria das vezes, o conselho costuma ser composto por pessoas mais experientes, que já passaram pela EJ e que têm condições de orientar a gestão em situações que necessitem de mais cautela. A depender do tipo estabelecido, o conselho pode desde destituir uma diretoria, a solicitar prestação de contas em relatórios apurados.

Diretoria Executiva é em grande parte dos casos segmentada em cinco: Presidência, Gestão de Pessoas, Marketing, Projetos, Administrativo-Financeiro. Cabe à diretoria zelar pelo cumprimento

dos objetivos planejados e representação perante a qualquer stakeholder.

Membros são pessoas que possuem qualquer tipo de vínculo com a EJ. Esse vínculo costuma ter diversas classificações, que varia de acordo com as atividades de cada um dentro da EJ. Um membro pode ser efetivo, quando geralmente faz parte do corpo técnico da EJ, podendo-se desdobrar em diferentes nomenclaturas, tais como consultores, gerentes, coordenadores, assessores e etc. Embora não seja muito usual, existem ainda as classificações "membro associado, honorário e colaborador" que podem ou não compor oficialmente o quadro de pessoas fixas na EJ.

Trainees em muitos casos não são considerados membros. O trainee geralmente é o indivíduo que passa por um período de experimentação, adaptação e treinamento, onde é constantemente avaliado. É uma pessoa recém admitida na EJ e fica à margem do processo decisório (JÚNIOR, 2015c, p. 22-23).

A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, quando aprovada pela Coordenação de Turismo e pelo Instituto Federal de Sergipe, usará a proposta de abertura de Empresas Juniores informada pela Federação Nacional das Empresas Juniores do Brasil, em consonância com a Junta Comercial do Estado de Sergipe (JUCESE, 2020) e com as diretrizes do Instituto Federal de Sergipe (IFS, 2019).

Figura 11 – Organograma da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe

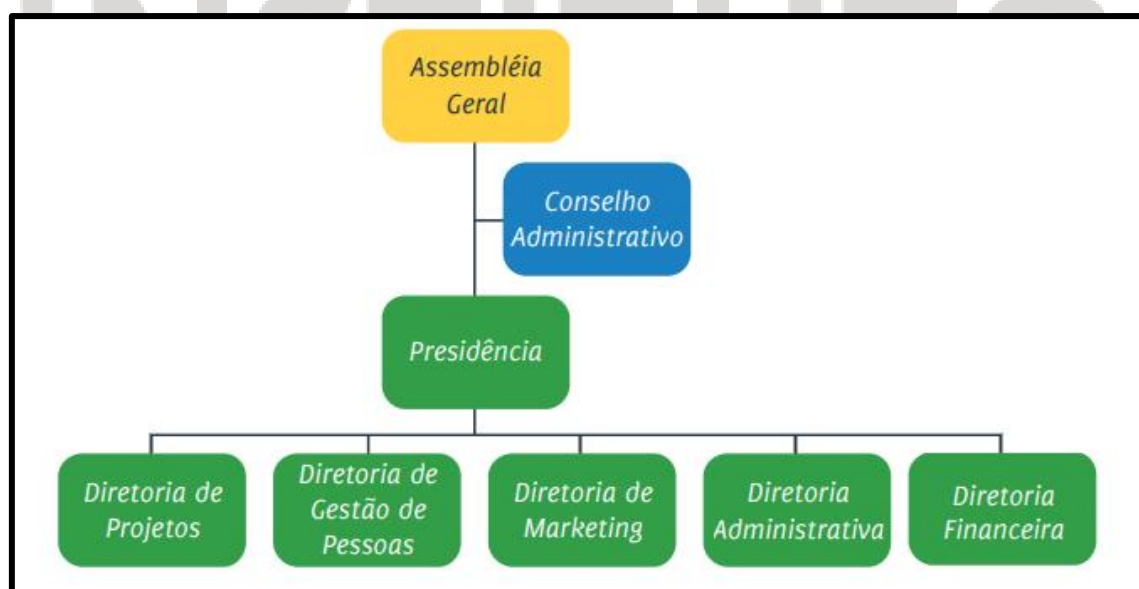


Imagem adaptada de (JÚNIOR, 2015a, p. 24).

O Diretor Financeiro foi desmembrado do Diretor Administrativo, criando duas direções administrativas distintas para facilitar o aprendizado, experiência e gerenciamento das informações pertinentes ao cargo, diferente do encontrado como sugestão no Livro II da Brasil Júnior, 2015.

Seguindo as definições do Livro II, temos:

Marketing: Define e planeja métodos para atingir o público alvo (mercado, campus etc), seja através da mídia, eventos, ou quaisquer outras metodologias.

Gestão de Pessoas: Responsável pela administração de todos os colaboradores, seleciona, avalia, acompanha e auxilia os membros, através de treinamentos, ferramentas, ou simples conversas.

Projetos: Capta e acompanha o andamento dos projetos executados pela Empresa.

Administrativo Financeiro: Define e acompanha a política de gastos do ano, além de ser responsável por toda a parte jurídica (contratos e etc.).

Presidência: Acompanha, avalia e aprimora o andamento da empresa, observando os sistemas de comunicação, sistemas de informação e os processos internos da empresa. Além de representar através do relacionamento institucional sua EJ frente aos seus stakeholders, assim como através da busca por parcerias estratégicas (JÚNIOR, 2015c, p. 25).

Além disso, existirão as pessoas que farão os serviços diretamente ao (à) cliente final, compostos por (pelas) discentes de nível técnico, tecnólogo ou bacharelado dos cursos de Turismo. Esses (as) discentes trabalharão nas pesquisas, consultorias, vendas de pacotes turísticos, divulgação, entre outras tarefas.

Todas as pessoas da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe deverão ser discentes devidamente matriculados, com cadastro ativo na Instituição de Ensino Superior e as pessoas devem estar aptas a exercerem a função a que lhes couber. Haverá seleção de pessoas através de edital previamente divulgado.

Somente na fase de implantação da empresa poderá contar com a indicação direta das pessoas da Presidência e da Diretoria pelo autor deste projeto. Caso a implantação da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe ocorra após a desvinculação do autor deste projeto do IFS com a devida conclusão do curso, a indicação da Presidência e da Diretoria será feita pela pessoa responsável pela implantação da Empresa Júnior de Turismo utilizando as informações aqui apresentadas.

A Diretoria de Projetos poderá desenvolver serviços de incubadora para clientes interessados (as) em montar sua empresa no ramo turístico. Este plano de negócio pode servir de modelo para a criação das próximas empresas da incubadora.

6.14. Gestão da Qualidade

É importante que sejam adotados procedimentos de gestão de qualidade, amplamente usados pelas indústrias, grandes empresas e corporações internacionais, com objetivo de: aperfeiçoar os procedimentos, aumentar a satisfação das (os) colaboradoras (es); ganhar status de empresa certificada, quando aplicado; evitar perdas de tempo e de dinheiro; gerar mais lucro a curto, médio e longo prazo.

Algumas ferramentas a serem adotadas são (SAGE, 2019; CAETREINAMENTOS, 2019; TREASY, 2016; PENSER, 2018; HINC, 2016; CONSULTORIAISO, 2017):

- **Diagrama de Ishikawa:** Também chamado de Diagrama de Causa e Efeito ou Diagrama Espinha de Peixe, apresenta uma estrutura visual para encontrar as causas primárias que geraram um certo efeito. É baseado no questionamento dos motivos para que algo tenha acontecido, gerando respostas que necessitam de mais perguntas a serem continuamente respondidas até não existir mais repostas. Pode ser dividido em 6 partes (6M's): método, matéria-prima, mão-de-obra, máquinas, medição e meio ambiente.
- **Diagrama de Pareto:** É um gráfico de frequência de ocorrência de determinado acontecimento, facilitando a tomada de decisão para resolver determinada ocorrência registrada.
- **Ciclo PDCA:** É uma ferramenta de gestão para melhoria contínua que consiste em 4 etapas para resolução de problemas focado na causa dos problemas, com objetivo de resolvê-los e evitá-los. As quatro etapas são: Planejar; Executar; Verificar e Agir (para as causas que não estão em conformidade).

- **Fluxograma:** É uma ferramenta visual que serve para facilitar o entendimento da trajetória de cada procedimento. Contém figuras coloridas, setas indicativas e pequenas frases.
- **Folhas de Verificação:** é uma Lista de Checagem do que deve ser verificado. Devem sempre fazer parte da rotina de gestores.
- **Histograma:** É um gráfico de barras que apresenta informações de certo período de tempo.
- **Análise SWOT:** É uma técnica usada para encontrar as forças, as ameaças, as oportunidades e as fraquezas de determinada situação analisada.
- **Diagrama de Dispersão:** É um gráfico que analisa duas variáveis.
- **Cartas de Controle:** É uma Lista de Checagem em forma de gráfico para ser comparado com o padrão adotado pela empresa.
- **5W2H:** É uma ferramenta de gestão da qualidade derivada de 7 palavras do idioma Inglês. O significado no Português do Brasil é: O que fazer? Por que fazer? Onde deve ser feito? Quando deve ser feito? Quem vai fazer? Como será feito? Quanto vai custar?
- **FMEA:** É uma ferramenta de melhora no desenvolvimento de produtos ou nos procedimentos de melhoria contínua com objetivo de prevenir falhas, analisar riscos e inibir causas. É usualmente estudado como tabela.
- **6-Sigma:** Utiliza métodos estatísticos para prevenir que ocorram falhas ou para eliminar defeitos, operando em vários níveis. Quanto mais específica a análise, mais deverá ser a mudança na cultura empresarial.
- **Kaizen:** Tem como objetivo melhorar a qualidade da entrega para a clientela, aumentar a produtividade da equipe, aumentar segurança nos procedimentos e garantir que haja cultura organizacional, adotando padrões de procedimentos em vários níveis da empresa.

- **Feedback:** Consiste em obter opinião de procedimentos das clientela ou da equipe, independente do grau de satisfação ou insatisfação da opinião. O objetivo é obter a informação, fazer a análise e tomar decisões baseado nos resultados gerados.
- **5S:** É uma ferramenta de priorização de processos que tem como fundamento: o senso de seleção; o senso de ordenação; o senso de limpeza; o senso de bem-estar; o senso de autodisciplina.
- **Gráfico de Controle:** Utiliza gráficos com limites de medida que devem ser checados com a medida analisada no gráfico.
- **Certificações ISO:** É um sistema de padronização de procedimentos a nível mundial.

6.15. Público-Alvo

- Inicial: Estudantes dos diversos Campus do IFS;
- Em sequência: Servidores dos diversos Campus do IFS;
- Em sequência: Estudantes dos diversos Campus da UFS;
- Em sequência: Servidores dos diversos Campus da UFS;
- Guias de Turismo;
- Agências de Viagens e Turismo;
- Associações e Representações;
- Empresas de Fretamento;
- Profissionais Liberais que trabalham com Turismo;
- Bares e Restaurantes;
- Hotéis, Motéis, Pousadas;
- Jornalistas de Turismo;
- Secretaria Municipal e Estadual de Turismo;
- Autoridades que trabalham com Turismo.

Inicialmente a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe trabalhará, apenas, com os (as) discentes dos diversos Campus do IFS. Este fato ocorre devido a baixa experiência dos (as) estudantes de Turismo do IFS em agenciamento de viagens. Com o passar do tempo, e ao

adquirir experiência suficiente, a próxima etapa será ofertar os serviços de viagens turísticas aos servidores dos diversos Campus do IFS.

Em sequência será ofertado serviços de viagens turísticas aos (às) estudantes da UFS e aos (às) servidores (as) da UFS. Após obter experiência suficiente, serão ofertados serviços de consultoria, treinamento e adequação as legislações para os diversos profissionais e empresas que trabalham com turismo em Sergipe.

Este é o modelo conceitual ideal para iniciar e seguir durante o período de funcionamento da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe. É preciso que os (as) estudantes inseridos (as) na Empresa Júnior se ajustem ao espírito de funcionamento da empresa.

Com o passar do tempo, todas as informações aqui inseridas poderão ser modificadas para se adequar a realidade da situação que estiver sendo vivenciada.

7. ASPECTOS ECONÔMICOS E FINANCEIROS

A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe irá usar recursos a serem definidos pela Coordenação de Graduação em conjunto com a Instituição de Ensino Superior para contemplar os Investimentos Totais para Iniciar (R\$48.680,00) a Empresa Júnior (conforme definido em 7.4).

Todos os valores na moeda Real brasileiro, aqui calculado, apenas servem de entendimento da mecânica do planejamento e do funcionamento de todo fluxo financeiro da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe. Os valores podem estar obsoletos no momento da leitura e estudo desta seção.

Vale destacar que a maioria dos materiais consultados (conforme descrição nas referências) apenas define e mostra cálculos sem considerar **Unidades de Medidas** nos exemplos, tornando o entendimento matemático complicado para pessoas com pouco conhecimento. “As unidades de medida são modelos estabelecidos para medir diferentes grandezas, tais como comprimento, capacidade, massa, tempo e volume” (TODAMATÉRIA, [201-?]).

Neste Plano de Negócio os cálculos consideraram a Unidade de Medida “R\$” (que representa a moeda Real no Brasil).

Para evitar os erros encontrados nas pesquisas e para adequar a realidade de entendimento dos (as) discentes de Turismo do Estado de Sergipe, foi colocada uma coluna chamada “Fórmula” para indicar e demonstrar todo procedimento de cálculo que foi usado para encontrar cada resultado. Os valores que não possuem Unidades de Medida são considerados valores “adimensionais”, ou seja, alguns valores estão sem dimensão, sem uma unidade de medida que o defina pelo resultado gerado de alguns cálculos (PRIBERAM, 2020).

Outra diferença que existe entre as fontes e este trabalho é que neste Plano de negócio foi inserido os termos “com imposto” e “sem imposto” para distinguir uma mesma variável, facilitando o entendimento de quem for ler e estudar este assunto.

Mesmo que haja robotização do sistema da gestão financeira e contábil, a maioria das pessoas que necessitam desta gestão possui quase ou nenhum conhecimento em matemática, cálculo, programação, informática, unidades de medida, interpretação das informações, das métricas e dos indicadores gerados. Simplesmente, a maioria tem dificuldade em entender essas informações, mesmo que a explicação esteja compilada em um único documento. Vale ressaltar que algumas instituições de ensino dificultam o aprendizado ao desconsiderar as unidades de medida nos cálculos.

Esta seção contém muita informação sobre métricas e indicadores contábeis e financeiros (26 Seções). Todas as tabelas contêm as fórmulas de como foi encontrado o resultado de cada cálculo (Seção 13).

Algumas nomenclaturas foram mudadas para se adequar a realidade de aprendizado dos (as) discentes de Turismo do Estado de Sergipe. Porém, mesmo nas pesquisas essas nomenclaturas variam conforme a fonte que se deseja obter a informação, demonstrando que não existe um padrão entre as instituições de ensino.

Se a empresa a ser aberta é de micro ou pequeno porte, a indicação é que se leia e se estude os seguintes itens:

- 7.1. Patrimônio Líquido (material);
- 7.3. Estimativa de Faturamento;

- 7.4. Estimativa de Investimento Total para Iniciar;
- 7.5. Prazo de Retorno do Investimento (PRI);
- 7.10. Uso do Lucro Líquido Mensal;
- 7.11. Estimativa de Faturamento Anual;
- 7.14. Rentabilidade e Lucratividade;
- 7.22. Ponto de Equilíbrio;
- 7.24. Demonstrativo de Resultados (DRE);
- 7.25. Construção de Cenários.

7.1. Patrimônio Líquido (Material)

Para abertura da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe será necessário investir o valor de R\$18.800,00 para adquirir o Patrimônio Líquido (Material), conforme Tabela 1.

Patrimônio Líquido “é a diferença entre os ativos totais (aplicações de recursos) e as dívidas totais (passivos)” (SEBRAE, 2013b, p. 67).

Vale ressaltar que os valores da Tabela 1 são estimativas das pesquisas feitas na internet, já que as compras feitas pelo Instituto Federal de Sergipe são feitas pela modalidade licitação.

Tabela 1. Patrimônio Líquido (Material)

PATRIMÔNIO LÍQUIDO (MATERIAL)				
Item	Descrição	Valor Unitário	Quantidade	Total
1	Notebook	R\$ 1.900,00	3	R\$ 5.700,00
2	Impressora Não Fiscal	R\$ 600,00	1	R\$ 600,00
3	Impressora A3	R\$ 1.600,00	1	R\$ 1.600,00
4	Armários	R\$ 350,00	2	R\$ 700,00
5	Cadeiras	R\$ 70,00	6	R\$ 420,00
6	Mesas	R\$ 250,00	2	R\$ 500,00
7	Tablets	R\$ 1.400,00	2	R\$ 2.800,00
8	Drones	R\$ 900,00	1	R\$ 900,00
9	Filmadora Profissional	R\$ 250,00	1	R\$ 250,00
10	Microfones sem fio	R\$ 250,00	2	R\$ 500,00
11	Microfones de lapela	R\$ 180,00	2	R\$ 360,00

12	HD Externo	R\$ 150,00	2	R\$ 300,00
13	Microfone Boom	R\$ 220,00	1	R\$ 220,00
14	Material de Escritório	R\$ 550,00	1	R\$ 550,00
15	Site	R\$ 1.000,00	1	R\$ 1.000,00
16	Aplicativo Android, iOS e Web (Custo de Esboço Detalhado no Papel)	R\$ 1.500,00	1	R\$ 1.500,00
17	Abertura, Legalização da EJA e Honorários Contábeis	R\$ 900,00	1	R\$ 900,00
PATRIMÔNIO LÍQUIDO (MATERIAL)				R\$ 18.800,00

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

O valor final estimado na Tabela 1 equivale às compras feitas pela Empresa Júnior. Porém, de acordo com as pesquisas, a maioria dos itens das Empresas Juniores são disponibilizados pela Instituição de Ensino Superior por ter no estoque ou por ter uma linha de convênio específica para comprar esta lista de itens.

Os valores da Tabela 1 referem-se ao material de escritório, equipamentos de informática, máquinas, aquisição de site desenvolvido por terceiros, aquisição de aplicativo desenvolvido por terceiros além dos custos de abertura e legalização da Empresa Júnior em conjunto com um (a) Contador (a), pagando os honorários contábeis.

7.2. Investimentos Financeiros

Os investimentos para as compras iniciais podem vir de convênios entre a Instituição de Ensino Superior e o Governo Federal, o Governo Estadual e o Governo Municipal.

Para os (as) discentes mais interessados (as) em implantar a Empresa Júnior, pode-se usar outras formas de arrecadar o dinheiro para iniciar o funcionamento da empresa como: *crowdfunding*; editais específicos; oferta de serviços antes de iniciar a Empresa Júnior; criação de eventos dentro do Instituto Federal de Sergipe; apoio do Trade Turístico; apoio de outras instituições do Estado de Sergipe; apoio de outras Instituições de Ensino Superior; através de Investidores Anjo; através do apoio de familiares

interessados em ver o projeto funcionando; através de um grupo de empresas ou de pessoas.

7.3. Estimativa de Faturamento

Considerando que a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe ofertará, nos primeiros meses de funcionamento da empresa, serviços de viagens turísticas, foi estimada, de acordo com a Tabela 2, a quantidade de custos envolvidos em uma única viagem de ônibus com 44 lugares.

O ônibus alugado possui 40 lugares pagos no qual cada cliente pagou para viajar o valor, de forma antecipada, de R\$75,00. Os outros 4 lugares restantes serão destinados à (ao) Guia de Turismo e às (aos) discentes e docentes selecionados (as). O valor por cliente inclui *souvenirs* a serem entregues durante a viagem, inclui lanche dentro do ônibus durante o passeio, inclui almoço no ponto de parada para almoçar, inclui seguro viagem além de pagar os custos de aluguel de ônibus e de impostos.

Cada viagem com 40 clientes pagando R\$75,00 cada gera um faturamento de R\$3.000,00, de acordo com a Tabela 2. O valor calculado do Custo Variável (com imposto) por viagem foi de R\$2.070,00 (Tabela 2), que inclui: Aluguel de ônibus, *souvenirs*, lanche, almoço, impostos, Guia de Turismo e Seguro Viagem. Dessa forma, obtêm-se um Lucro Bruto (com imposto) de R\$930,00 por viagem [Faturamento - Custo Variável (com imposto) = Lucro Bruto (com imposto)].

A Tabela 4 estima que a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe irá gerar 4 viagens ao mês com 40 clientes em cada viagem pagando R\$75,00 cada. A Quantidade de Clientes ao mês foi encontrada multiplicando 40 clientes (Tabela 2) vezes 4 viagens ao mês, totalizando o resultado de 160 clientes ao mês distribuídos em 4 ônibus com 40 lugares disponíveis.

O Faturamento Mensal será de 4 viagens vezes 40 clientes vezes R\$75,00, gerando o Faturamento Mensal de R\$12.000,00 [Faturamento Mensal = (Número de Viagens) * (Quantidade de Clientes por ônibus) * (Valor Unitário da viagem)]. De forma simplificada, o cálculo pode ser feito multiplicando a

estimativa de viagens mensais (4) pelo valor de Faturamento da Tabela 2 (R\$3.000,00), gerando o mesmo resultado de R\$12.000,00.

A Tabela 3 demonstra uma estimativa de Custos Fixos Mensais da Empresa Júnior, já que a mesma não pode remunerar seus integrantes, sejam eles discentes ou docentes. Porém, pode usar parte do Lucro Líquido Mensal para Treinamentos e Cursos.

A Tabela 3 contém itens com valores em R\$0,00 apenas como forma de demonstração, já que esses itens são disponibilizados gratuitamente pelo Instituto Federal de Sergipe no Campus Aracaju. Os itens com R\$0,00 na Tabela de Custo Fixo Mensal são: aluguel; taxa de energia elétrica; taxa de água encanada; telefone fixo; internet; taxa de condomínio; Salários e Pró-Labore; Honorários da Assessoria Jurídica; Honorários da Auditoria Interna; Honorários da Assessoria Médica; Honorários da Assessoria de Jornalismo e Comunicação.

A taxa de condomínio é entendida no mercado imobiliário como uma contribuição em caso de incêndios, circuito interno de monitoramento via TV e para a ronda de seguranças nas proximidades da empresa. Os Honorários de Assessoria têm como objetivo a melhora de resultados no nível de satisfação, no nível de imagem pessoal, no nível de imagem profissional, posicionamento de marca, nível de segurança jurídica e nível de segurança médica. O Custo Fixo Mensal estimado foi de R\$420,00.

Foi considerado, na Tabela 3, que todos os envolvidos na Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe não receberão valores referente à salário e Pró Labore, por isso o valor inserido no cálculo de “Salários e Pró Labore” foi de R\$0,00.

Porém, para facilitar o entendimento do funcionamento de uma empresa real, a Tabela 5 descreve qual seria o custo salarial de cada integrante [funcionária (o)] da Empresa Júnior. A coluna “Valor” indica quanto à pessoa do cargo receberá de salário em sua conta bancária. Entretanto, a empresa terá vários outros custos para fazer o pagamento definido na coluna “Valor” para cada funcionária (o).

Estes custos a mais foram estimados na coluna “Multiplicador de Custo” que indica o quanto a empresa terá de custo para pagar aquela função, ou seja, quanto terá de custo para pagar aquele salário.

Os valores da coluna “Multiplicador de Custo” são estimativas baseadas em pesquisas e comparações encontradas na internet e referem-se aos impostos, a ajuda de custo com transporte, a ajuda de custo com alimentação e a ajuda com o convênio médico. Por exemplo, se o salário que o Diretor de Marketing vai receber na conta bancária é de R\$2.600,00, o custo para a empresa será de R\$2.600,00 vezes 1,8 que dará R\$4.680,00 de custo total para pagar apenas o salário do Diretor de Marketing.

Todos os valores da Tabela 5 usado na Tabela 3 são uma estimativa com valor total, para pagamentos de salários, igual a zero, já que a Lei nº 13.267/2016 no Art. 7º, Inciso I, não permite pagamento aos envolvidos na Empresa Júnior (BRASIL, 2016). A remuneração para os discentes poderá ser feita através de outro tipo de vínculo entre o discente e a Instituição de Ensino Superior, na forma de estágio remunerado.

Com o Faturamento Mensal de R\$12.000,00 da Tabela 4, foi subtraído o valor de R\$8.280,00 do Custo Variável Mensal (com imposto), foi subtraído o valor de R\$420,00 referente ao Custo Fixo Mensal, gerando o valor de R\$3.300,00 de Lucro Líquido Mensal.

O Lucro Líquido Mensal é o quanto a Empresa Júnior de Turismo conseguiu guardar após pagar todos os Custos Fixos, após pagar todos os Custos Variáveis e após pagar todos os Impostos, em um único mês.

Esse valor de viagens mensais pode ser facilmente atingido selecionando 4 turmas de cada um dos cursos do Instituto Federal de Sergipe para visitar algum lugar de interesse da turma ou da coordenação do curso entrevistado.

O Instituto Federal de Sergipe possui diversas turmas de vários cursos (médio, médio técnico, técnico, graduação, tecnólogo, pós graduação), já que esta Instituição de Ensino Público Federal está nos municípios de Aracaju, Estância, Glória, Itabaiana, Lagarto, Poço Redondo, Propriá, São Cristóvão, Nossa Senhora do Socorro, Tobias Barreto além das turmas de Educação à Distância (IFS, 2020a). Outras formas de se conseguir clientes podem ocorrer através de consulta com servidores do IFS, com discentes de outras instituições de ensino público e com os órgãos do Governo do Estado ou do Município.

Na Tabela 2, o Aluguel do Ônibus de R\$450,00 foi estimado para uma viagem de ida e volta com percurso máximo de 350 km e um tempo máximo de 5 horas com uma empresa de ônibus terceirizada. O valor dos *souvenirs* por cliente foi estimado em R\$4,00, para ser entregue como lembrança durante a viagem. O valor de lanche por pessoa foi estimado em R\$5,00 para ser entregue dentro do ônibus durante a viagem. Foi estimado o valor de R\$20,00 de almoço para cada cliente no local de parada para almoço. Foi estimado o valor de R\$2,00 de Seguro viagem por pessoa para um único dia. E, foi estimado o valor de R\$200,00 para o (a) Guia de Turismo, caso seja contratado para realizar este serviço. Se o (a) Guia de Turismo está entre as pessoas que fazem parte da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, o valor a ser calculado nesta Tabela 2 será de R\$0,00, já que é proibida a remuneração para discentes integrantes da Empresa Júnior (considerando que o (a) Guia de Turismo será um (a) discente do curso Técnico Guia de Turismo do IFS trabalhando ou estagiando na Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe).

O cálculo do Imposto Mensal da Tabela 4 utilizou a fórmula: 4 viagens vezes R\$180,00 gerando o resultado de R\$720,00 de Impostos devidos ao mês. O valor de R\$180,00 refere-se ao Imposto encontrado na Tabela 2. (Verificar Item 7.13).

Todas as informações servem de base para facilitar a implantação, o gerenciamento e o controle dos custos da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe. Para fazer outros cálculos, basta basear as novas informações alterando valores e quantidades, seguindo o modelo das Tabelas 2, 3 e 4 como exemplo, além das explicações descritas neste texto.

Tabela 2. Faturamento por Viagem

FATURAMENTO POR VIAGEM (ÔNIBUS)		
Descrição	Valores	Fórmulas
Quantidade de Clientes	40	Quantidade de Clientes = 40
Valor do Serviço Turístico	R\$ 75,00	Valor do Serviço Turístico = R\$75,00
Souvenirs (valor unitário por cliente)	R\$ 4,00	Souvenirs (valor unitário por cliente) = R\$4,00
Lanche (valor unitário por cliente)	R\$ 5,00	Lanche (valor unitário por cliente) = R\$5,00

Almoço (valor unitário por cliente)	R\$ 20,00	Almoço (valor unitário por cliente) = R\$20,00
Seguro Viagem (valor unitário por cliente)	R\$ 2,00	Seguro Viagem (valor unitário por cliente) = R\$2,00
Custo Variável por Cliente	R\$ 35,50	Custo Variável por Cliente = [(6% do Imposto)* (Valor do Serviço Turístico)] + [Souvenirs (valor unitário por cliente)] + [Lanche (valor unitário por cliente)] + [Almoço (valor unitário por cliente)] + [Seguro Viagem (valor unitário por cliente)] Custo Variável por Cliente = (0,06*R\$75,00)+ R\$4,00 + R\$5,00 + R\$20,00 + R\$2,00 = R\$35,50
Aluguel de ônibus	R\$ 450,00	Aluguel de ônibus = R\$450,0 Custo 1 = R\$450,0
Guia de Turismo	R\$ 200,00	Guia de Turismo = R\$200,00 Custo 2 = R\$200,00
Custo Variável (Terceirizada)	R\$ 650,00	Custo Variável (Terceirizada) = (Aluguel de Ônibus) + (Guia de Turismo) Custo Variável (Terceirizada) = R\$650,00
Souvenirs	R\$ 160,00	Souvenirs = (Quantidade de Clientes) * [Souvenirs (valor unitário por cliente)] Custo 3 = R\$4,00 * 40 = R\$160,00
Lanche	R\$ 200,00	Lanche = (Quantidade de Clientes) * [Lanche (valor unitário por cliente)] Custo 4 = R\$5,00 * 40 = R\$200,00
Almoço	R\$ 800,00	Almoço = [Almoço (valor unitário por cliente)] * (Quantidade de Clientes) Custo 5 = R\$20,00 * 40 = R\$800,00
Seguro Viagem	R\$ 80,00	Seguro Viagem = [Seguro Viagem (valor unitário por cliente)] * (Quantidade de Clientes) Custo 6 = R\$2,00 * 40 = R\$80,00
Faturamento	R\$ 3.000,00	Faturamento = 40 * R\$75,00 = R\$3.000,00
Ebitda (Lajida) Unitário	R\$ 1.110,00	Ebitda (Lajida) Unitário = Faturamento - Custo1 - Custo2 - Custo3 -Custo4 -Custo5 -Custo6 Ebitda (Lajida) Unitário = R\$3.000,00 - R\$450,00 - R\$200,00 - R\$160,0 - R\$200,00 - R\$800,00 - R\$80,00 = R\$1.110,00
Imposto (6%)	R\$ 180,00	Imposto = (Simpes Nacional do Anexo III da Lei Complementar nº 123, Art. 18, § 5º-B, inciso III) * Faturamento Imposto = 0,06 * R\$3.000,00 = R\$180,00

Custo Variável (com Imposto)	R\$ 2.070,00	$\text{Custo Variável} = \text{Custo 1} + \text{Custo 2} + \text{Custo 3} + \text{Custo 4} + \text{Custo 5} + \text{Custo 6} + \text{Imposto}$ $\text{Custo Variável} = \text{R\$450,00} + \text{R\$200,00} + \text{R\$160,00} + \text{R\$200,00} + \text{R\$800,00} + \text{R\$80,00} = \text{R\$2.070,00}$
Custo Variável (sem Imposto)	R\$ 1.890,00	$\text{Custo Variável} = \text{Custo 1} + \text{Custo 2} + \text{Custo 3} + \text{Custo 4} + \text{Custo 5} + \text{Custo 6}$ $\text{Custo Variável} = \text{R\$450,00} + \text{R\$160,00} + \text{R\$200,00} + \text{R\$800,00} + \text{R\$200,00} + \text{R\$80,00} = \text{R\$1.890,00}$
Lucro Bruto (com Imposto)	R\$ 930,00	$\text{Lucro Bruto} = \text{Faturamento} - \text{Custo Variável (com Imposto)}$ $\text{Lucro Bruto} = \text{R\$3.000,00} - \text{R\$2.070,00}$
Lucro Bruto (sem Imposto)	R\$ 1.110,00	$\text{Lucro Bruto} = \text{Faturamento} - \text{Custo Variável (sem Imposto)}$ $\text{Lucro Bruto} = \text{R\$3.000,00} - \text{R\$1.890,00} = \text{R\$1.110,00}$

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Apesar dos e-books do SEBRAE não fazerem a distinção do Custo Variável (com imposto), do Custo Variável (sem imposto), do Lucro Bruto (com imposto), do Lucro Bruto (sem imposto), foram detalhadas informações para facilitar o entendimento das pessoas interessadas na área do Turismo.

Tabela 3. Custo Fixo Mensal

CUSTO FIXO MENSAL			
Descrição	Valores	Referência	Fórmulas
Material de Escritório	R\$ 250,00	*	Custo1 = R\$250,00
Outros	R\$ 170,00	*	Custo2 = R\$170,00
Aluguel	R\$ 0,00	*	Custo3 = R\$0,00
Taxa de Energia Elétrica	R\$ 0,00	*	Custo4 = R\$0,00
Taxa de Água Encanada	R\$ 0,00	*	Custo5 = R\$0,00
Telefone Fixo	R\$ 0,00	*	Custo6 = R\$0,00
Internet	R\$ 0,00	*	Custo7 = R\$0,00
Taxa de Condomínio	R\$ 0,00	*	Custo8 = R\$0,00
Salários e Pró Labore	R\$ 0,00	Tabela 5	Custo9 = R\$0,00
Honorários da	R\$ 0,00	*	Custo10 = R\$0,00

Assessoria Jurídica			
Honorários da Auditoria Interna	R\$ 0,00	*	Custo11 = R\$0,00
Honorários da Assessoria Médica	R\$ 0,00	*	Custo12 = R\$0,00
Honorários da Assessoria de Jornalismo, de Comunicação e de Imprensa	R\$0,00	*	Custo13 = R\$0,00
Custo Fixo Mensal	R\$ 420,00	*	Custo Fixo Mensal = Custo1 + Custo2 + Custo3 + Custo4 + Custo5 + Custo6 + Custo7 + Custo8 + Custo9 + Custo10 + Custo11 + Custo12 Custo Fixo Mensal = R\$250,00 + R\$170,00 + R\$0,00 + R\$0,00 + R\$0,00 + R\$0,00 + R\$0,00 + R\$0,00 + R\$0,00 + R\$0,00 + R\$0,00 + R\$0,00 = R\$420,00

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Tabela 4. Estimativa Mensal

ESTIMATIVA MENSAL			
Descrição	Valores	Referência	Fórmulas
Quantidade de Viagens ao mês	4	*	Quantidade de Viagens ao mês = 4
Quantidade de Clientes ao mês	160	Tabela 2	Quantidade de Clientes ao mês = (Quantidade de Viagens ao mês) * (Quantidade de Clientes da Tabela 2) Quantidade de Clientes ao mês = 4 * 40 = 160

Faturamento Mensal	R\$ 12.000,00	Tabela 2	Faturamento Mensal = (Quantidade de Clientes ao mês) * (Valor do Serviço Turístico da Tabela 2)
			Faturamento Mensal = 160 * R\$75,00 = R\$12.000,00
Custo Variável Mensal (com imposto)	R\$ 8.280,00	Tabela 2	Custo Variável Mensal (com imposto) = (Quantidade de Viagens ao mês) * [Custo Variável (com imposto) da Tabela 2]
			Custo Variável (com imposto) Mensal = 4 * R\$2.070,00 = R\$8.280,00
Custo Variável Mensal (sem imposto)	R\$ 7.560,00	Tabela 2	Custo Variável Mensal (sem imposto) = (Quantidade de Viagens ao mês) * [Custo Variável (sem imposto) da Tabela 2]
			Custo Variável Mensal (sem imposto) = 4 * R\$7.560,00
Custo Fixo Mensal	R\$ 420,00	Tabela 3	Custo Fixo Mensal = (Custo Fixo da Tabela 3) = R\$420,00
Ebitda (Lajida) Mensal	R\$ 4.020,00	Tabela 3	Ebitda (Lajida) Mensal = {[Ebitda (Lajida) Mensal da Tabela 2] * (Quantidade de Viagens ao mês)} - Custo Fixo Mensal
			Ebitda (Lajida) Mensal = [(R\$1.110,00) * 4] - R\$420,00 = R\$
Imposto Mensal (6%)	R\$ 720,00	Tabela 2	Imposto Mensal = 0,06 * Faturamento Mensal = 0,06 * R\$12.000,00 = R\$720,00
Lucro Bruto Mensal (com imposto)	R\$ 3.300,00	Tabela 2	Lucro Bruto Mensal (com imposto) = (Faturamento Mensal) - [Custo Variável Mensal (com imposto)] - (Custo Fixo Mensal)
			Lucro Bruto Mensal (com imposto) = R\$12.000,00 - R\$8.280,00 - R\$420,00 = R\$3.300,00

Lucro Bruto Mensal (sem imposto)	R\$ 4.020,00	Tabela 2	Lucro Bruto Mensal (sem imposto) = (Faturamento Mensal) - [Custo Variável Mensal (sem imposto)] - (Custo Fixo Mensal)
			Lucro Bruto Mensal (sem imposto) = R\$12.000,00 - R\$7.560,00 - R\$420,00 = R\$7.860,00
Lucro Líquido Mensal	R\$ 3.300,00	*	Lucro Líquido Mensal = (Faturamento Mensal) - [Custo Variável Mensal (com imposto)] - (Custo Fixo Mensal)
			Lucro Líquido Mensal = R\$12.000,00 - R\$8.280,00 - R\$420,00 = R\$3.300,00
Custo Total Mensal (com imposto)	R\$ 8.700,00	*	Custo Total Mensal (com imposto) = [Custo Variável Mensal (com imposto)] + (Custo Fixo Mensal)
			Custo Total Mensal (com imposto) = R\$8.280,00 + R\$420,00 = R\$8.700,00

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

A estimativa mensal de 4 viagens com 40 pessoas em cada viagem foi baseada no uso mensal de aproximadamente 2% da quantidade de discentes do IFS. Calculado com base nos 7.900 discentes em todos os Campus do IFS em 2016.1 (IFS, 2020b).

Tabela 5. Estimativa de Salário Fixo Mensal

SALÁRIO FIXO MENSAL					
Descrição	Valor	Multiplicador de Custo	Quantidade de Pessoas	Total	Fórmulas
Salário Presidente	R\$ 1.200,00	1,45	1	R\$ 1.740,00	$\begin{aligned} \text{Custo1} &= \\ \text{R\$1.200,00} & * \\ 1,45 & * 1 = \\ \text{R\$1.740,00} \end{aligned}$
Salário Direção Administrativa	R\$ 2.200,00	1,8	1	R\$ 3.960,00	$\begin{aligned} \text{Custo2} &= \\ \text{R\$2.200,00} & * \\ 1,8 & * 1 = \end{aligned}$

					R\$3.960,00
Salário Direção Financeira	R\$ 2.100,00	1,8	1	R\$ 3.780,00	Custo3 = R\$2.100,00 * 1,8 * 1 = R\$3.780,00
Salário Diretor (a) de Marketing	R\$ 2.600,00	1,8	1	R\$ 4.680,00	Custo4 = R\$2.600,00 * 1,8 * 1 = R\$4.680,00
Salário Diretor (a) de Projetos	R\$ 3.000,00	1,8	1	R\$ 5.400,00	Custo5 = R\$3.000,00 * 1,8 * 1 = R\$5.400,00
Salário Diretor (a) de Pessoas	R\$ 2.300,00	1,8	1	R\$ 4.140,00	Custo6 = R\$2.300,00 * 1,8 * 1 = R\$4.140,00
Salário Funcionárias (os)	R\$ 1.500,00	1,8	832	R\$ 2.246.400,00	Custo7 = R\$1.500,00 * 1,8 * 34 = R\$2.246.400,00
Salário Fixo Mensal	*	*	838	R\$ 2.270.100,00	Salário Fixo Mensal = Custo1 + Custo2 + Custo3 + Custo4 + Custo5 + Custo6 + Custo7

					Salário	Fixo
					Mensal	=
					R\$1.740,00	+
					R\$3.960,00	+
					R\$3.780,00	+
					R\$4.680,00	+
					R\$5.400,00	+
					R\$4.140,00	+
					R\$2.246.400,00	
					=	
					R\$2.270.100,00	

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Se fossem considerados todos os custos da Tabela 5, todos os outros valores estimados na Seção 7 deste Plano de Negócio seriam modificados.

Foi considerado, na Tabela 5, que o Presidente é um título, com suas respectivas funções, que será somado ao salário de um (a) dos (as) Diretores (as), se for necessário. Além disso, foi estimado um total de 832 funcionários (as), aqui nomeados como discentes, que desempenharão as funções de solução das demandas dos (as) clientes no mercado de trabalho.

Apesar da grande quantidade de funcionários (as), a estrutura organizacional de cargos usará o modelo da hierarquia administrativa.

O Fator Multiplicador de Custo considerou que todas as pessoas receberão ajuda de custo no Transporte, no Vale Refeição e na Assistência Médica, com seus respectivos impostos já inclusos no cálculo.

Considerou-se que o ônibus tem um total de 44 lugares, fora o lugar do motorista, no qual 40 lugares são para clientes e 4 lugares são para as (os) docentes e, ou as (os) discentes que vão acompanhar e conduzir a viagem.

Foi considerado apenas o serviço de viagem turística no cálculo de faturamento mensal da Empresa Júnior. Porém, existem outras formas de se obter renda através dos outros serviços que são prestados pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, com objetivo de prever e controlar o fluxo financeiro mensal. Verificar subseção 4.11.

7.4. Estimativa de Investimento Total para Iniciar

A Estimativa de Investimento Total para Iniciar a Empresa Júnior de Turismo no Instituto Federal de Sergipe considera os valores estimados na Tabela 1 (que faz referência à compra de materiais para o início do funcionamento da empresa), considera reserva de capital de doze (12) vezes o valor do Custo Fixo Mensal (Tabela 3) e considera o valor de doze (12) vezes o valor do Custo Variável (com imposto) encontrado na Tabela 2.

Ou seja, o valor do Custo Variável (com imposto) da Tabela 2 faz referência à apenas uma única viagem de ônibus com 40 clientes pagando R\$75,00 cada. Dessa forma, multiplicar 12 x o valor do Custo Variável (com imposto) da Tabela 2 significa que a empresa vai reservar o valor necessário para pagar os Custos Variáveis (com impostos) de 12 viagens com 40 pagantes.

Reservar desde o início 12 vezes o Valor do Custo Fixo significa que a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe terá, desde a sua implantação, a quantia reservada para pagar por 12 meses os seguintes valores: Material de Escritório; Outros; Aluguel; Taxa de Energia Elétrica; Taxa de Água Encanada; Telefone Fixo; Internet; Taxa de Condomínio; Salários e Pró Labore; Honorários da Assessoria Jurídica; Honorários da Auditoria Interna; Honorários da Assessoria Médica; Honorários da Assessoria de Jornalismo e de Comunicação.

Essa reserva de capital com multiplicação por 12 significa que haverá uma reserva financeira exclusiva para custear a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe em um prazo de 12 meses, considerando que não foi feita nenhuma venda de serviços durante este período.

A reserva financeira sobre o Custo Variável (com imposto) de cada viagem de ônibus significa que a empresa tem em caixa o valor completo para custear 12 viagens de ônibus com 40 clientes, mesmo que os (as) clientes das 12 viagens não paguem pelo serviço, considerando uma situação caótica ou uma situação de viagens custeadas de forma gratuita.

Observação: Se o valor reservado para o Custo Variável (com imposto) for destinado às Viagens Gratuitas, o valor de R\$75,00 por passagem será diminuído a preço de custo da viagem, fazendo com que a Empresa Júnior fique sem obter lucros e retirando o valor da viagem de sua reserva financeira

para custear a viagem, decisão esta que deverá ser decidida em Assembleia Geral.

Esta reserva financeira serve para evitar que a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe deixe de existir em poucos meses de funcionamento por má administração, por falta de pagamento, por roubo, por desvio de recursos financeiros, por crises da gestão pública federal, por crises da gestão pública estadual, por crises da gestão pública municipal ou por qualquer outro motivo que poderia levar a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe à falência.

O Multiplicador de Segurança indica a quantidade de meses que se pode ter em reserva financeira para certos custos previamente calculados, como é o caso do Custo Fixo Mensal e do Custo Variável Mensal (com imposto). É evidente que o multiplicador de segurança serve, apenas, para diminuir os riscos que a empresa poderá ter pelos diversos fatores a que está sujeita. Porém, é um excelente método de estimativa prévia que evita problemas futuros, garantindo o funcionamento da empresa por muito tempo.

O Multiplicador de Segurança foi baseado no “Coeficiente de Segurança” da Disciplina “Resistência dos Materiais” encontrada na maioria dos cursos Superiores de Engenharia. Este Coeficiente de Segurança multiplica o Valor de Resistência de certo material por um número Real acima de 1.

Por exemplo: todo elevador de pessoas encontrados em edifícios possui vários cabos de aço. Cabo de aço pode ser entendido como uma corda de material metálico. Estes cabos de aço podem se romper quando determinada quantidade de peso for colocada no elevador. Para garantir a segurança do funcionamento frequente e a garantia de que o cabo de aço ficará sem se romper, fazendo o elevador despencar caso ocorra o rompimento dos cabos de aço, foi adicionado o multiplicador “Coeficiente de Segurança” no cálculo da Resistência do Material cabo de aço, que também pode ser encontrado com o termo “Fator de Segurança” nas disciplinas das Engenharias.

Em um elevador com capacidade de carga de 8 pessoas, o uso do “coeficiente de segurança” garante que este valor de pessoas possa ser aumentado para 80 pessoas antes da estrutura do elevador se despencar,

mesmo que seja impossível colocar 80 pessoas em um elevador com capacidade de carga de 8 pessoas.

Vale ressaltar que o valor estimado no Multiplicador de Segurança depende, apenas, da intenção prévia do empreendedor (a) de cada empresa, sendo muitas vezes, quando usado, encontrado para um período de 6 meses, 12 meses e mais de 36 meses.

Multiplicar o Custo Fixo Mensal mais o Custo Variável Mensal (com imposto) por um valor inteiro, aqui chamado de Multiplicador de Segurança, é o mesmo conceito que **Capital de Giro**.

O capital de giro é o montante de recursos necessário para o funcionamento normal da empresa, compreendendo a compra de matérias-primas ou mercadorias, financiamento das vendas e o pagamento das despesas (SEBRAE, 2013a, p. 69).

Diferente do que foi proposto pelo SEBRAE sobre Capital de Giro (SEBRAE, 2013a, p. 74), que colocou uma estimativa de 26 dias de segurança como Capital de Giro, existe discordância desta estimativa de 26 dias de Capital de Giro como exemplo a ser seguido já que faz a empresa ter capacidade de funcionamento para apenas 26 dias comerciais. Escolher 26 dias de Capital de Giro pode comprometer, drasticamente, a saúde financeira do negócio, já que ficar sem vender nada durante um único mês pode levar a empresa à falência, fazendo pessoas serem demitidas e gerando mais dívidas para serem pagas.

A dica do SEBRAE de usar como estimativa 26 dias no Cálculo do Capital de Giro pode fazer com que a empresa que usa esta estimativa necessite de Empréstimos futuros para cobrir o Capital de Giro que não foi gerado em um período maior que 26 dias sem vendas. Escolher ter um Capital de Giro de 26 dias é escolher ter reservado o valor para pagar todos os Custos Fixos, todos os Impostos, todos os Custos Variáveis para, apenas, 26 dias de existência.

O melhor cálculo de Capital de Giro, para garantir a segurança da empresa, **deve ser feito em meses**, de preferência um cálculo de Capital de Giro acima de 6 meses. Escolher ter um Capital de Giro de 6 meses ou mais é escolher ter reservado o valor para pagar todos os Custos Fixos, todos os Impostos, todos os Custos Variáveis para 6 meses de existência, mesmo que esta empresa fique sem vender nada durante todo este período.

Evitar, diminuir ou subestimar a importância do Capital de Giro é escolher fazer a empresa trabalhar próxima de uma falência, já que qualquer variação negativa nas vendas em um único mês compromete a capacidade de funcionamento da empresa nos meses seguintes, forçando a empresa a obter empréstimos, créditos ou dinheiro de terceiros para honrar compras antes mesmo dos serviços turísticos serem oferecidos.

Ou seja, a empresa deve evitar ao máximo obter empréstimos financeiros diferentes do necessário para abertura e início da empresa.

Lembrando que o uso do multiplicador de segurança evitará despedir pessoas da empresa por um período de 12 meses. O multiplicador de segurança vai garantir o pró labore para 12 meses, mesmo que a empresa fique sem clientes por 12 meses seguidos, vai garantir o pagamento de todos os Custos Fixos por 12 meses, mesmo que fique sem vender nada durante os 365 dias do ano comum, conforme informações da Tabela 6.

Para evitar que o dinheiro do Capital de Giro, reservado no início das atividades para custear a empresa em todos os níveis por 12 meses ou mais, é necessário que se crie mecanismos jurídicos internos para recolher e destinar este dinheiro do Capital de Giro, evitando roubos, usos inadequados, desvios e qualquer outro problema que possa vir a ocorrer por falta de previsão do futuro com base nas informações atuais.

A Tabela 6 descreve a quantidade de Custo Total para Iniciar a abertura da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

Tabela 6. Investimento Total para Iniciar

INVESTIMENTO TOTAL PARA INICIAR					
Descrição	Custo	Multiplicador de Segurança	Total	Referência	Fórmulas
Investimento Inicial (Total para Iniciar)	R\$ 18.800,00	1	R\$ 18.800,00	Tabela 1	Investimento Inicial (Total para Iniciar) = (Investimento Inicial da Tabela 1) * (Multiplicador de Segurança)

					Investimento Inicial (Total para Iniciar) = R\$18.800,00 * 1 = R\$18.800,00
Custo Variável (Total para Iniciar)	R\$ 2.070,00	12	R\$ 24.840,00	Tabela 2	Custo Variável (Total para Iniciar) = [Custo Variável (com Imposto) da Tabela 2] * (Multiplicador de Segurança)
					Custo Variável (Total para Iniciar) = R\$2.070,00 * 12 = R\$24.840,00
Custo Fixo Mensal (Total para Iniciar)	R\$ 420,00	12	R\$ 5.040,00	Tabela 3	Custo Fixo Mensal (Total para Iniciar) = (Custo Fixo da Tabela 3) * (Multiplicador de Segurança)
					Custo Fixo Mensal (Total para Iniciar) = R\$420,00 * 12 = R\$5.040,00
INVESTIMENTO TOTAL PARA INICIAR			R\$ 48.680,00	*	Investimento Total para Iniciar = Investimento Inicial (Total para Iniciar) + Custo Variável (Total para Iniciar) + Custo Fixo

			Mensal (Total para Iniciar)
			Investimento Total para Iniciar =
		*	R\$18.800,00 +
			R\$24.840,00 +
			R\$5.040,00 =
			R\$48.680,00

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

7.5. Prazo de Retorno do Investimento (PRI)

O Prazo de Retorno do Investimento (PRI) indica quanto tempo levará para a empresa pagar todo o valor investido para iniciar abertura e funcionamento da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe (Tabela 6).

Vale destacar que a fórmula considera o valor integral (100%) do Lucro Líquido Mensal para calcular o Prazo de Retorno do Investimento. Ou seja, após dado período de tempo, todo Lucro Líquido reservado naquele período será integralmente (100%) destinado ao pagamento do Custo Total para Iniciar a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe (que é o custo de abertura e de funcionamento da empresa júnior).

Foi considerado 40% de reserva do Lucro Líquido Mensal para pagar o Custo Total para Iniciar a Empresa, pois é muito difícil reservar integralmente o Lucro Líquido Mensal até o pagamento total do Custo Total para Iniciar. Para validar esta informação basta fazer a seguinte pergunta: *É possível aguardar 1 ano e 3 meses de funcionamento da empresa reservando 100% do valor do Lucro Líquido Mensal, sem mexer nele durante este intervalo de tempo?* Na teoria esse cálculo é totalmente possível, conforme demonstrado pelo livro “Como Elaborar um Plano de Negócios” escrito pelo SEBRAE (SEBRAE, 2013a, p. 103).

Por causa deste motivo, a Empresa Júnior de Turismo deverá usar um percentual do total do Lucro Líquido Mensal para pagar o Valor Total para Iniciar a Empresa, conforme demonstrado na Tabela 7.

Tabela 7. Prazo de Retorno do Investimento (PRI)

PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO (PRI)			
Descrição	Valor	Referência	Fórmulas
Investimento Total para Iniciar	R\$ 48.680,00	Tabela 6	Investimento Total para Iniciar = (Custo Total para Iniciar da Tabela 6)
			Investimento Total para Iniciar = R\$48.680,00
40% do Lucro Líquido Mensal	R\$ 1.320,00	Tabela 4	40% do Lucro Líquido Mensal = $0,4 * (\text{Lucro Líquido Mensal da Tabela 4})$
			40% do Lucro Líquido Mensal = $0,4 * R\$3.300,00 = R\$1.320,00$
PRI Estimado (em meses)	36,88	*	PRI Estimado (em meses) = $\text{Investimento Total para Iniciar} / [40\% * (\text{Lucro Líquido Mensal})]$
			PRI Estimado (em meses) = $R\$48.680,00 / R\$1.320,00 = 36,88$
PRI Estimado (em anos)	3,07	*	PRI Estimado (em anos) = $[\text{PRI Estimado (em meses)}] / 12$
			PRI Estimado (em anos) = $9136,67 / 12 = 761,39$
Descrição	Valor	Referência	Fórmulas
Investimento Total para Iniciar	R\$ 48.680,00	Tabela 6	Investimento Total para Iniciar = (Investimento Total para Iniciar da Tabela 6)
			Investimento Total para Iniciar = R\$46.520,00
100% do Lucro Líquido Mensal	R\$ 3.300,00	Tabela 4	100% do Lucro Líquido Mensal = (100% do Lucro Líquido Mensal da Tabela 4)
			100% do Lucro Líquido Mensal = R\$3.300,00
PRI Real (em meses)	14,75	*	PRI Real (em meses) = $\text{Investimento Total para Iniciar} / [100\% * (\text{Lucro Líquido Mensal})]$

			PRI Real (em meses) = R\$48.680,00 / R\$3.300,00 = 14,75
PRI Real (em anos)	1,23	*	PRI Real (em anos) = [PRI Estimado (em meses)] / 12 PRI Real (em anos) = 3654,67 / 12 = 304,56

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Dividindo 36,88 meses (PRI Estimado) por 12 meses, encontramos o valor de 3,07 anos, o que equivale a 3 anos e 0,07 ano ($3 + 0,07 = 3,07$). Multiplicando 0,07 por 12 meses encontramos o valor de 0,84 mês, aqui aproximado para 1 mês.

Ou seja, o Prazo de Retorno de Investimento Estimado é de **3 anos e 1 mês** para a Empresa Júnior de Turismo pagar, em uma única parcela, o valor do Custo Total para Iniciar a Empresa Júnior, considerando uma reserva de 40% do Lucro Líquido a cada mês para fazer este pagamento.

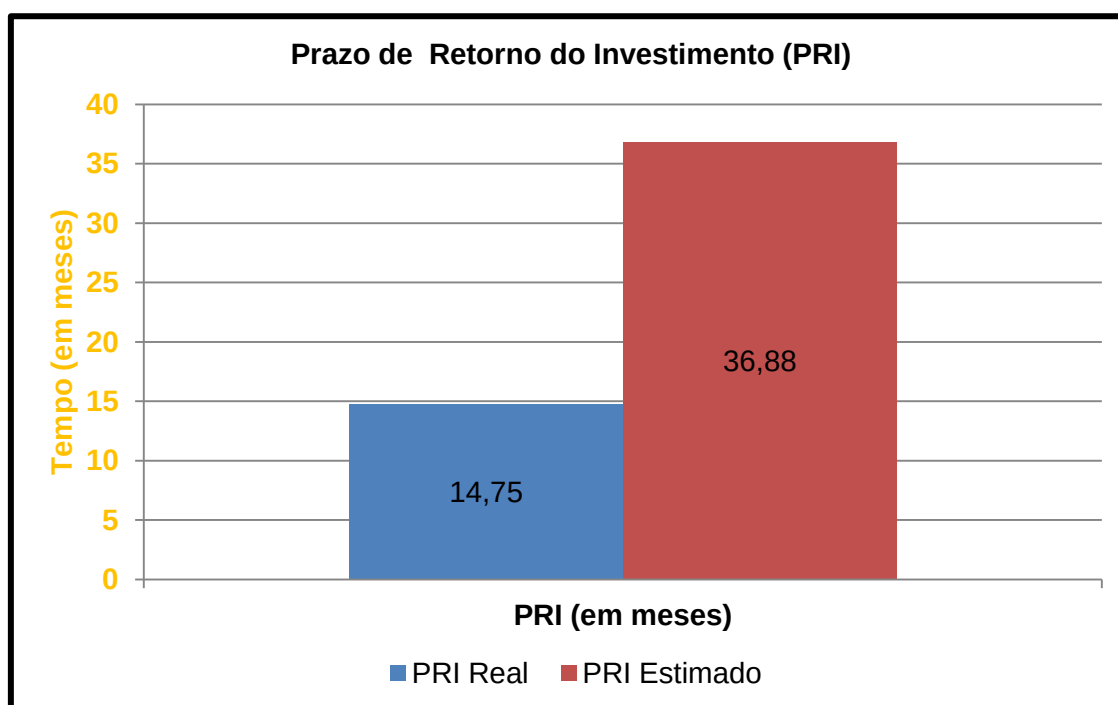
Caso fosse considerado o valor integral (100%) de R\$3.300,00 do Lucro Líquido Mensal (Tabela 4) para pagar o valor de R\$48.680,00 do Custo Total Inicial (Tabela 6), o prazo para pagamento integral do Custo Total Inicial seria de, apenas, 14,75 meses, que é o mesmo que o prazo aproximado de **1 ano e 3 meses**. O resultado de 14,75 meses indica o Prazo Real (100% do uso do Lucro Líquido Mensal) de Retorno de Investimento.

Ao invés de esperar 3 anos e 1 mês, reservando 40% do Lucro Líquido Mensal para pagar o Custo Total para Iniciar, o prazo seria de 1 ano e 3 meses reservando 100 % do Lucro Líquido Mensal.

Considerando que a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe irá pagar o Custo Total Inicial em uma única parcela à instituição credora, será necessário esperar **3 anos e 1 mês** reservando 40% do Lucro Líquido Mensal (conforme Tabela 4), todos os meses. Isso considerando que foram feitas 4 viagens de ônibus no mês com 40 clientes pagantes ao custo de R\$75,00 por passagem durante todo este período (Tabela 2 e Tabela 4).

Para verificar a diferença visual da quantidade de meses necessária para pagar o Investimento Total para Iniciar a empresa, verifique o Gráfico 1.

Gráfico 1. Prazo de Retorno do Investimento (PRI)



Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

7.6. Margem Líquida Mensal

Indica a porcentagem de Lucro Líquido que a empresa possui em relação ao Faturamento Total Mensal ($\text{Margem Líquida} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Faturamento Mensal}}$). “Mede o percentual sobre cada R\$ 1,00 de vendas que resta para a empresa após o pagamento de todos os custos” (SEBRAE, 2013b, p. 83).

A Margem Líquida também é conhecida como **Lucratividade**. “A lucratividade é a relação entre lucro e volume de vendas” (SEBRAE, 2013b, p. 67).

Como o intervalo de tempo no cálculo está em mês, então é necessário nomear corretamente como Lucratividade Mensal. É importante indicar a variável temporal para facilitar o entendimento deste indicador.

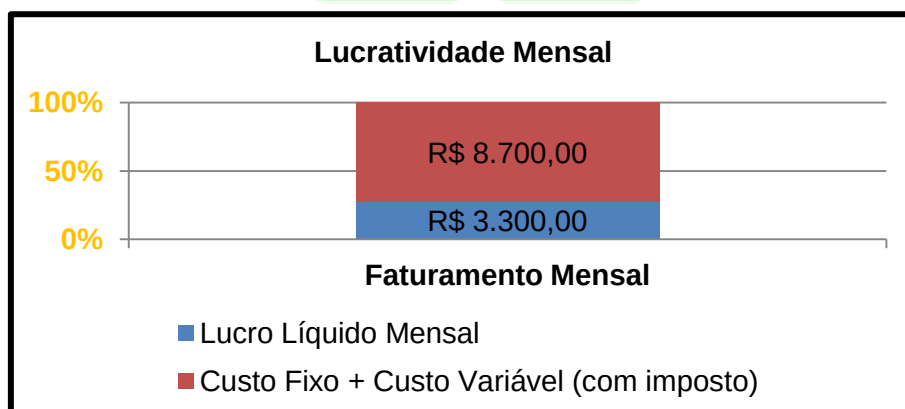
Para este Plano de Negócio, a Lucratividade Mensal é de 27,5%. Ou seja, a cada 100% de todo faturamento mensal, 27,5% são transformados em Lucro Líquido Mensal. Valores encontrados na Tabela 8 e Gráfico 2.

Tabela 8. Margem Líquida Mensal (Lucratividade Mensal)

MARGEM LÍQUIDA MENSAL (LUCRATIVIDADE MENSAL)			
Descrição	Valores	Referência	Fórmulas
Lucro Líquido Mensal	R\$ 3.300,00	Tabela 4	Lucro Líquido Mensal = (Lucro Líquido Mensal da Tabela 4)
			Lucro Líquido Mensal = R\$3.300,00
Faturamento Mensal	R\$ 12.000,00	Tabela 4	Faturamento Mensal = (Faturamento Mensal da Tabela 4)
			Faturamento Mensal = R\$12.000,00
Margem Líquida Mensal	27,50%	*	Margem Líquida Mensal = (Lucro Líquido Mensal) / (Faturamento Mensal)
			Margem Líquida Mensal = R\$3.300,00 / R\$12.000,00 = 27,50%

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Gráfico 2. Lucratividade Mensal.



Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

7.7. Margem Bruta

A Margem Bruta indica a porcentagem de lucro a cada venda, medindo a rentabilidade do negócio (Margem Bruta = Lucro Bruto/Faturamento Total). A Margem Bruta tem como objetivo medir o percentual sobre cada R\$ 1,00 de vendas que resta para a empresa após o pagamento das mercadorias vendidas (SEBRAE, 2013b, p. 82).

Como o intervalo de tempo no cálculo está “por viagem” (ônibus de 44 lugares), então a Margem Bruta pode ser nomeada corretamente como Margem Bruta (unitária) ou Margem Bruta (por viagem).

Foi usado o valor de Lucro Bruto (com impostos) da Tabela 2 para efeito dos cálculos da Margem Bruta.

Para aumentar a Margem Bruta, é necessário usar estratégias de compras em fornecedores, listar todos os gatos e além de gerir o tempo.

A Margem Bruta (com imposto) para a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe é de 31%. Ou seja, de todo faturamento ganho com a venda de 40 passagens (considerando um ônibus de 44 lugares), 31% está reservado para gerar Lucro Líquido e para pagar os custos fixos. Valores encontrados na Tabela 9.

Tabela 9. Margem Bruta

MARGEM BRUTA			
Descrição	Valores	Referência	Fórmulas
Lucro Bruto (com imposto)	R\$ 930,00	Tabela 2	Lucro Bruto = [Lucro Bruto (com imposto) da Tabela 2]
			Lucro Bruto = R\$930,00
Custo Variável (com imposto)	R\$ 2.070,00	Tabela 2	Custo Variável (com imposto) = Custo Variável (com imposto) da Tabela 2
			Custo Variável (com imposto) = R\$2.070,00
Faturamento	R\$ 3.000,00	Tabela 2	Faturamento = (Faturamento da Tabela 2)
Margem Bruta (com imposto)	31,00%	*	Margem Bruta (com imposto) = [Lucro Bruto (com imposto)] / Faturamento
			Margem Bruta (com imposto) = R\$930,00 / R\$3.000,00 = 31,00%

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

7.8. Margem de Contribuição

“Margem de contribuição é a parte do preço de venda excluídos os custos variáveis e destinada a cobrir os custos fixos e ainda gerar lucro para a empresa” (SEBRAE, 2013b, p. 46).

A Margem de Contribuição é o quanto sobrar (em R\$) do faturamento do principal produto vendido com objetivo de pagar os custos fixos, obtendo lucro, após retirar os valores dos custos variáveis (Margem de Contribuição = Faturamento – Custo Variável).

Também é chamado de **Lucro Bruto**.

Para efeito de cálculos, a Margem de Contribuição considerou apenas uma única viagem em um ônibus com 40 pagantes ao custo por cliente de R\$75,00, totalizando um faturamento de R\$3.000,00. O valor em R\$ da Margem de Contribuição (Tabela 10) deve ser exatamente igual ao valor do Lucro Bruto (Tabela 2), ficando atento se é feito o cálculo “com imposto” ou “sem imposto”.

A Margem de Contribuição é usada para calcular outro índice, o índice **Ponto de Equilíbrio**.

A Margem de Contribuição (com impostos) para a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe gerada a cada viagem (ônibus de 44 lugares com 40 pagantes) é de R\$930,00. Ou seja, haverá R\$930,00 para ser direcionado ao pagamento dos Custos Fixos e para gerar Lucro Líquido. Verificar valores na Tabela 10.

Tabela 10. Margem de Contribuição (Lucro Bruto)

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO (LUCRO BRUTO)			
Descrição	Valores	Referência	Fórmulas
Faturamento	R\$ 3.000,00	Tabela 2	Faturamento = (Faturamento da Tabela 2)
			Faturamento = R\$3.000,00
Custo Variável (com Imposto)	R\$ 2.070,00	Tabela 2	Custo Variável (com Imposto) = [Custo Variável (com Imposto) da Tabela 2]
			Custo Variável (com Imposto) = R\$2.070,00
Margem de Contribuição [Lucro Bruto (com Imposto)]	R\$ 930,00	*	Margem de Contribuição [Lucro Bruto (com Imposto)] = Faturamento - Custo Variável (com Imposto)

			Margem de Contribuição [Lucro Bruto (com Imposto)] =
			R\$3.000,00 - R\$2.070,00 =
			R\$930,00

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Destaco aqui que o valor de R\$930,00 encontrado no cálculo da Margem de Contribuição (Tabela 10) é exatamente igual ao valor de R\$930,00 do Lucro Bruto (com imposto) calculado na Tabela 2.

7.9. Índice de Margem de Contribuição

Índice de Margem de Contribuição (IMC) é a divisão entre a Margem de Contribuição pelo Faturamento (IMC = Margem de Contribuição dividido pelo Faturamento). Serve para saber quanto dinheiro (em porcentagem) está direcionado para pagar os Custos Fixos e para gerar Lucro Líquido.

O Índice da Margem de Contribuição (com imposto) da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe é de 31%. Ou seja, a 31% do faturamento gerado a cada viagem com 40 pagantes, 31% está reservado para pagar os Custos Fixos e para gerar Lucro Líquido. Conclui-se, portanto, que 69% foi destinado ao pagamento dos Custos Variáveis (com impostos). Verificar valores na Tabela 11 e no Gráfico 3.

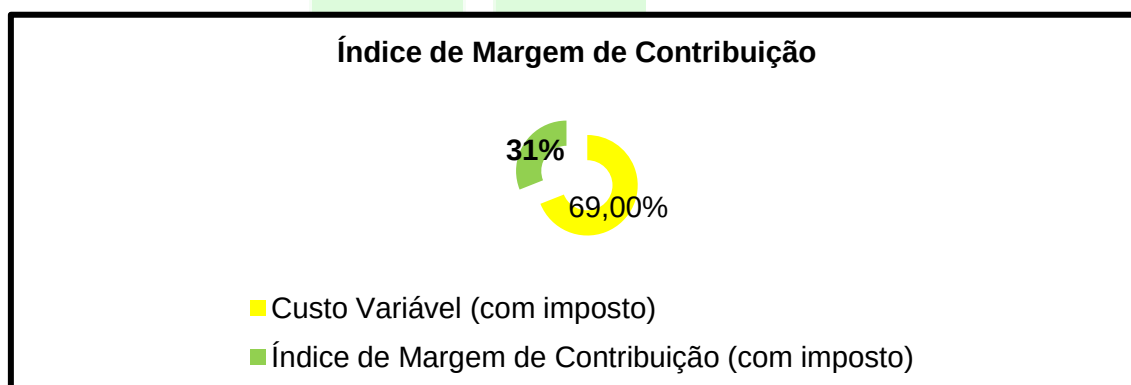
Tabela 11. Índice de Margem de Contribuição

ÍNDICE DE MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO (IMC)			
Descrição	Valores	Referência	Fórmulas
Margem de Contribuição [Lucro Bruto (com imposto)]	R\$ 930,00	Tabela 10	Margem de Contribuição [Lucro Bruto (com Imposto)] = Margem de Contribuição [Lucro Bruto (com Imposto)] da Tabela 10
			Margem de Contribuição [Lucro Bruto (com Imposto)] = R\$930,00

Custo Variável (com Imposto)	R\$2.070,00	Tabela 2	Custo Variável (com imposto) = Custo Variável (com imposto) da Tabela 2
			Custo Variável (com imposto) = R\$2.070,00
Faturamento	R\$ 3.000,00	Tabela 2	Faturamento = (Faturamento da Tabela 2)
IMC	31,00%	*	IMC = Margem de Contribuição [Lucro Bruto (com Imposto)] / Faturamento
			IMC = R\$930,00 / R\$3.000,00 = 31,00%

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Gráfico 3. Índice de Margem de Contribuição.



Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

7.10. Uso do Lucro Líquido Mensal

Conforme descrito nos itens anteriores, parte do Lucro Líquido Mensal será usado para pagar alguns custos. Conforme Item 5 (Promoção) da Seção 3 (Plano de Marketing), 5% do Lucro Líquido sempre será usado para as campanhas publicitárias.

Além disso, no item 7.5 (Prazo de Retorno do Investimento) da Seção 7 (Aspectos Econômicos e Financeiros) foi definido que 40% do Lucro Líquido

Mensal será usado para pagar o Custo Total de Investimento de abertura da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

Dos R\$3.300,00 gerados em Lucro Líquido Mensal, R\$198,00 serão direcionados à Promoção da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, R\$1.320,00 será reservado para pagar a Instituição Financeira Credora (caso necessário), R\$1.650,00 será direcionado a Treinamentos e Cursos para integrantes da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe e R\$132,00 é o valor da sobra mensal do Lucro Líquido Mensal.

A Tabela 12 detalha como será usado os valores do Lucro Líquido mensal.

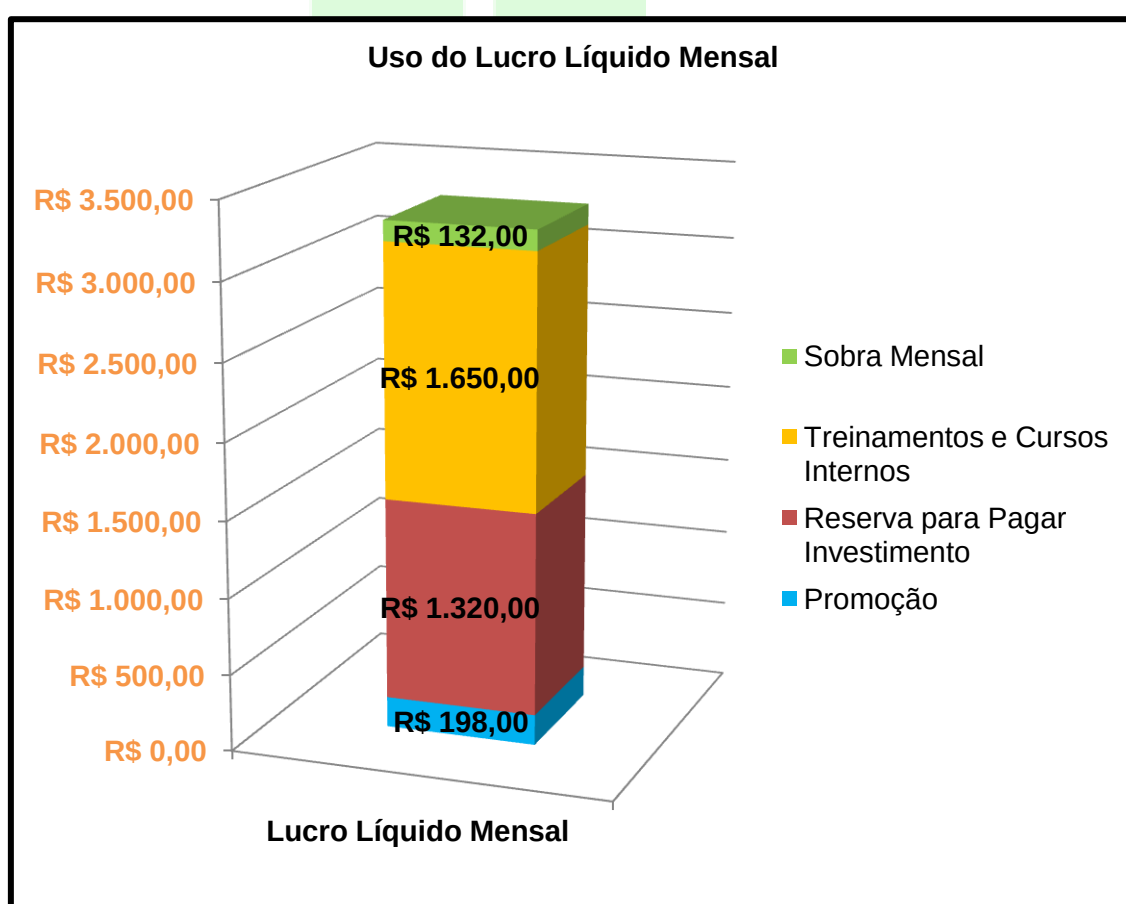
Tabela 12. Uso do Lucro Líquido Mensal

USO DO LUCRO LÍQUIDO MENSAL			
Descrição	Valor	Referência	Fórmulas
Lucro Líquido Mensal	R\$ 3.300,00	Tabela 4	$\text{Lucro Líquido Mensal} = (\text{Lucro Líquido Mensal da Tabela 4})$ $\text{Lucro Líquido Mensal} = \text{R\$2.580,00}$
Promoção (6% do Lucro Líquido Mensal)	R\$ 198,00	*	$\text{Promoção} = (\text{Lucro Líquido Mensal}) * 0,06$ $\text{Promoção} = \text{R\$2.580,00} * 0,06 = \text{R\$154,80}$
Reserva para Pagar Investimento (40% do Lucro Líquido Mensal)	R\$ 1.320,00	*	$\text{Reserva para Pagar Investimento} = (\text{Lucro Líquido Mensal}) * 0,4$ $\text{Reserva para Pagar Investimento} = \text{R\$2.580,00} * 0,4 = \text{R\$1.032,00}$
Treinamentos e Cursos Internos (50% do Lucro Líquido Mensal)	R\$ 1.650,00	*	$\text{Treinamentos e Cursos Internos} = (\text{Lucro Líquido Mensal}) * 0,5$ $\text{Treinamentos e Cursos Internos} = \text{R\$2.580,00} * 0,5 = \text{R\$1.129,00}$
Sobra Mensal do Uso do Lucro Líquido	R\$ 132,00	*	$\text{Sobra Mensal do Uso do Lucro Líquido} = \text{Lucro Líquido Mensal} - (\text{Promoção}) - (\text{Reserva para}$

			Pagar Investimentos) - (Treinamentos e Cursos Internos)
			Sobra Mensal do Uso do Lucro Líquido = R\$2.580,00 - R\$154,80 - R\$1.032,00 - R\$1.290,00 = R\$103,20

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Gráfico 4. Uso do Lucro Líquido Mensal.



Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

7.11. Estimativa de Faturamento Anual

Considerando que o faturamento mensal da Tabela 4 será mantido durante 12 meses seguidos, teremos uma estimativa de faturamento anual de R\$115.200,00, gerando 48 viagens anuais e 1920 clientes nos 12 primeiros

meses de funcionamento da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe. Verificar Tabela 13.

Tabela 13. Estimativa de Faturamento Anual

ESTIMATIVA DE FATURAMENTO ANUAL			
Descrição	Valores	Referência	Fórmula
Quantidade de Clientes Anual	1920	*	Quantidade de Clientes Anual = (Quantidade de Clientes ao mês da Tabela 4) * (Quantidade de Meses)
			Quantidade de Clientes Anual = 160 * 12 = 1.920
Faturamento Mensal	R\$ 12.000,00	Tabela 4	Faturamento Mensal = (Faturamento Mensal da Tabela 4)
			Faturamento Mensal = R\$12.000,00
Quantidade de Meses	12	*	Quantidade de Meses = 12 Meses
Estimativa de Faturamento Anual	R\$ 144.000,00	*	Estimativa de Faturamento Anual = Faturamento Mensal * Quantidade de Meses
			Estimativa de Faturamento Anual = R\$12.000,00 * 12 = R\$144.000,00
Quantidade de Viagens ao ano	48	Tabela 4	Quantidade de Viagens ao ano = (Quantidade de Viagens ao mês da Tabela 4) * (Quantidade de Meses)
			Quantidade de Viagens ao ano = 4 * 12 = 48
Quantidade de Clientes ao ano	1920	Tabela 4	Quantidade de Clientes ao ano = (Quantidade de Clientes ao mês da Tabela 4) * (Quantidade de Meses)

			Quantidade de Clientes ao ano = $160 * 12 = 1.920$
--	--	--	---

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

7.12. Impostos

A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe funcionará como Empresa de Pequeno Porte (EPP) que está descrita na Lei Complementar nº 123/2006 (BRASIL, 2006a), optando pelo regime tributário do Simples Nacional.

De acordo com a Lei Complementar nº 123/2006 (BRASIL, 2006a), artigo 18, § 5º B, inciso III, a alíquota de imposto do Simples Nacional para a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, considerando um faturamento anual total de R\$144.000,00 (Tabela 13), será de 6% do faturamento bruto anual (12 meses de funcionamento). Se a receita bruta anual superar o valor de R\$180.000,00, a alíquota de imposto mudará e deverá ser verificada no Anexo III da Lei Complementar nº 123/2006.

O Inciso III, § 5º B do Art. 18 da Lei Complementar nº 123/2006 informa que as Agências de Viagens e Turismo serão tributadas pelos valores constantes da tabela do Anexo III da mesma Lei. Por isso, foi estimada a alíquota de 6% de impostos (Tabela 2) sobre o faturamento total de cada viagem (BRASIL, 2006a).

A alíquota de 6% da tabela do Anexo III da Lei Complementar nº 123 informa que o Faturamento máximo anual para estar nesta faixa de alíquota é de R\$180.000,00. Dividindo-se o faturamento máximo anual de R\$180.000,00 por 12 meses gera-se o faturamento médio máximo mensal de R\$15.000,00. Ou seja, se a empresa obtiver um faturamento mensal abaixo ou igual a R\$15.000,00 durante 12 meses, a alíquota para o cálculo de imposto da Agência de Viagens será de 6% (BRASIL, 2006a).

Acima de R\$180.000,00 de Faturamento ao ano, o valor da alíquota muda, basta verificar na tabela do Anexo III da referida Lei. De acordo com o valor de Faturamento Mensal encontrado na Tabela 4 (R\$12.000,00), fica evidente que a alíquota será de 6%, pois o valor de Faturamento de

R\$12.000,00 é menor que o teto do Faturamento Médio Máximo Mensal (R\$15.000,00) para se permanecer com esta alíquota.

A fórmula para calcular o Imposto devido está descrito no §1º A, do Art. 18 da Lei Complementar nº 123/2006 (BRASIL, 2006a).

7.12.1. Imunidade Tributária para a Empresa Júnior de Turismo

É possível que haja imunidade tributária para a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe. Esta imunidade é garantida pela Constituição Federal, pois entende-se que imunidade tributária “é uma limitação imposta pela Constituição ao poder de tributar, a qual impede a ocorrência do fato gerador do tributo e consequentemente a relação obrigacional não se forma” (AMBITOJURÍDICO, 2012). A Imunidade tributária é garantida pela Constituição Federal do Brasil no art. 150, VI, ‘c’ (BRASIL, 1988).

Art. 150. Sem prejuízo de outras garantias asseguradas ao contribuinte, é vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios:

[...]

VI - instituir impostos sobre:

- a) patrimônio, renda ou serviços, uns dos outros;
- b) templos de qualquer culto;
- c) patrimônio, renda ou serviços dos partidos políticos, inclusive suas fundações, das entidades sindicais dos trabalhadores, das instituições de educação e de assistência social, sem fins lucrativos, atendidos os requisitos da lei;
- d) livros, jornais, periódicos e o papel destinado a sua impressão.
- e) fonogramas e videofonogramas musicais produzidos no Brasil contendo obras musicais ou literomusicais de autores brasileiros e/ou obras em geral interpretadas por artistas brasileiros bem como os suportes materiais ou arquivos digitais que os contenham, salvo na etapa de replicação industrial de mídias ópticas de leitura a laser (BRASIL, 1988, art. 150, VI).

O artigo 5º da Lei 13.267/2016 (BRASIL, 2016) especifica que as Empresas Juniores não possuem fins lucrativos, mas sim fins educativos. A Empresa Júnior utiliza os recursos financeiros acumulados para a manutenção da empresa, sem fazer repasse aos membros envolvidos.

Para obter Imunidade Tributária, a Empresa Júnior de Turismo, quando criada, deverá enviar uma petição para a Delegacia da Receita Federal na capital Aracaju, Sergipe.

Somente após verificação e aprovação da Receita Federal, a Empresa Júnior terá imunidade tributária. Para fins de cálculos, todo o Plano de Negócio desconsiderou a imunidade tributária direcionada às Empresas Juniores.

7.13. Valor Presente Líquido (VPL)

O Valor Presente Líquido (VPL) é um índice contábil que determina se um investimento é viável ou não. É um método matemático usado para saber quanto uma empresa vale, conhecido como *Valuation* (7.17.)

O VPL determina o valor presente de faturamentos futuros descontados a uma taxa de juros pré-definida menos o custo do investimento total para iniciar a abertura da empresa. Ou seja, indica quanto à empresa vale neste exato momento considerando algumas variáveis em um intervalo de tempo definido.

Valor Presente Líquido (VPL) – indica o quanto o fluxo de caixa (livre acumulado) valeria no presente. A ideia é verificar se o negócio gerou mais retorno do que o investimento. Assim, para saber se o investimento compensou, é só comparar o VPL com o capital investido. Assim, se o investimento feito foi de R\$ 200 mil e o VPL foi de R\$ 180 mil, o retorno não foi positivo (SEBRAE, [201-?]c, p. 16).

Esse cálculo leva em consideração o investimento inicial, o faturamento total anual e a taxa de atratividade. A taxa de atratividade usada neste cálculo foi a do rendimento anual da poupança através dos índices do Banco Central do Brasil, que em Março de 2020 estava estimado em 2,975% ao ano, considerando que a taxa SELIC permaneceria em 4,25% ao longo do ano de 2020 (PORTALDOBITCOIN, 2020).

O índice de rendimento da poupança e o índice da taxa SELIC são os mais comumente usados em comparação com o VPL para saber se haverá mais interesse em investir na empresa física ou em uma das formas de investimento que usam essas taxas já definidas no mercado financeiro, a exemplo da Poupança.

Foi estimado, para efeito de cálculos, que a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe obterá **20% de crescimento** em faturamento em cada um dos 5 anos após o ano inicial de abertura.

O Valor Presente Líquido (VPL) é calculado pela fórmula abaixo (TREASY, 2017).

$$VPL = \sum_{n=1}^{n=N} \frac{FC_t}{(1+i)^n}$$

Onde:

VPL = Valor Presente Líquido

FC = fluxo de caixa

t = momento em que o fluxo de caixa ocorreu

i = taxa de desconto (ou taxa mínima de atratividade)

n = período de tempo

Para verificar o VPL estimado para a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, verifique a Tabela 14. Todos os cálculos foram modificados em relação à fórmula citada do VPL citada anteriormente, pois houve adaptação das informações em uma Planilha Eletrônica. Para verificar as fórmulas em uso na Planilha Eletrônica, vá para a Seção 13.

Tabela 14. Valor Presente Líquido da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL)					
Investimento Total para Iniciar (Tabela 6)	R\$ 48.680,00				
Taxa Desconto de	2,98%				
Período (ano)	Fluxo de Caixa Anual	Referência do Fluxo de Caixa Anual	Saldo do Fluxo de Caixa	Valor Presente (Fluxo de Caixa Descontado)	Saldo do Valor Presente (Fluxo de Caixa Descontad

					o)
0	-R\$ 48.680,00	Tabela 6	-R\$ 48.680,00	-R\$ 48.680,00	-R\$ 48.680,00
1	R\$ 144.000,00	Tabela 13	R\$ 95.320,00	R\$ 139.832,98	R\$ 91.152,98
2	R\$ 172.800,00	*	R\$ 268.120,00	R\$ 162.943,85	R\$ 254.096,82
3	R\$ 207.360,00	*	R\$ 475.480,00	R\$ 189.874,36	R\$ 443.971,18
4	R\$ 248.832,00	*	R\$ 724.312,00	R\$ 221.255,81	R\$ 665.226,99
5	R\$ 298.598,40	*	R\$ 1.022.910,40	R\$ 257.823,82	R\$ 923.050,81
Descrição		Valor			
VPL		R\$ 923.050,81			
TIR		315,21%			
Payback Simples (anos)		0,34			
Payback Descontado (anos)		0,35			

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

7.14. Rentabilidade e Lucratividade

A Rentabilidade indica a porcentagem de lucro para cada real investido na empresa em um intervalo de tempo definido. Para efeito de cálculos, foi considerado:

- Todo Lucro Líquido obtido em 12 meses de funcionamento, resultando no percentual de rentabilidade anual sobre o montante investido para a abertura da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;
- 40% do Lucro Líquido obtido em 12 meses de funcionamento.

De acordo com o SEBRAE, a Rentabilidade é:

É um indicador de atratividade dos negócios, pois mede o retorno do capital investido aos sócios. É obtido sob a forma de percentual por unidade de tempo (mês ou ano). É calculada através da divisão do lucro líquido pelo investimento total. A rentabilidade deve ser comparada com índices praticados no mercado financeiro (SEBRAE, 2013a).

A Lucratividade indica a porcentagem de quanto a empresa lucrou sobre o faturamento, em certo período de tempo. Para efeitos de cálculos foi considerado o período de 12 meses no lucro líquido e no faturamento.

De acordo com o SEBRAE, Lucratividade é:

É um indicador que mede o lucro líquido em relação às vendas. É um dos principais indicadores econômicos das empresas, pois está relacionado à sua competitividade. Se sua empresa possui uma boa lucratividade, ela apresentará maior capacidade de competir, isso porque poderá realizar mais investimentos em divulgação, na diversificação dos produtos e serviços, na aquisição de novos equipamentos, etc (SEBRAE, 2013a).

Verificar Lucratividade e Rentabilidade da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe na Tabela 15 e no Gráfico 4.

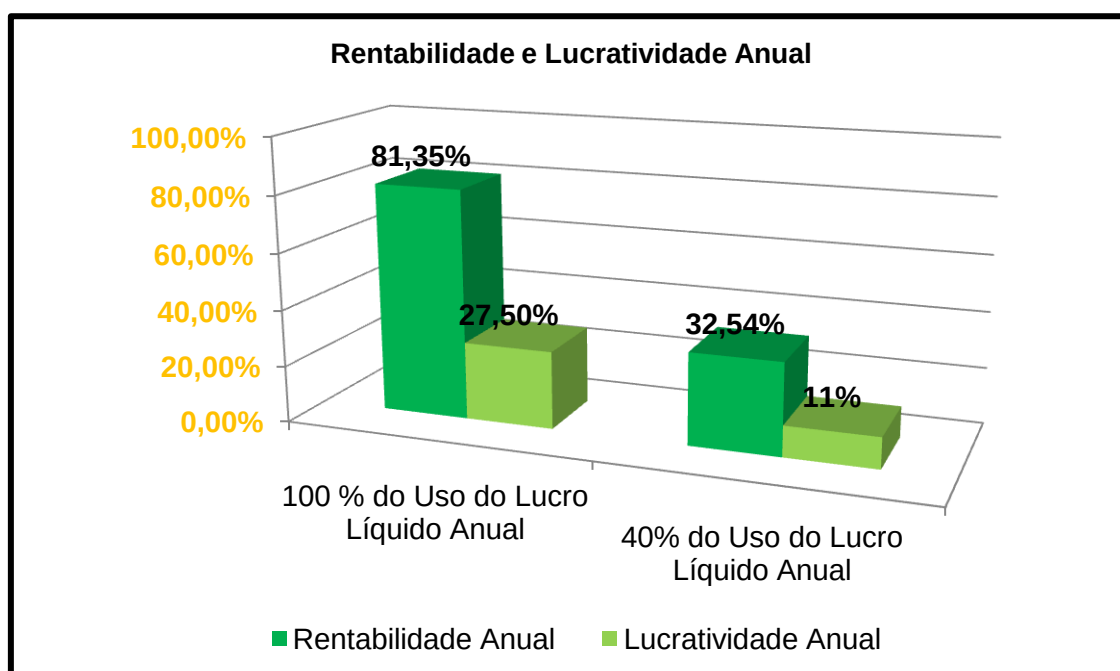
Tabela 15. Rentabilidade e Lucratividade Anual

RENTABILIDADE E LUCRATIVIDADE ANUAL			
Descrição	Valores	Referência	Fórmula
Lucro Líquido Mensal	R\$ 3.300,00	Tabela 4	Lucro Líquido Mensal = (Lucro Líquido Mensal da Tabela 4)
Quantidade de Meses	12	*	Quantidade de Meses = 12
Lucro Líquido Anual	R\$ 39.600,00	*	Lucro Líquido Anual = (Lucro Líquido Mensal) * (Quantidade de Meses)
			Lucro Líquido Anual = R\$2.580,00 * 12 = R\$30.960,00
40% do Lucro Líquido Anual	R\$ 15.840,00	*	40% do Lucro Líquido Anual = (Quantidade de Meses) * (40% do Lucro Líquido Mensal da Tabela 12)
			40% do Lucro Líquido Anual = 12 * R\$1.320,00 = R\$15.840,00

Investimento Total para Iniciar	R\$ 48.680,00	Tabela 6	Investimento Total para Iniciar = (Investimento Total para Iniciar da Tabela 6)
			Investimento Total para Iniciar = R\$48.680,00
Rentabilidade Anual	81,35%	*	Rentabilidade Anual = (Lucro Líquido Anual) / (Investimento Total para Iniciar)
			Rentabilidade Anual = R\$30.960,00 / R\$48.680,00 = 63,60%
Impostos Anuais	R\$ 8.640,00	Tabela 4	Impostos Anuais = (Imposto Mensal) * 12
			Impostos Anuais = R\$720,00 * 12 = R\$8.640,00
Faturamento Anual	R\$ 144.000,00	Tabela 13	Faturamento Anual = (Faturamento Anual da Tabela 13)
Lucratividade Anual	27,50%	*	Lucratividade Anual = (Lucro Líquido Anual) / (Faturamento Anual)
			Lucratividade Anual = R\$39.600,00 / R\$144.000,00 = 27,50%
Rentabilidade Anual (40%)	32,54%	*	Rentabilidade Anual (40%) = (40 % do Lucro Líquido Anual) / (Investimento Total para Iniciar)
			Rentabilidade Anual (40%) = R\$15.840,00 / R\$48.680,00 = 32,54%
Lucratividade Anual (40%)	11,00%	*	Lucratividade Anual (40%) = (40% do Lucro Líquido Anual) / (Faturamento Anual)
			Lucratividade Anual (40%) = R\$15.840,00 / R\$144.000,00 = 11,00%

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Gráfico 4. Rentabilidade e Lucratividade Anual



Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Ou seja, se todo valor do Lucro Líquido adquirido durante todo o período de 12 meses, sem ocorrer nenhum tipo de gasto de cada Lucro Líquido ganho mensalmente, a Rentabilidade anual será de 81,35% sobre o total investido para a abertura da empresa. Isso quer dizer que em 12 meses haverá dinheiro suficiente para pagar 81,35% de todo investimento feito para abrir a empresa.

Usar 100% do Lucro Líquido Anual para pagar o Valor Total para Iniciar a empresa é uma tarefa, quase, impossível, já que a maioria das empresas usam parte do Lucro Líquido Mensal para outras atividades. Neste Plano de Negócio foi definido qual será o destino do uso do Lucro Líquido na Tabela 12.

Diante deste fato, foi considerado 40% do Lucro Líquido Anual para gerar a Lucratividade Anual e a Rentabilidade Anual, trazendo estes índices para o funcionamento real de uma empresa (totalmente diferente do cenário teórico da contabilidade). Dessa forma, a Rentabilidade Anual passou de 81,35% (considerando 100% do lucro líquido anual) para 32,54% (considerando 40% do lucro líquido anual). A Lucratividade Anual passou de 27,50% (considerando 100% do uso do Lucro Líquido anual) para 11,00% (considerando 40% do lucro líquido anual).

7.15. Ebitda

O Ebitda é uma sigla que vêm do idioma inglês definida por *Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization*. No idioma Português do Brasil a sigla é conhecida como LAJIDA e significa Lucro antes dos Juros, antes dos Impostos, antes das Depreciações e antes das Amortizações (TRIBUTUS, 2020 online).

Mesmo diante das normas de Contabilidade e os atuais usos das métricas Contábeis no Brasil, a sugestão é evitar usar o Ebitda (Lajida) como métrica de avaliação da empresa por esta métrica deixar de considerar os Impostos nos cálculos. Impostos estes que são obrigatórios no Brasil. A melhor métrica em comparação com o Ebitda é o Lucro Líquido, pois considera o pagamento de todo tipo de imposto e todo tipo de custo.

Para facilitar a compreensão por parte de terceiros, a melhor forma de descrever o Ebitda é através de um indicador temporal. Neste cálculo foi considerado o Ebitda Mensal e o Ebitda Anual. O Ebitda Mensal é de R\$4.020,00 e o Ebitda Anual é de R\$48.240,00. Verificar Tabela 16.

Tabela 16. Ebita (Lajida)

EBITDA (LAJIDA)			
Descrição	Valores	Referência	Fórmulas
Faturamento Mensal	R\$ 12.000,00	Tabela 4	Faturamento Mensal = (Faturamento Mensal da Tabela 4)
			Faturamento Mensal = R\$12.000,00
Custo Variável (com Imposto) Mensal	R\$ 8.280,00	Tabela 4	Custo Variável (com Imposto Mensal) = [Custo Variável (com Imposto) da Tabela 4]
			Custo Variável (com Imposto Mensal) = R\$8.280,00
Custo Fixo Mensal	R\$ 420,00	Tabela 3	Custo Fixo Mensal = (Custo Fixo da Tabela 3) = R\$420,00
Lucro Bruto (com Imposto Mensal)	R\$ 3.300,00	*	Lucro Bruto Mensal = (Faturamento Mensal) - [Custo Variável Mensal (com Imposto)] - (Custo Fixo Mensal)
			Lucro Bruto Mensal = R\$12.000,00 -

			$R\$8.280,00 - R\$420,00 = R\$3.300,00$
Custo Variável (sem Imposto) Mensal	R\$ 7.560,00	Tabela 4	Custo Variável Mensal (sem Imposto) = [Custo Variável Mensal (sem Imposto) da Tabela 4] Custo Variável Mensal = 4 * R\$7.560,00
Ebitda Mensal (Lajida Mensal)	R\$ 4.020,00	*	Ebitda Mensal (Lajida Mensal) = (Faturamento Mensal) - [Custo Variável Mensal (sem Imposto)] - (Custo Fixo Mensal) Ebitda Mensal (Lajida Mensal) = R\$12.000,00 - R\$7.560,00 - R\$420,00 = R\$4.020,00
Faturamento Anual	R\$ 144.000,00	Tabela 13	Estimativa de Faturamento Anual = (Faturamento Mensal) * (Quantidade de Meses) Estimativa de Faturamento Anual = R\$12.000,00 * 12 = R\$144.000,00
Custo Variável (com Imposto Anual) Anual	R\$ 99.360,00	Tabela 4	Custo Variável (com Imposto Anual) Anual = 12 * [Custo Variável (com Imposto Mensal) Mensal da Tabela 4] Custo Variável (com Imposto Anual) Anual = 12 * R\$8.280,00 = R\$99.360,00
Custo Fixo Anual	R\$ 5.040,00	Tabela 3	Custo Fixo Anual = 12 * (Custo Fixo Mensal da Tabela 3)
Lucro Bruto (com Imposto Anual) Anual	R\$ 39.600,00	*	Lucro Bruto (com Imposto Anual) Anual = (Faturamento Anual) - [Custo Variável (com Imposto Anual) Anual] - (Custo Fixo Anual) Lucro Bruto (com Imposto Anual) Anual = R\$144.000,00 - R\$99.360,00 - R\$5.040,00 = R\$39.600,00
Custo Variável (sem Imposto) Anual	R\$ 90.720,00	Tabela 4	Custo Variável (sem Imposto Anual) Anual = 12 * [Custo Variável (sem

Anual			Imposto Mensal) Mensal da Tabela 4]
			Custo Variável (sem Imposto Anual)
			Anual = 12* R\$7.560,00 = R\$90.720,00
Ebitda Anual (Lajida Anual)	R\$ 48.240,00	*	Ebitda Anual (Lajida Anual) = (Faturamento Anual) - [Custo Variável (sem Imposto Anual)] - (Custo Fixo Anual)
			Ebitda Anual (Lajida Anual) = R\$144.000,00 - R\$90.720,00 - R\$5.040,00 = R\$48.240,00

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

7.16. Estimativa de Fluxo Financeiro

Esta estimativa de Fluxo de Caixa Financeiro da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe considerou um faturamento anual crescente de 20% em relação ao ano anterior em um intervalo de 5 anos. Verificar Tabela 17 e Gráfico 5.

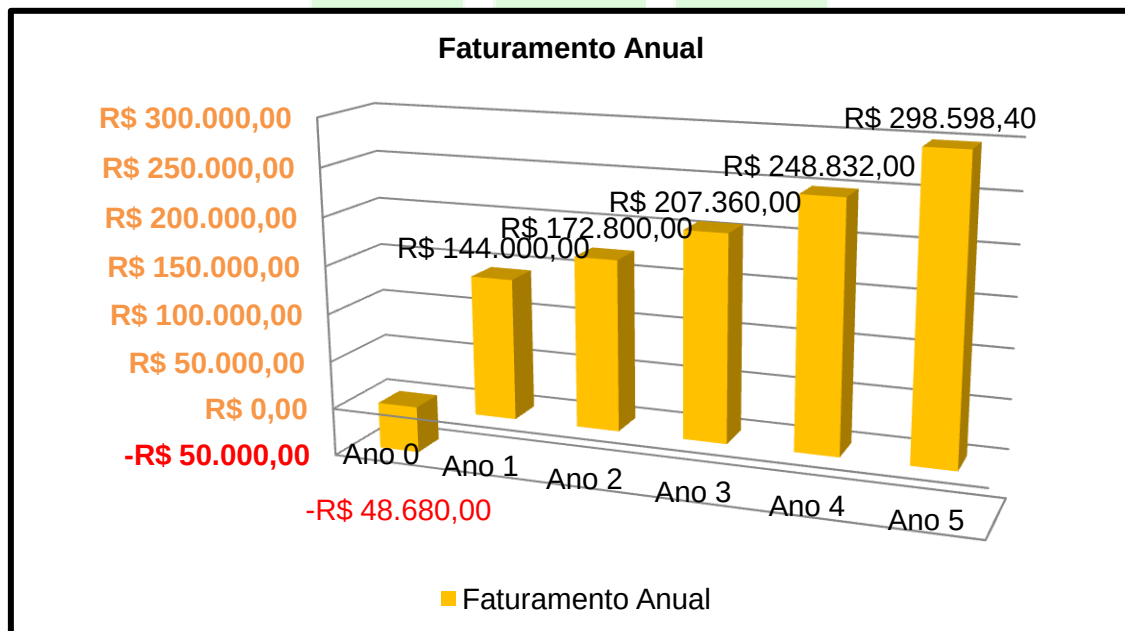
Tabela 17. Estimativa de Fluxo Financeiro (5 Anos)

ESTIMATIVA DE FLUXO FINANCEIRO (5 ANOS)			
Ano	Faturamento Anual	Referência	Fórmulas
0	-R\$48.680,00	Tabela 6	Faturamento Anual do Ano 0 = (Investimento Total para Iniciar da Tabela 6) Faturamento Anual do Ano 0 = -R\$48.680,00
1	R\$ 144.000,00	Tabela 14	Faturamento Anual do Ano 1 = (Fluxo de Caixa do Ano 1 na Tabela 14) Faturamento Anual do Ano 1 = R\$144.000,00
2	R\$ 172.800,00	Tabela 14	Faturamento Anual do Ano 2 = (Fluxo de Caixa do Ano 2 na Tabela 14) Faturamento Anual do Ano 2 = R\$172.800,00
3	R\$ 207.360,00	Tabela 14	Faturamento Anual do Ano 3 = (Fluxo de Caixa do Ano 3 na Tabela 14)

			Faturamento Anual do Ano 3 = R\$207.360,00
4	R\$ 248.832,00	Tabela 14	Faturamento Anual do Ano 4 = (Fluxo de Caixa do Ano 4 na Tabela 14) Faturamento Anual do Ano 4 = R\$248.832,00
5	R\$ 298.598,40	Tabela 14	Faturamento Anual do Ano 5 = (Fluxo de Caixa do Ano 5 na Tabela 14) Faturamento Anual do Ano 5 = R\$248.832,00

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Gráfico 5. Faturamento Anual



Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

7.17. Valuation (Venture Capital)

Valuation indica quanto a empresa vale em R\$ analisando um intervalo de tempo. *Valuation* é um termo de origem do idioma Inglês e significa avaliação de empresas. Quando a empresa é capaz de gerar fluxo de caixa livre no futuro, quando a empresa tem solidez da marca, posicionamento, imagem e patente, todos esses fatores influenciam no valor do negócio. Utilizar o *valuation* faz o empreendedor (a) entender as características que valorizam a

empresa, entende os aspectos que fazem a empresa valer menos, sabe o quanto pode ser investido, entende o crescimento ao longo de cada ano, além de ser uma referência para negociações de valores com o possível sócio (a) (SEBRAE, [201-?]a).

Neste projeto foi utilizado o método *Venture Capital* comprando o valor com o método Fluxo de Caixa Descontado. Verificar Tabela 18.

Venture Capital é um método matemático (entre vários outros métodos) que tem como objetivo calcular o *Valuation* de uma Startup. A Startup é uma empresa que está no início de sua existência e não possui informações suficientes (do tipo histórica) para saber qual será o retorno de faturamento e de lucro nos anos seguintes. Porém, é estimado que a Startup utilize uma projeção de faturamento crescente a cada ano, para efeito de cálculo (SITEWARE, 2020).

Utilizando o método *Venture Capital* em um prazo de 12 meses de funcionamento, foi estimado um *Valuation* de R\$94.320,00. Valor este bem próximo do método Fluxo de Caixa Descontado (Tabela 14) do Ano 1 no valor de R\$91.152,98, mostrando que a estimativa de valoração da empresa nos 12 primeiros meses está em conformidade com os cálculos matemáticos.

Tabela 18. Valuation (Venture Capital)

VALUATION (VENTURE CAPITAL)			
Descrição	Valor	Referência	Fórmulas
Investimento Total para Iniciar	R\$ 48.680,00	Tabela 6	Investimento Total para Iniciar = (Investimento Total para Iniciar da Tabela 6)
			Investimento Total para Iniciar = R\$48.680,00
Margem Líquida Anual (Lucratividade Anual)	27,50%	Tabela 15	Margem Líquida Anual (Lucratividade Anual) = (Lucratividade Anual da Tabela 15)
			Margem Líquida Anual (Lucratividade Anual) = 27,50%
Lucro Líquido Anual	R\$ 39.600,00	Tabela 15	Lucro Líquido Anual = (Lucro Líquido Anual da Tabela 15)
			Lucro Líquido Anual = R\$39.600,00
Faturamento Anual	R\$ 144.000,00	Tabela 15	Faturamento Anual = (Faturamento Anual da Tabela 15)
			Faturamento Anual = R\$144.000,00
P/L (anual)	3,6364	*	P/L = (Faturamento Anual) / (Lucro Líquido Anual)
			P/L = 3,6364

Valuation (em 12 meses)	R\$ 94.320,00	*	Valuation (em 12 meses) = [(Lucro líquido Anual) * (P/L)] - (Investimento Total para Iniciar) Valuation (em 12 meses) = (R\$39.600,00 * 3,6364) - R\$48.680,00 = R\$94.320,00
Fluxo de Caixa Descontado (Ano 1)	R\$91.152,98	Tabela 14	Fluxo de Caixa Descontado (Ano 1) = (Fluxo de Caixa Descontado do Ano 1 da Tabela 14) Fluxo de Caixa Descontado (Ano 1) = R\$91.152,98

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

7.18. Retorno Sobre Equidade (ROE)

Retorno sobre Equidade, também conhecido como Retorno sobre Patrimônio Líquido ou Retorno sobre o Valor Líquido, é uma métrica que mede a rentabilidade de uma empresa ao comparar Lucro Líquido com o Patrimônio Líquido em determinado período de tempo. É usado por empresas para comparar a rentabilidade de determinada empresa com outras empresas de diferente setor. ROE é um termo de origem do idioma Inglês para identificar as palavras *Return on Equity* (TORORADAR, [201-?]). Verificar Tabela 19.

Tabela 19. Retorno Sobre Equidade (ROE)

RETORNO SOBRE EQUIDADE (ROE)			
Descrição	Valor	Referência	Fórmulas
Patrimônio Líquido (material)	R\$ 18.800,00	Tabela 1	Patrimônio Líquido Inicial = (Investimentos Iniciais da Tabela 1)
			Patrimônio Líquido Inicial = R\$18.800,00
Custo Variável (Total para Iniciar)	R\$ 24.840,00	Tabela 6	Custo Variável (Total para Iniciar) = [Custo Variável (Total para Iniciar) da Tabela 6]
			Custo Variável (Total para Iniciar) = R\$24.840,00
Custo Fixo (Total para Iniciar)	R\$ 5.040,00	Tabela 6	Custo Fixo (Total para Iniciar) = [Custo Fixo (Total para Iniciar) da Tabela 6]
			Custo Fixo (Total para Iniciar) = R\$5.040,00
Depreciação Estimada (ao mês) (em %)	5%	*	Depreciação Estimada = 0,05

Patrimônio Líquido (ao final de 12 meses)	R\$ 41.160,00	*	Patrimônio Líquido (ao final de 12 meses) = {[Patrimônio Líquido Inicial]} * [(Depreciação Estimada (ao mês) (em %))* (12 meses)] + {[Custo Variável (Total para Iniciar)] + [Custo Fixo Mensal (Total para Iniciar)]}
		*	Patrimônio Líquido (ao final de 12 meses) = (R\$18.000,00 * 0,05 * 12) + R\$24.840,00 + R\$5.040,00 = R\$41.160,00
Depreciação (ao final de 12 meses)	R\$ 7.520,00	*	Depreciação (ao final de 12 meses) = {[Patrimônio Líquido (material)] + [Custo Variável (Total para Iniciar)] + [Custo Fixo (Total para Iniciar)] - [Patrimônio Líquido (ao final de 12 meses)]}
			Depreciação (ao final de 12 meses) = [(R\$18.800,00 + R\$24.840,00 + R\$5.040,00) - R\$41.160,00] = R\$7.520,00
Lucro Líquido Anual	R\$ 39.600,00	Tabela 15	Lucro Líquido Anual = (Lucro Líquido Anual da Tabela 15)
			Lucro Líquido Anual = R\$39.600,00
Retorno sobre Equidade (ROE) (primeiros 12 meses)	96%	*	ROE = (Lucro Líquido Anual) / [Patrimônio Líquido Anual (ao final de 12 meses)]
			ROE = R\$39.600,00 / R\$41.160,00 = 96%

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

7.19. Retorno Sobre o Capital Investido (ROIC)

ROIC é um indicador que faz referência ao Retorno do investimento feito sobre o total do dinheiro investido, em forma de porcentagem. O ROIC informa quanto dinheiro a empresa é capaz de gerar com o total do dinheiro investido para a abertura da empresa (SUNORESEARCH, 2017).

Para calcular o ROIC é necessário calcular outra métrica chamada de NOPAT, que vem do idioma Inglês e indica as palavras *Net Operating After Taxes*), que em português é encontrado pela fórmula: Lucro Operacional Líquido após Impostos menos o Capital Investido para Abertura da Empresa. Depois de achar o NOPAT, o ROIC é encontrado dividindo o ROIC pelo Capital Total Investido (SUNORESEARCH, 2017).

Foi calculado o ROIC do ano 1, do ano 2, do ano 3, do ano 4 e do ano 5. Verificar valores na Tabela 20, Gráfico 6 e no Gráfico 7.

Tabela 20. Retorno sobre o Capital Investido (ROIC)

RETORNO SOBRE O CAPITAL INVESTIDO (ROIC)			
Descrição	Valor	Referência	Fórmulas
Lucro Líquido Anual	R\$ 39.600,00	Tabela 15	Lucro Líquido Anual = (Lucro Líquido Anual da Tabela 15)
			Lucro Líquido Anual = R\$39.600,00
Investimento Total para Iniciar	R\$ 48.680,00	Tabela 6	Investimento Total para Iniciar = (Investimento Total para Iniciar da Tabela 6)
			Investimento Total para Iniciar = R\$48.680,00
NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (primeiros 12 meses)	-R\$ 9.080,00	*	NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (primeiros 12 meses) = (Lucro Líquido Anual) - (Investimento Total para Iniciar)
			NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (primeiros 12 meses) = R\$39.600,00 - R\$48.680,00 = [(-) R\$9.080,00]
Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (primeiros 12 meses)	-19%	*	Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (primeiros 12 meses) = [NOPAT (Net Opererating Profit After Taxes) (primeiros 12 meses)] / (Investimento Total para Iniciar)
			ROIC (primeiros 12 meses) = [(-) R\$9.080,00] / R\$48.680,00] = -19%
Lucro Líquido Anual (em 2 Anos)	R\$ 79.200,00	Tabela 15	Lucro Líquido Anual (em 2 Anos) = (Lucro Líquido Anual) * (2 Anos)
			Lucro Líquido Anual (em 2 Anos) = R\$79.200,00
Investimento Total para Iniciar	R\$ 48.680,00	Tabela 6	Investimento Total para Iniciar = (Investimento Total para Iniciar da Tabela 6)
			Investimento Total para Iniciar = R\$48.680,00

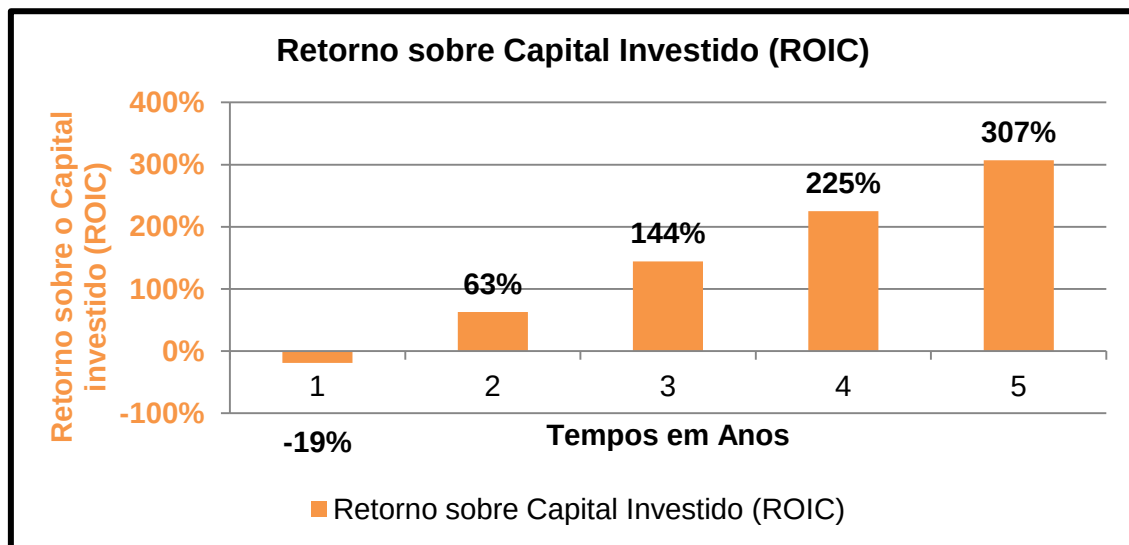
NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (primeiros 24 meses)	R\$ 30.520,00	*	NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (primeiros 24 meses) = (Lucro Líquido Anual) - (Investimento Total para Iniciar) NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (primeiros 24 meses) =
Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (primeiros 24 meses)	63%	*	Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (primeiros 24 meses) = [NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (primeiros 24 meses)] / (Investimento Total para Iniciar) ROIC (primeiros 24 meses) = 63%
Lucro Líquido Anual (em 3 Anos)	R\$ 118.800,00	Tabela 15	Lucro Líquido Anual (em 3 Anos) = (Lucro Líquido Anual) * (3 Anos) Lucro Líquido Anual (em 3 Anos) = R\$118.800,00
Investimento Total para Iniciar	R\$ 48.680,00	Tabela 6	Investimento Total para Iniciar = (Investimento Total para Iniciar da Tabela 6) Investimento Total para Iniciar = R\$48.680,00
NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (primeiros 36 meses)	R\$ 70.120,00	*	NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (primeiros 36 meses) = [Lucro Líquido Anual (primeiros 36 meses)] - (Investimento Total para Iniciar) NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (primeiros 36 meses) =
Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (primeiros 12 meses)	144%	*	Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (primeiros 36 meses) = [NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (primeiros 36 meses)] / (Investimento Total para Iniciar) ROIC (primeiros 36 meses) = 144%
Lucro Líquido Anual (em 4 Anos)	R\$ 158.400,00	Tabela 15	Lucro Líquido Anual (em 4 Anos) = (Lucro Líquido Anual) * (4 Anos) Lucro Líquido Anual (em 4 Anos) = R\$158.400,00

Investimento Total para Iniciar	R\$ 48.680,00	Tabela 6	Investimento Total para Iniciar = (Investimento Total para Iniciar da Tabela 6)
			Investimento Total para Iniciar = R\$48.680,00
NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (primeiros 48 meses)	R\$ 109.720,00	*	NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (primeiros 48 meses) = [Lucro Líquido Anual (em 4 Anos)] - (Investimento Total para Iniciar)
			NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (primeiros 48 meses) =
Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (primeiros 12 meses)	225%	*	Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (primeiros 48 meses) = [NOPAT (Net Opererating Profit After Taxes) (primeiros 48 meses)] / (Investimento Total para Iniciar)
			ROIC (primeiros 48 meses) = 225%
Lucro Líquido (em 5 anos)	R\$ 198.000,00	Tabela 15	Lucro Líquido Anual (em 5 Anos) = (Lucro Líquido Anual) * (5 Anos)
			Lucro Líquido Anual = R\$39.600,00 * 5 = R\$198.000,00
Investimento Total para Iniciar	R\$ 48.680,00	Tabela 6	Investimento Total para Iniciar = (Investimento Total para Iniciar da Tabela 6)
			Investimento Total para Iniciar = R\$48.680,00
NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (5 Anos)	R\$ 149.320,00	*	NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (5 Anos) = (Lucro Líquido Anual) - (Investimento Total para Iniciar)
			NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (5 Anos) = R\$198.000,00 - R\$48.680,00 = R\$149.320,00
Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (5 Anos)	307%	*	Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (5 Anos) = [NOPAT (Net Opererating Profit After Taxes) (5 Anos)] / (Investimento Total para Iniciar)

			Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (5 Anos) = R\$149.320,00 / R\$48.680,00 = R\$307%
NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (1 Ano)	-R\$ 9.080,00	*	NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (1 Ano) da Tabela 20
NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (2 Anos)	R\$ 30.520,00	*	NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (2 Anos) da Tabela 20
NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (3 Anos)	R\$ 70.120,00	*	NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (3 Anos) da Tabela 20
NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (4 Anos)	R\$ 109.720,00	*	NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (4 Anos) da Tabela 20
NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (5 Anos)	R\$ 149.320,00	*	NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) (5 Anos) da Tabela 20
Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (1 Ano)	-19%	*	Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (1 Ano) da Tabela 20
Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (2 Anos)	63%	*	Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (2 Ano) da Tabela 20
Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (3 Anos)	144%	*	Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (3 Ano) da Tabela 20
Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (4 Anos)	225%	*	Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (4 Ano) da Tabela 20
Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (5 Anos)	307%	*	Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (5 Ano) da Tabela 20

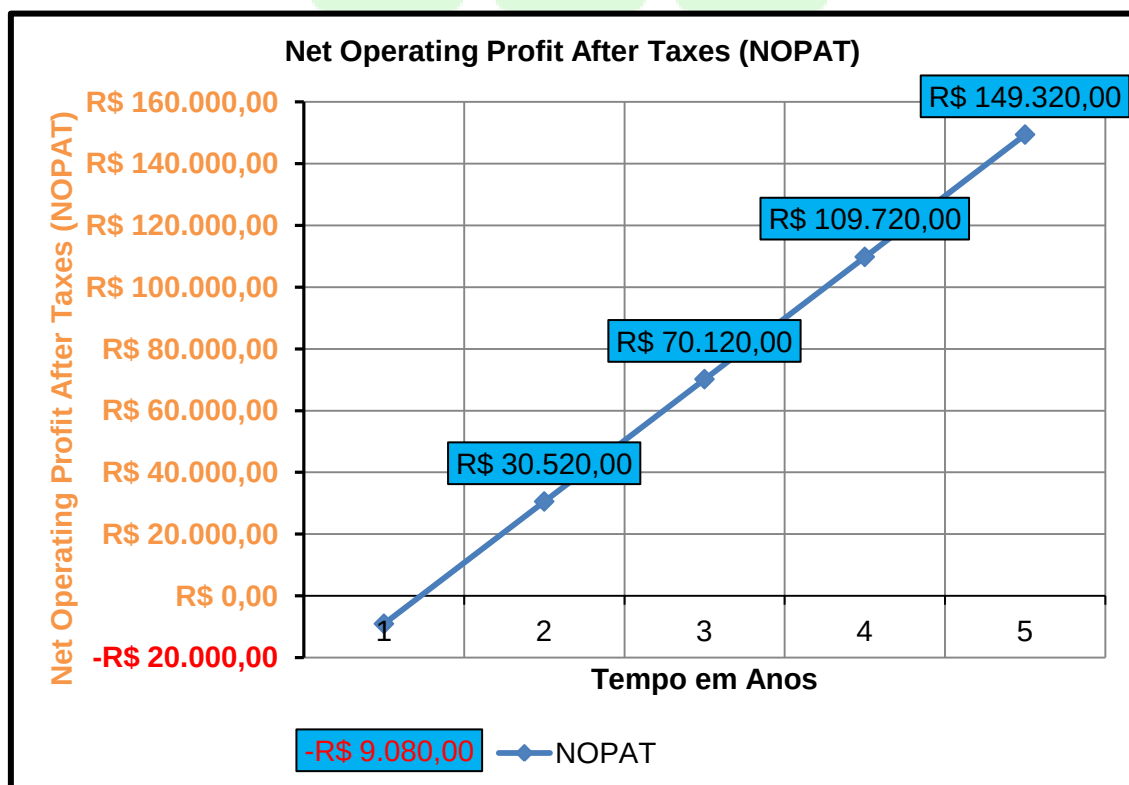
Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Gráfico 6. Retorno sobre Capital Investido (ROIC).



Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Gráfico 7. Net Operating After Taxes (NOPAT).



Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

7.20. MARKUP

Markup é uma fórmula matemática para gerar o preço de produtos ou serviços utilizando como referência o Custo. A formação de preços de um

produto tem como objetivo calcular o valor de venda de um produto que seja ideal para gerar lucro e pagar todos os custos envolvidos (Custos Fixos, Custos Variáveis e Impostos) (SEBRAE, 2013b).

De acordo com Bernadi (2009), Markup é:

[...] um índice ou percentual que irá adiciona-se aos custos e despesas da organização, o qual irá formar um preço de venda suficiente para cobrir tais gastos estruturais da empresa. Assim sendo, o markup deve ser estruturado conforme a incidência de impostos, despesas variáveis de venda, despesas financeiras, operacionais, e, o lucro desejado sobre a venda (BERNARDI, 2009 *apud* LAUER, ZONATTO, 2017, p. 6).

Existem 3 métodos para calcular o Markup: Markup (sem fator); Markup multiplicador; Markup divisor (SEBRAE, 2013b, p. 57; LAUER, ZONATTO, 2017, p. 6; KACZANOSKI *et al*, 2013; SOUZA, MOREIRA, 2015, p. 5).

Uma das fórmulas usadas para o cálculo do MARKUP é (ENDEAVOR, [201-?]):

$$\text{MARKUP} = \frac{100}{[100 - (DV + DF + LP)]}$$

Onde:

DV = Despesas Variáveis

DF = Despesas Fixas

LP = Margem de Lucro Pretendida

Porém, esta fórmula está incompleta já que DV, DF e LP deveriam estar em porcentagem. Não informar que DV, DF e LP refere-se à porcentagem induz o estudo desta fórmula ao erro.

Além disso, para se calcular a porcentagem do DV e do DF é necessário que a conta seja feita baseada em alguma referência, que neste caso deve ser o faturamento. Ou seja, o cálculo da porcentagem do DV seria encontrado dividindo DV pelo Faturamento e o cálculo da porcentagem do DF seria encontrado dividindo DF pelo faturamento.

Entretanto, há uma incongruência na forma de se calcular o Markup. A maioria das fórmulas do Markup necessita, previamente, de porcentagens de

algumas variáveis. E algumas das variáveis só podem ser mensuradas se houver previamente o faturamento total na análise do cálculo (neste caso o DV e o DF).

Se for usado como referência o Custo Total para poder definir o melhor preço de venda de um produto, *por qual motivo deveria ser usado as porcentagens no início do cálculo?*

Considerar as porcentagens no início do cálculo significa que já se sabe qual é o preço de venda do produto antes mesmo de se iniciar o cálculo do Markup.

O objetivo deste índice, chamado Markup, é escolher um preço de venda apenas com as informações: Custo Fixo; Custo Variável; Impostos; e Lucro Desejado.

Fazer o cálculo do Markup já sabendo, antecipadamente, o preço de venda, é a mesma coisa que “pegar um guardanapo para enxugar uma pedra de gelo”. Para provar esta afirmação basta verificar como foi encontrado o valor de porcentagem do: Custo Fixo; do Custo Variável. Ou seja, fica impossível saber a porcentagem do Custo Fixo e do Custo Variável sem definir, antecipadamente, o valor de venda do produto.

De qualquer forma, as informações abaixo consideraram o fato da pré-existência do preço do Serviço Turístico (R\$75,00 por pessoa) para compor os cálculos necessários deste índice.

O cálculo da precificação utilizando o índice Markup foi considerado utilizando as seguintes referências:

- SEBRAE, 2013b, p. 57;
- SEBRAE, 2018, p. 29;
- ENDEAVOR, [201-?];
- LAUER, ZONATTO, 2017;
- KASZANOSKI *et al*, 2013, p. 9;
- SOUZA, MOREIRA, 2015, p. 5.

Vale destacar que todas as referências citadas explicam o markup de forma diferente, gerando diferentes resultados para um mesmo conjunto de dados prévios.

Existe um exemplo de como calcular o Markup que foi elaborado pelo SEBRAE (SEBRAE, 2018, p. 29). O exemplo mostrado pelo SEBRAE neste *E-book*, na página 29, dificulta o entendimento das pessoas que vão estudar este assunto já que o cálculo apresentado dentro do quadro verde não contém as Unidades de Medidas (neste caso não contém a unidade de medida “R\$”, apenas contém os números).

Para o cálculo do Markup foi utilizado o método “Markup multiplicador”. Para iniciar o cálculo do Markup multiplicador, é necessário saber o valor do custo fixo e do custo variável gerado por cada cliente.

Considerando que:

- O Valor do Serviço Turístico por Cliente é de R\$75,00 (Tabela 2);
- A Quantidade de Clientes pagantes por ônibus é de 40 Clientes (Tabela 2);
- A Quantidade de Viagens ao mês é de 4 Viagens (Tabela 4);
- A Quantidade de Clientes pagantes ao mês é de 160 Clientes (Tabela 4);
- O Custo Variável por Cliente é de R\$35,50 (Tabela 2);
- O Custo Variável da Terceirizada (Tabela 2) é de R\$650,00;
- O Custo Fixo Mensal é de R\$420,00.

Observação: O Custo Variável por Cliente já contém o valor do imposto embutido no cálculo.

O Custo Variável Mensal da Terceirizada é de 4 viagens vezes o Custo Variável da Terceirizada (R\$650,00) que resulta em R\$2.600,00.

Agora é preciso somar o Custo Variável Mensal da Terceirizada com o Custo Fixo Mensal para depois dividir o resultado pela quantidade de clientes gerados ao mês: $(R\$2.600,00 + R\$420,00) / 160 = R\$18,875$.

Ou seja, R\$18,875 é o Custo (por cliente) para pagar o “Custo Variável da Terceirizada” e para pagar o “Custo Fixo Mensal”.

Agora, basta somar o valor de R\$18.875 com o valor de R\$35,50 para saber o custo total por cliente (gerado a cada viagem): $R\$18,875 + R\$35,50 = R\$54,375$.

Ou seja, o valor de R\$54,375 é referente ao **Preço de Custo Mensal por cliente** para pagar todos os custos e todos os impostos (Tabela 2).

Para achar o Markup multiplicador, basta dividir o Preço de Venda, que é de R\$75,00, pelo **Preço de Custo Mensal por cliente**, que é de R\$54,375.

Markup multiplicador = (Preço de Venda) / [Preço de Custo Mensal por cliente]

$$\text{Markup multiplicador} = R\$75,00 / R\$54,375 = 1,3793$$

Ou seja, o Markup multiplicador (mensal) (com imposto) é de 1,3793.

Foi usado o termo “mensal” no Markup multiplicador já que foi considerado no cálculo o Custo Fixo Mensal. Se o cálculo fosse feito considerando “Semestral”, “Bimestral” ou “Anual” o valor do Markup multiplicador poderia mudar (a depender da empresa), pois as condições e as variáveis são diferentes.

Foi considerado o tempo (com imposto), pois o “Custo Variável por Cliente” da Tabela 2 já contempla o Imposto no cálculo.

O valor do Markup 1,3793 só foi encontrado por ser considerado, desde o início, o valor de R\$75,00 pelo Valor do Serviço Turístico. Informação incongruente já que o Markup deveria definir o preço final apenas com as informações: Impostos, Custo Fixo, Custo Variável e Lucro Desejado.

A Tabela 21 demonstra o cálculo do Markup considerando o método Markup Multiplicador explicado no texto.

Tabela 21. MARKUP (mensal)

MARKUP			
Descrição	Valor	Referência	Fórmulas
Valor do Serviço Turístico	R\$ 75,00	Tabela 2	Valor do Serviço Turístico = Valor do Serviço Turístico da Tabela 2
			Valor do Serviço Turístico = R\$75,00
Quantidade de Clientes	40	Tabela 2	Quantidade de Clientes = Quantidade de Clientes da Tabela 2
			Quantidade de Clientes = 40

Quantidade de Viagens ao mês	4	Tabela 4	Quantidade de Viagens ao mês = Quantidade de Viagens ao mês da Tabela 4
			Quantidade de Viagens ao mês = 4
Quantidade de Clientes ao mês	160	Tabela 2	Quantidade de Clientes ao mês = (Quantidade de Clientes ao mês da Tabela 2)
			Quantidade de Clientes ao mês = $4 * 40 = 160$
Custo Variável por Cliente (com imposto)	R\$ 35,50	Tabela 2	Custo Variável por Cliente (com imposto) = Custo Variável por Cliente da Tabela 2
			Custo Variável por Cliente (com imposto) = R\$35,50
Custo Variável (Terceirizada)	R\$ 650,00	Tabela 2	Custo Variável (Terceirizada) = (Aluguel de Ônibus) + (Guia de Turismo)
			Custo Variável (Terceirizada) = R\$650,00
Custo Fixo Mensal	R\$ 420,00	Tabela 3	Custo Fixo Mensal = Custo Fixo Mensal da Tabela 3
			Custo Fixo Mensal = R\$420,00
Custo Variável Mensal (Terceirizada)	R\$ 2.600,00	*	Custo Variável Mensal (Terceirizada) = [Custo Variável (Terceirizada)] * (Quantidade de Viagens ao mês)
			Custo Variável Mensal (Terceirizada) = $R\$650,00 * 4 = R\$2.600,00$
Custo (por cliente)	R\$ 18,875	*	Custo (por cliente) = {[Custo Variável Mensal (Terceirizada)] + (Custo Fixo Mensal)} / (Quantidade de Clientes ao mês)
			Custo (por cliente) = $(R\$2.600,00 + R\$420,00) / 160 = R\$18,875$
Preço de Custo Mensal (por cliente) (com imposto)	R\$ 54,375	*	Preço de Custo Mensal (por cliente) = [Custo (por cliente)] + [Custo Variável por Cliente (com imposto)]
			Preço de Custo Mensal (por cliente) = $R\$18,875 + R\$35,50 = R\$54,375$
Markup Multiplicador (mensal) (com imposto)	1,3793	*	Markup Multiplicador (mensal) (com imposto) = (Valor do Serviço Turístico) / [Preço de Custo Mensal (por cliente) (com imposto)]
			Markup Multiplicador (mensal) (com imposto) = $R\$75,00 / R\$54,375 = 1,3793$

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

7.21. Ticket Médio

Ticket Médio é o resultado do cálculo da divisão do Faturamento pela Quantidade de Vendas, em um intervalo de tempo definido. “Ticket Médio é um indicador de desempenho, mostrando o quanto a equipe comercial tem conseguido fechar negócios mais vantajosos para a empresa” (RESULTADOSDIGITAIS, 2019).

Apesar do valor do Ticket Médio da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe ser de R\$75,00 em três intervalos de tempo diferentes, o cálculo do Ticket Médio pode mudar conforme variação das diversas variáveis dos diferentes serviços oferecidos e conforme a variação dos custos gerados em cada mês.

Para verificar os valores, verificar a Tabela 22.

Tabela 22. TICKET MÉDIO

TICKET MÉDIO			
Descrição	Valor	Referência	Fórmulas
Quantidade de Clientes	40	Tabela 2	Quantidade de Clientes = (Quantidade de Clientes ao mês da Tabela 2)
			Quantidade de Clientes = 40
Faturamento	R\$ 3.000,00	Tabela 2	Faturamento = (Faturamento da Tabela 2)
			Faturamento = R\$3.000,00
Quantidade de Clientes ao mês	160	Tabela 4	Quantidade de Clientes ao mês = (Quantidade de Clientes ao mês da Tabela 4)
			Quantidade de Clientes ao mês = 160
Faturamento Mensal	R\$ 12.000,00	Tabela 4	Faturamento Mensal = (Faturamento Mensal da Tabela 4)
			Faturamento Mensal = R\$12.000,00
Quantidade de Clientes Anual	1920	Tabela 13	Quantidade de Clientes Anual = (Quantidade de Clientes Anual da Tabela 13)
			Quantidade de Clientes Anual = 1920
Faturamento Anual	R\$ 144.000,00	Tabela 13	Faturamento Anual = (Faturamento Anual da Tabela 13)

			Faturamento Anual = R\$144.000,00
Ticket Médio	R\$ 75,00	*	$\text{Ticket Médio} = (\text{Faturamento}) / (\text{Quantidade de Clientes})$ $\text{Ticket Médio} = \text{R\$}3.000,00 / 40 = \text{R\$}75,00$
Ticket Médio (Mensal)	R\$ 75,00	*	$\text{Ticket Médio} = (\text{Faturamento Mensal}) / (\text{Quantidade de Clientes ao mês})$ $\text{Ticket Médio} = \text{R\$}12.000,00 / 160 = \text{R\$}75,00$
Ticket Médio (Anual)	R\$ 75,00	*	$\text{Ticket Médio} = (\text{Faturamento}) / (\text{Quantidade de Clientes})$ $\text{Ticket Médio} = \text{R\$}144.000,00 / 1920 = \text{R\$}75,00$

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

7.22. Ponto de Equilíbrio

O índice Ponto de Equilíbrio indica o quanto é necessário vender para que o faturamento se iguale aos custos. O valor do Ponto de Equilíbrio indica que não haverá lucro, apenas haverá o valor necessário para pagar todos os custos. Neste caso, o equilíbrio ocorre quando há 28 clientes pagantes, gerando um Custo Total [Custo Fixo + Custo Variável (com impostos)] de R\$2.064 e um Faturamento de R\$2.100,00.

Vender menos do que 28 passagens, ao valor de R\$75,00 cada passagem, provocará Prejuízo, relacionando-se com as variáveis na cor vermelha da Tabela 23.

Vender 28 ou mais passagens, ao valor de R\$75,00 cada passagem, vai gerar Lucro, relacionando-se com as cores amarela e azul.

Basta verificar a coluna “Lucro” em comparação com a coluna “Quantidade de Clientes”.

Para facilitar a compreensão, a Tabela 23 informa em números e em cores a variação: do Faturamento, do Custo Total, do Lucro, do Custo Fixo e do Custo Variável, em relação à Quantidade de Clientes em um ônibus de turismo com até 40 pessoas pagantes.

Tabela 23. Ponto de Equilíbrio por Viagem

PONTO DE EQUILÍBRIO MENSAL					
Quantidade de Clientes	Faturamento	Custo Total	Custo Fixo	Custo Variável (com imposto)	Lucro
0	R\$ 0,00	R\$ 1.070,00	R\$ 420,00	R\$ 650,00	-R\$ 1.070,00
1	R\$ 75,00	R\$ 1.105,50	R\$ 420,00	R\$ 685,50	-R\$ 1.030,50
2	R\$ 150,00	R\$ 1.141,00	R\$ 420,00	R\$ 721,00	-R\$ 991,00
3	R\$ 225,00	R\$ 1.176,50	R\$ 420,00	R\$ 756,50	-R\$ 951,50
4	R\$ 300,00	R\$ 1.212,00	R\$ 420,00	R\$ 792,00	-R\$ 912,00
5	R\$ 375,00	R\$ 1.247,50	R\$ 420,00	R\$ 827,50	-R\$ 872,50
6	R\$ 450,00	R\$ 1.283,00	R\$ 420,00	R\$ 863,00	-R\$ 833,00
7	R\$ 525,00	R\$ 1.318,50	R\$ 420,00	R\$ 898,50	-R\$ 793,50
8	R\$ 600,00	R\$ 1.354,00	R\$ 420,00	R\$ 934,00	-R\$ 754,00
9	R\$ 675,00	R\$ 1.389,50	R\$ 420,00	R\$ 969,50	-R\$ 714,50
10	R\$ 750,00	R\$ 1.425,00	R\$ 420,00	R\$ 1.005,00	-R\$ 675,00
11	R\$ 825,00	R\$ 1.460,50	R\$ 420,00	R\$ 1.040,50	-R\$ 635,50
12	R\$ 900,00	R\$ 1.496,00	R\$ 420,00	R\$ 1.076,00	-R\$ 596,00
13	R\$ 975,00	R\$ 1.531,50	R\$ 420,00	R\$ 1.111,50	-R\$ 556,50
14	R\$ 1.050,00	R\$ 1.567,00	R\$ 420,00	R\$ 1.147,00	-R\$ 517,00
15	R\$ 1.125,00	R\$ 1.602,50	R\$ 420,00	R\$ 1.182,50	-R\$ 477,50
16	R\$ 1.200,00	R\$ 1.638,00	R\$ 420,00	R\$ 1.218,00	-R\$ 438,00
17	R\$ 1.275,00	R\$ 1.673,50	R\$ 420,00	R\$ 1.253,50	-R\$ 398,50
18	R\$ 1.350,00	R\$ 1.709,00	R\$ 420,00	R\$ 1.289,00	-R\$ 359,00
19	R\$ 1.425,00	R\$ 1.744,50	R\$ 420,00	R\$ 1.324,50	-R\$ 319,50
20	R\$ 1.500,00	R\$ 1.780,00	R\$ 420,00	R\$ 1.360,00	-R\$ 280,00
21	R\$ 1.575,00	R\$ 1.815,50	R\$ 420,00	R\$ 1.395,50	-R\$ 240,50
22	R\$ 1.650,00	R\$ 1.851,00	R\$ 420,00	R\$ 1.431,00	-R\$ 201,00
23	R\$ 1.725,00	R\$ 1.886,50	R\$ 420,00	R\$ 1.466,50	-R\$ 161,50
24	R\$ 1.800,00	R\$ 1.922,00	R\$ 420,00	R\$ 1.502,00	-R\$ 122,00
25	R\$ 1.875,00	R\$ 1.957,50	R\$ 420,00	R\$ 1.537,50	-R\$ 82,50
26	R\$ 1.950,00	R\$ 1.993,00	R\$ 420,00	R\$ 1.573,00	-R\$ 43,00
27	R\$ 2.025,00	R\$ 2.028,50	R\$ 420,00	R\$ 1.608,50	-R\$ 3,50
28	R\$ 2.100,00	R\$ 2.064,00	R\$ 420,00	R\$ 1.644,00	R\$ 36,00
29	R\$ 2.175,00	R\$ 2.099,50	R\$ 420,00	R\$ 1.679,50	R\$ 75,50
30	R\$ 2.250,00	R\$ 2.135,00	R\$ 420,00	R\$ 1.715,00	R\$ 115,00
31	R\$ 2.325,00	R\$ 2.170,50	R\$ 420,00	R\$ 1.750,50	R\$ 154,50
32	R\$ 2.400,00	R\$ 2.206,00	R\$ 420,00	R\$ 1.786,00	R\$ 194,00
33	R\$ 2.475,00	R\$ 2.241,50	R\$ 420,00	R\$ 1.821,50	R\$ 233,50
34	R\$ 2.550,00	R\$ 2.277,00	R\$ 420,00	R\$ 1.857,00	R\$ 273,00
35	R\$ 2.625,00	R\$ 2.312,50	R\$ 420,00	R\$ 1.892,50	R\$ 312,50
36	R\$ 2.700,00	R\$ 2.348,00	R\$ 420,00	R\$ 1.928,00	R\$ 352,00
37	R\$ 2.775,00	R\$ 2.383,50	R\$ 420,00	R\$ 1.963,50	R\$ 391,50
38	R\$ 2.850,00	R\$ 2.419,00	R\$ 420,00	R\$ 1.999,00	R\$ 431,00

39	R\$ 2.925,00	R\$ 2.454,50	R\$ 420,00	R\$ 2.034,50	R\$ 470,50
40	R\$ 3.000,00	R\$ 2.490,00	R\$ 420,00	R\$ 2.070,00	R\$ 510,00

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Analisando a tabela, é possível gerar cinco equações:

1. $y_1 = \text{R\$}75,00.x$ [Faturamento];
2. $y_2 = \text{R\$}35,50.x + \text{R\$}1.070,00$ [Custo Total];
3. $y_3 = \text{R\$}35,50.x + \text{R\$}650$ [Custo Variável (com imposto)];
4. $y_4 = \text{R\$}420,00$ [Custo Fixo];
5. $y_5 = \text{R\$}39,50.x - \text{R\$}1.070,00$ [Lucro].

As equações encontradas são resultado da análise das informações da Tabela 23 em comparação com a fórmula geral da equação da reta, dada por $y = a.x + b$. Nesta equação de 1º grau, a variável “x” sempre representa o número que irá variar. Neste caso o “x” representa o número de clientes pagantes.

Para verificar como as cinco equações foram geradas usando a Tabela 23 como referência, basta ir ao tema “Equações de 1º Grau” em qualquer livro de Matemática do Ensino Médio, no Brasil.

A primeira equação (y_1) é a multiplicação do Valor da Passagem pela Quantidade de Clientes, dada pela fórmula $y_1 = \text{R\$}75,00.x$, no qual x é o número de clientes pagantes e y_1 é o valor do Faturamento;

A segunda equação (y_2) é a equação do Custo Total por viagem, dada pela fórmula $y_2 = \text{R\$}35,50.x + \text{R\$}1.070,00$, no qual x é o número de clientes pagantes e y_2 é o valor do Custo Total [Custo Fixo + Custo Variável (com imposto)];

A terceira equação (y_3) é a equação do Custo Variável (com imposto) por viagem, dada pela fórmula $y_3 = \text{R\$}35,50.x + \text{R\$}650,00$, no qual x é o número de clientes pagantes e y_3 é o valor do Custo Variável (com imposto). R\$35,50 é exatamente o mesmo valor do Custo Variável por cliente da Tabela 2 e o valor de R\$650,00 é o mesmo valor do Custo Variável da Terceirizada, encontrada na Tabela 2;

A quarta equação (y_4) é a equação do Custo Fixo por viagem, dada pela fórmula $y_4 = \text{R\$420,00}$, no qual x é o número de clientes pagantes e y_4 é o valor do Custo Fixo;

A quinta equação (y_5) é a equação do Lucro por viagem, dada pela fórmula $y_5 = \text{R\$39,50.x} - \text{R\$1.070,00}$, no qual x é o número de clientes pagantes e y_5 é o valor do Lucro.

O Gráfico 8 apresenta em que momento haverá o equilíbrio entre custos e faturamento. Existem diversas formas de calcular o Ponto de Equilíbrio, aqui foi usada a igualdade de equações de 1º grau ($y = a.x + b$). Como houve igualdade entre a equação Faturamento (y_1) com a equação Custo Total (y_2), foi obtida a seguinte sequência de cálculo:

$$y_1 = \text{R\$75,00.x}$$

$$y_2 = \text{R\$35,50.x} + \text{R\$1.070,00}$$

$$y_1 = y_2$$

$$\text{R\$75,00.x} = \text{R\$35,50.x} + \text{R\$1.070,00}$$

$$\text{R\$75,00} - \text{R\$35,50.x} = \text{R\$1.070,00}$$

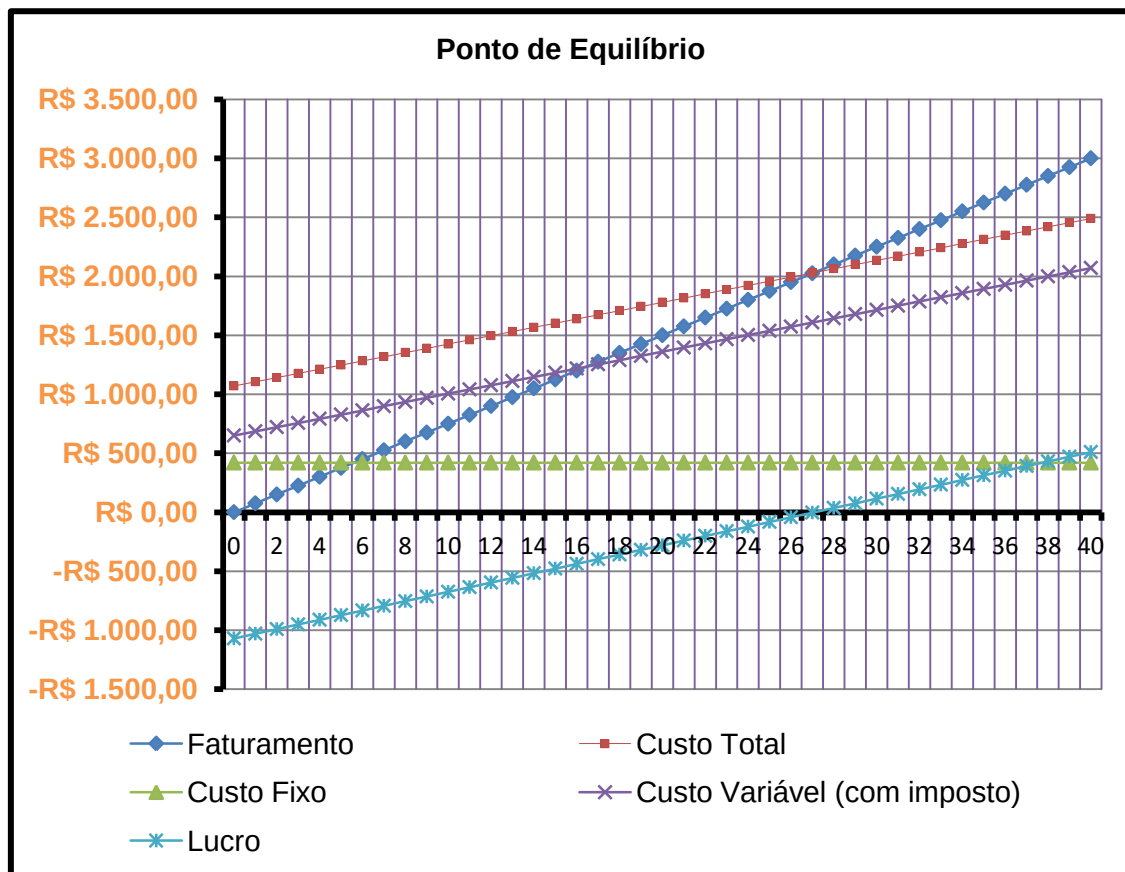
$$\text{R\$39,50.x} = \text{R\$1.070,00}$$

$$x = \text{R\$1.070,00} / \text{R\$39,50}$$

$$x = 27,09$$

27,09 é o número que representa a quantidade de pessoas para pagar pelo Valor do Serviço Turístico. É o número 27,09 é o número ideal de clientes para custear todos os Custos Variáveis, todos os Custos Fixos e todos os Impostos, representando o número de pessoas para atingir o Ponto de Equilíbrio em uma única viagem de ônibus ao mês. Como não existem 27,09 pessoas, este número foi arredondado para 28 pessoas, representando o Ponto de Equilíbrio encontrado na Tabela 23 e entre o cruzamento da reta de Faturamento e a reta Custo Total (Gráfico 8).

Gráfico 8. Ponto de Equilíbrio.



Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

7.23. Principais Métricas

Principais Métricas indicam quais indicadores e métricas devem ser analisadas para validar e avaliar o planejado neste Plano de Negócio. Muitos indicadores e métricas só são conhecidos em cursos de nível Mestrado, em cursos de MBA (*Master Business Administration*), em pesquisas feitas na internet ou através na leitura e estudo de livros.

Somente discentes interessados e pessoas com objetivo de aprofundar o assunto devem estudar esta Tabela. Para um funcionamento mais simples do negócio, basta ir à Tabela 26.

Para verificar os valores das Principais Métricas, verificar Tabela 24.

Tabela 24. Principais Métricas

PRINCIPAIS MÉTRICAS			
	Descrição	Valores	Referência
1	Investimento Total para Iniciar	R\$ 48.680,00	Tabela 6
2	Valor Presente Líquido (VPL)	R\$ 923.050,81	Tabela 14
3	Taxa Interna de Retorno (TIR)	315,21%	Tabela 14
4	Payback Simples (anos)	0,34	Tabela 14
5	Payback Descontado (anos)	0,35	Tabela 14
6	Valuation (Venture Capital) (em 12 meses)	R\$ 94.320,00	Tabela 18
7	Valuation (Fluxo de Caixa Descontado do Ano 1)	R\$ 91.152,98	Tabela 14 e Tabela 18
8	Quantidade de Clientes por Viagem	40	Tabela 2
9	Valor Unitário da Passagem	R\$ 75,00	Tabela 2
10	Faturamento por viagem	R\$ 3.000,00	Tabela 2
11	Custo Variável (com Imposto)	R\$ 2.070,00	Tabela 2
12	Custo Variável (sem Imposto)	R\$ 1.890,00	Tabela 2
13	Margem de Contribuição (com Imposto) [Lucro Bruto (com Imposto)]	R\$ 930,00	Tabela 2 e Tabela 10
14	Ebitda (Lajida) Unitário	R\$ 1.110,00	Tabela 2
15	Impostos (6%)	R\$ 180,00	Tabela 2
16	Lucro Bruto (com Imposto)	R\$ 930,00	Tabela 2
17	Lucro Bruto (sem Imposto)	R\$ 1.110,00	Tabela 2
18	Quantidade de Viagens Mensal	4	Tabela 4
19	Quantidade de Clientes Mensal	160	Tabela 4
20	Faturamento Mensal	R\$ 12.000,00	Tabela 4
21	Custo Variável Mensal (com Imposto)	R\$ 8.280,00	Tabela 4
22	Custo Variável Mensal (sem Imposto)	R\$ 7.560,00	Tabela 4
23	Custo Fixo Mensal	R\$ 420,00	Tabela 3
24	Ebitda Mensal (Lajida Mensal)	R\$ 4.020,00	Tabela 16 e Tabela 3
25	Imposto Mensal (6%)	R\$ 720,00	Tabela 4
26	Lucro Bruto (com Imposto Mensal) Mensal	R\$ 3.300,00	Tabela 4
27	Lucro Bruto (sem Imposto Mensal) Mensal	R\$ 4.020,00	Tabela 4
28	Lucro Líquido Mensal	R\$ 3.300,00	Tabela 4
29	Margem Líquida Mensal (Lucratividade Mensal)	27,50%	Tabela 8
30	Ponto de Equilíbrio Mensal (Quantidade de Clientes)	28	Tabela 23
31	Markup Multiplicador (mensal) (com imposto)	1,3793	Tabela 21
32	Prazo de Retorno do Investimento Estimado (PRI Estimado em meses)	36,88	Tabela 7

33	Prazo de Retorno do Investimento Real (PRI Real em meses)	14,75	Tabela 7
34	Índice de Margem de Contribuição (Índice do Lucro Bruto)	31,00%	Tabela 11
35	Faturamento Anual	R\$ 144.000,00	Tabela 13
36	Rentabilidade Anual	81,35%	Tabela 15
37	Lucratividade Anual	27,50%	Tabela 15
38	Rentabilidade Anual (40%)	32,54%	Tabela 15
39	Lucratividade Anual (40%)	11,00%	Tabela 15
40	Ebitda Anual (Lajida Anual)	R\$ 48.240,00	Tabela 16
41	Imposto Anual	R\$ 8.640,00	Tabela 16
42	Lucro Líquido Anual	R\$ 39.600,00	Tabela 15
43	Quantidade de Clientes ao ano	1920	Tabela 13
44	Retorno sobre Equidade (ROE) (primeiros 12 meses)	96%	Tabela 19
45	Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (primeiros 12 meses)	-19%	Tabela 20
46	Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) (5 Anos)	307%	Tabela 20
47	Depreciação (ao final de 12 meses)	R\$7.520,00	Tabela 19
48	Ticket Médio	R\$ 75,00	Tabela 22
49	Ticket Médio (Mensal)	R\$ 75,00	Tabela 22
50	Ticket Médio (Anual)	R\$ 75,00	Tabela 22

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

7.24. Demonstrativo de Resultados (DRE)

Demonstrativo de Resultados é uma tabela que mostra os indicadores mais relevantes a serem considerados em uma verificação contábil.

Com estas informações é possível ter referências, matematicamente verificáveis, para compor argumentos de decisões administrativas.

O Demonstrativo de Resultados muitas vezes é chamado apenas de DRE. O Demonstrativo de Resultados, aqui definido, é um resumo do que realmente ocorre na prática, servindo como base para colocar as descrições e os valores nas posições corretas na tabela.

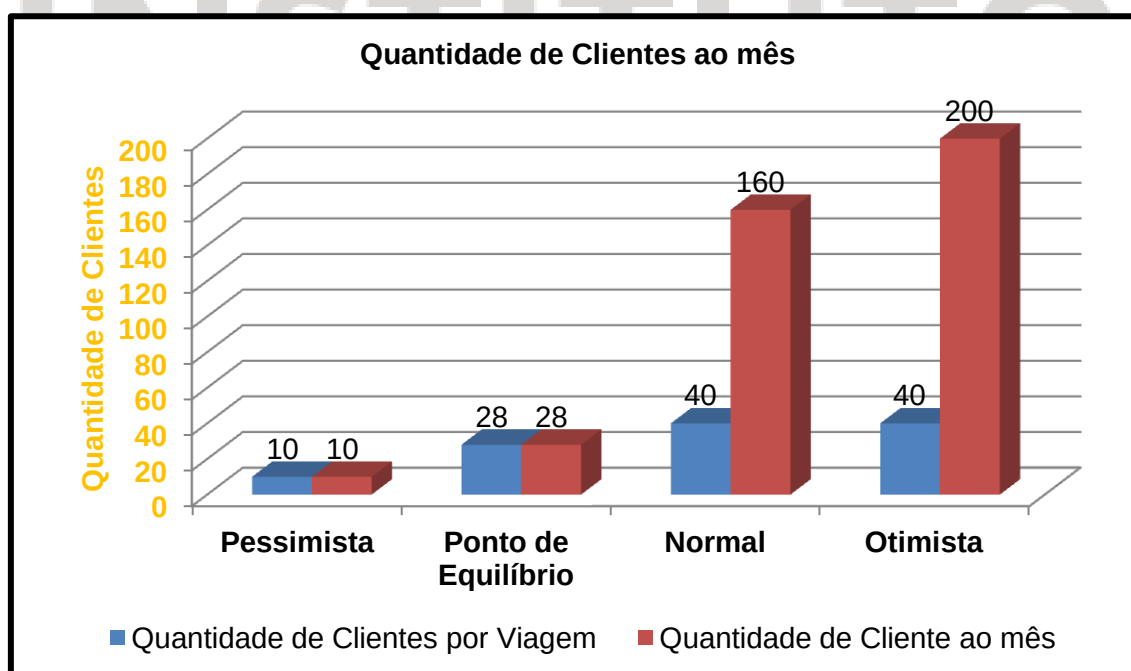
Verificar Demonstrativo de Resultados na Tabela 25.

Tabela 25. Demonstrativo de Resultados (DRE)

DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS (DRE)				
Descrição	ENTRADA	SAÍDA	(%)	Referência
	Valores	Valores		
(+) Faturamento Mensal	R\$ 12.000,00		100,00%	Tabela 4
(-) Custo Variável (sem imposto) Mensal		R\$ 7.560,00	63,00%	Tabela 4
(-) Imposto Mensal		R\$ 720,00	6,00%	Tabela 4
(-) Custo Fixo Mensal		420,00	3,50%	Tabela 3
TOTAL	R\$ 12.000,00	R\$ 8.700,00		*
Lucro Líquido Mensal	R\$ 3.300,00		27,50%	Tabela 4
Rentabilidade Anual (40%)	32,54%			Tabela 15
Lucratividade Anual (40%)	11,00%			Tabela 15
Prazo de Retorno do Investimento Estimado (em meses)	36,88			Tabela 7
Prazo de Retorno do Investimento Estimado (em anos)	3,07			Tabela 7

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Gráfico 9. Quantidade de Clientes ao mês



Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

7.25. Construção de Cenários

A construção de cenários serve para prever possíveis variações de vendas em certo intervalo de tempo.

Foi considerado um cenário de vendas Pessimista, um cenário de vendas de Ponto de Equilíbrio, um cenário de vendas Normal e um cenário de vendas Otimista, considerando apenas a venda de roteiros de viagens através de um ônibus com 44 lugares e até 40 pagantes.

No cenário pessimista, analisado na coluna de cor vermelha, foi considerado que em um único mês, apenas 10 pessoas pagaram o valor da viagem e só foi feita 1 única viagem neste mês. Esta estimativa gerou um faturamento de R\$750,00 e um Lucro Líquido de (–)R\$735,00 (o que significa Prejuízo para a empresa já que o valor do Lucro Líquido Mensal foi negativo). Não existe prazo para pagar o investimento (PRI Real ou PRI estimado) já que o valor do Lucro Líquido Mensal foi negativo, gerando prejuízo. A Rentabilidade Anual (Real e Estimada) e a Lucratividade Anual (Real e Estimada) não precisam ser consideradas já que o resultado do Lucro Líquido foi negativo (gerando prejuízo).

No cenário Ponto de Equilíbrio, analisado na coluna amarela, foi considerado que em um único mês houve apenas 1 única viagem com 28 pagantes. Esta estimativa gerou um faturamento de R\$2.100,00 e um Lucro Líquido Mensal de R\$12,00. O Prazo para Retorno do Investimento Estimado é de aproximadamente 9.136 meses, o que equivale esperar cerca de 761 anos para pagar todo valor investido para abertura da empresa (reservando 40% do Lucro Líquido Mensal). O Prazo de Retorno do Investimento Real é de 3.654 meses, o que equivale esperar 304 anos para pagar todo valor investido para abertura da empresa (reservando 100% do Lucro líquido Mensal).

No cenário Normal, analisado na coluna azul, foi considerado que em um único mês ocorreu 4 viagens com 40 pagantes em cada viagem. Esta estimativa gerou um faturamento de R\$12.000,00 e um Lucro Líquido Mensal de R\$3.300,00. O Prazo para Retorno do Investimento Estimado é de 36,88 meses, o que equivale esperar cerca de 3 anos para pagar todo valor investido para abertura da empresa (reservando 40% do Lucro Líquido Mensal). O Prazo de Retorno do Investimento Real é de 14,75 meses, o que equivale esperar

cerca de 1 ano e 3 meses para pagar todo valor investido para abertura da empresa (reservando 100% do Lucro líquido Mensal).

No cenário Otimista, analisado na coluna verde, foi considerado que em um único mês ocorreu 5 viagens com 40 pagantes em cada viagem. Esta estimativa gerou um faturamento de R\$15.000,00 e um Lucro Líquido Mensal de R\$4.230,00. O Prazo para Retorno do Investimento Estimado é de 28,77 meses, o que equivale esperar cerca de 2 anos e 5 meses para pagar todo valor investido para abertura da empresa (reservando 40% do Lucro Líquido Mensal). O Prazo de Retorno do Investimento Real é de 11,51 meses, o que equivale esperar menos de 1 ano para pagar todo valor investido para abertura da empresa (reservando 100% do Lucro líquido Mensal).

Vale destacar que no cenário Otimista, o faturamento mensal de R\$15.000,00 está exatamente na média máxima mensal para permanecer na alíquota de 6% do Imposto Simples Nacional, pois o teto máximo desta alíquota de 6% é de R\$180.000,00 ao ano ($R\$180.000,00 / 12 \text{ meses} = R\$15.000,00$ ao mês).

Verificar valores e outras informações na Tabela 26.

Tabela 26. Construção de Cenários

CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS					
Descrição	CENÁRIO				Referência
	Pessimista	Ponto de Equilíbrio	Normal	Otimista	
	Valores	Valores	Valores	Valores	
Quantidade de Clientes (por viagem)	10	28	40	40	Tabela 2
Quantidade de Viagens ao mês	1	1	4	5	Tabela 4
Quantidade de Clientes ao mês	10	28	160	200	Tabela 4
Valor do Serviço Turístico	R\$ 75,00	R\$ 75,00	R\$ 75,00	R\$ 75,00	Tabela 2
Faturamento (mensal)	R\$ 750,00	R\$ 2.100,00	R\$ 12.000,00	R\$ 15.000,00	Tabela 4
Custo Variável (mensal) (com imposto)	R\$ 1.065,00	R\$ 1.668,00	R\$ 8.280,00	R\$ 10.350,00	Tabela 4
Custo Fixo	R\$ 420,00	R\$ 420,00	R\$ 420,00	R\$ 420,00	Tabela 3

(mensal)					
Lucro Líquido Mensal	-R\$ 735,00	R\$ 12,00	R\$ 3.300,00	R\$ 4.230,00	Tabela 4
Prazo de Retorno do Investimento Estimado (PRI) (meses)	-124,56	9136,67	36,88	28,77	Tabela 7
Prazo de Retorno do Investimento Estimado (PRI) (anos)	-10,38	761,39	3,07	2,40	Tabela 7
Prazo de Retorno do Investimento Real (PRI) (meses)	-49,82	3654,67	14,75	11,51	Tabela 7
Prazo de Retorno do Investimento Real (PRI) (anos)	-4,15	304,56	1,23	0,96	Tabela 7
Rentabilidade Anual	-24,90%	0,33%	81,35%	104,27%	Tabela 15
Rentabilidade (40% do Uso do Lucro Líquido)	-9,63%	0,13%	32,54%	41,71%	Tabela 15
Lucratividade Anual	-98%	0,57%	27,50%	28,20%	Tabela 15
Lucratividade Anual (40% do Uso do Lucro Líquido)	-39,20%	0,23%	11,00%	11,28%	Tabela 15

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

7.26. Quantidade de Clientes

A quantidade de clientes estimada é de 40 clientes por viagem, 160 clientes ao mês e 1.920 clientes ao ano. Conforme demonstrado na Seção 7.13, haverá crescimento de Faturamento Anual de 20% ao ano após o primeiro ano de funcionamento. Isso quer dizer que a partir do segundo ano,

em média, haverá crescimento de 20% de clientes em relação ao mês do ano anterior.

O crescimento de 20% ao mês é possível se forem adotadas algumas medidas:

- Criar uma política em todas as coordenações de cursos em todo os *campis* do Instituto Federal de Sergipe para que se façam viagens técnicas e passeios;
- Contemplar os servidores do Instituto Federal de Sergipe nas viagens;
- Expandir a venda de pacotes turísticos para todos os *campis* da Universidade Federal de Sergipe;
- Procurar servidores públicos e ofertar a venda de passeios turísticos;
- Prospectar familiares e amigos (as) próximas de fora do IFS para participar dos passeios.

Esta é uma estimativa para funcionamento no Cenário Normal, que estipula uma média de 160 pessoas viajando ao mês, sendo que o mínimo para pagar todos os custos da empresa no mês é de, apenas, 28 pessoas.

Isso quer dizer que se no segundo ano de funcionamento da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe houver um crescimento da média mensal de cliente, em relação ao Ponto de Equilíbrio, a quantidade de clientes ao mês do Ponto de Equilíbrio do segundo ano é de $28 * 1,2 = 33,6$ clientes. O Ponto de Equilíbrio do terceiro ano será de $33,6 * 1,2 = 40,32$ clientes. O Ponto de Equilíbrio Mensal do quarto ano é de $40,32 * 1,2 = 48,38$ clientes. O Ponto de Equilíbrio Mensal do quinto ano é de $48,38 * 1,2 = 58,06$ clientes. Multiplicar um número por 1,2 significa que eu estou so,ando o número escolhido com 20% do valor do número escolhido, basta fazer as constas manualmente ou em uma calculadora.

A média de viagens realizadas a cada mês no primeiro ano de funcionamento é de 4 viagens com 40 clientes em cada viagem, totalizando 160 clientes ao mês.

No segundo ano de funcionamento, a média passará a ser de 192 clientes ao mês, totalizando 4 viagens com 40 clientes e 1 viagem com 32 clientes. 192 clientes é 20% maior que 160 clientes.

No ano 3 a média de clientes ao mês é de 230,4 clientes, que é 20% maior que 192 do ano 2. Totalizando 1 média de 5 viagens ao mês.

No ano 4 a média de clientes ao mês é de 276,48 clientes, que é 20% maior que 230,4 clientes do ano 3. Totalizando 1 média de 6 viagens ao mês.

No ano 5 a média de clientes ao mês é de 331,78 clientes, que é 20% maior que 276,48 clientes do ano 4. Totalizando uma média de 8 viagens ao mês.

Além disso, foi definindo a diferença de quantidade de clientes entre a média de clientes do mês do ano presente com a média de clientes do ano anterior.

Para verificar valores, analise a Tabela 27 e o Gráfico 10.

Tabela 27. Quantidade de Clientes

QUANTIDADE DE CLIENTES			
Descrição	Valores	Referência	Fórmula
Valor do Serviço Turístico	R\$ 75,00	Tabela 2	Valor do Serviço Turístico = Valor do Serviço Turístico da Tabela 2
			Valor do Serviço Turístico = R\$75,00
Quantidade de Clientes (por viagem)	40	Tabela 2	Quantidade de Clientes (por viagem) = Quantidade de Clientes da Tabela 2
			= 40
Quantidade de Clientes ao mês	160	Tabela 4	Quantidade de Clientes ao mês = Quantidade de Clientes ao mês da Tabela 4
			Quantidade de Clientes ao mês = 160
Quantidade de Clientes Anual	1920	Tabela 13	Quantidade de Clientes Anual = Quantidade de Clientes Anual da Tabela 13
			Quantidade de Clientes Anual = 1.920
Faturamento Anual	R\$ 144.000,00	Tabela 13	Faturamento Anual = Faturamento Anual da Tabela 13
			Faturamento Anual = R\$144.000,00

Faturamento Ano 1	R\$ 144.000,00	Tabela 14	Faturamento Ano 1 = Fluxo de Caixa Anual do Ano 1 da Tabela 14
			Faturamento Ano 1 = R\$144.000,00
Faturamento Ano 2	R\$ 172.800,00	Tabela 14	Faturamento Ano 2 = Fluxo de Caixa Anual do Ano 1 da Tabela 14
			Faturamento Ano 2 = R\$172.800,00
Faturamento Ano 3	R\$ 207.360,00	Tabela 14	Faturamento Ano 3 = Fluxo de Caixa Anual do Ano 3 da Tabela 14
			Faturamento Ano 3 = R\$207.360,00
Faturamento Ano 4	R\$ 248.832,00	Tabela 14	Faturamento Ano 4 = Fluxo de Caixa Anual do Ano 4 da Tabela 14
			Faturamento Ano 4 = R\$248.832,00
Faturamento Ano 5	R\$ 298.598,40	Tabela 14	Faturamento Ano 5 = Fluxo de Caixa Anual do Ano 5 da Tabela 14
			Faturamento Ano 5 = R\$298.598,40
Quantidade de Clientes Ano 1	1920	*	Quantidade de Clientes Ano 1 = Faturamento Ano 1 / Valor do Serviço Turístico
			Quantidade de Clientes Ano 1 = R\$144.000,00 / R\$75,00 = 1.920
Quantidade de Clientes Ano 2	2304	*	Quantidade de Clientes Ano 2 = Faturamento Ano 2 / Valor do Serviço Turístico
			Quantidade de Clientes Ano 2 = R\$172.800,00 / R\$75,00 = 2.304
Quantidade de Clientes Ano 3	2764,8	*	Quantidade de Clientes Ano 3 = Faturamento Ano 3 / Valor do Serviço Turístico
			Quantidade de Clientes Ano 3 = R\$207.360,00 / R\$75,00 = 2.764,8
Quantidade de Clientes Ano 4	3317,76	*	Quantidade de Clientes Ano 4 = Faturamento Ano 4 / Valor do Serviço Turístico

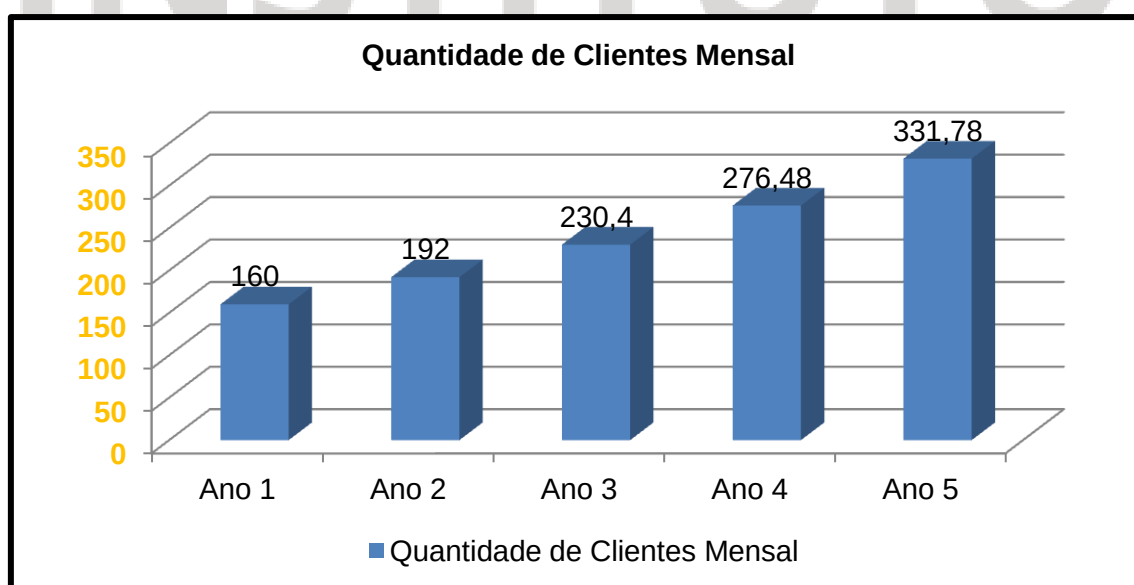
			Quantidade de Clientes Ano 4 = R\$248.832,00 / R\$75,00 = 3.317,76
Quantidade de Clientes Ano 5	3981,31	*	Quantidade de Clientes Ano 5 = Faturamento Ano 5 / Valor do Serviço Turístico
			Quantidade de Clientes Ano 5 = R\$298.598,40 / R\$75,00 = 3.981,31
Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 1	160	*	Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 1 = Quantidade de Cliente Ano 1 / 12
			Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 1 = 1.920 / 12 = 160
Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 2	192	*	Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 2 = Quantidade de Cliente Ano 2 / 12
			Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 2 = 2.304 / 12 = 192
Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 3	230,40	*	Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 3 = Quantidade de Cliente Ano 3 / 12
			Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 3 = 2.764,8 / 12 = 230,4
Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 4	276,48	*	Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 4 = Quantidade de Cliente Ano 4 / 12
			Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 4 = 3.317,76 / 12 =276,48
Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 5	331,78	*	Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 5 = Quantidade de Cliente Ano 5 / 12
			Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 5 = 3.981,31 / 12 = 331,78

Quantidade deViagens (média no mês) Ano 1	4	*	Quantidade deViagens (média no mês) Ano 1 = Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 1 / Quantidade de Clientes (por viagem)
			Quantidade deViagens (média no mês) Ano 1 = 160 / 40 = 4
Quantidade deViagens (média no mês) Ano 2	4,8	*	Quantidade deViagens (média no mês) Ano 2 = Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 2 / Quantidade de Clientes (por viagem)
			Quantidade deViagens (média no mês) Ano 2 = 192 / 40 = 4,8
Quantidade deViagens (média no mês) Ano 3	5,76	*	Quantidade deViagens (média no mês) Ano 3 = Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 3 / Quantidade de Clientes (por viagem)
			Quantidade deViagens (média no mês) Ano 3 =
Quantidade deViagens (média no mês) Ano 4	6,91	*	Quantidade deViagens (média no mês) Ano 4 = Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 4 / Quantidade de Clientes (por viagem)
			Quantidade deViagens (média no mês) Ano 4 = 230,40 / 40 = 6,91
Quantidade deViagens (média no mês) Ano 5	8,29	*	Quantidade deViagens (média no mês) Ano 5 = Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 5 / Quantidade de Clientes (por viagem)
			Quantidade deViagens (média no mês) Ano 5 = 331,78 /40 = 8,29
Diferença de Quantidade de Clientes (Ano 2 - Ano 1)	32	*	Diferença de Quantidade de Clientes (Ano 2 - Ano 1) = [Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 2] - [Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 1]
			Diferença de Quantidade de Clientes (Ano 2 - Ano 1) = 192 - 160 = 32

Diferença de Quantidade de Clientes (Ano 3 - Ano 2)	38,40	*	Diferença de Quantidade de Clientes (Ano 3 - Ano 2) = [Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 3] - [Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 2]
			Diferença de Quantidade de Clientes (Ano 3 - Ano 2) = 230,40 - 192 = 38,4
Diferença de Quantidade de Clientes (Ano 4 - Ano 3)	46,08	*	Diferença de Quantidade de Clientes (Ano 4 - Ano 3) = [Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 4] - [Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 3]
			Diferença de Quantidade de Clientes (Ano 4 - Ano 3) = 276,48 - 230,4 = 46,08
Diferença de Quantidade de Clientes (Ano 5 - Ano 4)	55,30	*	Diferença de Quantidade de Clientes (Ano 5 - Ano 4) = [Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 5] - [Quantidade de Clientes (média no mês) Ano 4]
			Diferença de Quantidade de Clientes (Ano 5 - Ano 4) = 331,78 - 276,48 = 55,3

Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

Gráfico 10. Quantidade de Clientes (mês)



Elaboração: SANTOS, José Augusto Alves dos Anjos.

8. ANÁLISE DE RISCO

Esta seção analisa a variação dos preços, os problemas com a sazonalidade, o impacto dos efeitos econômicos, a influência dos fatores governamentais, as consequências da estagnação do serviço, a importância do posicionamento no mercado, além do estudo permanente dos concorrentes.

8.1. Variação dos Preços

Todos os cálculos da Seção 7 levaram em consideração que os clientes pagariam R\$75,00 em cada passagem de ônibus, para uma quantidade máxima de 40 lugares à venda. Ficou claro que a partir de 28 clientes pagantes a Empresa Júnior começaria a obter lucro.

Ou seja, se em um mês ocorrer apenas uma viagem na qual apenas 28 clientes pagaram o valor da passagem de R\$75,00, haverá dinheiro suficiente para pagar os custos da viagem com todos os serviços completos, haverá dinheiro suficiente para pagar todos os custos fixos mensais e todos os impostos gerados naquele mês.

A variação do preço da passagem ou de qualquer outro valor (aluguel de ônibus, custo do almoço, custo do lanche, custo do seguro viagem, custo do (a) Guia de Turismo, custo fixo, custo dos *souvenirs*) implicará na mudança de todos os dados das tabelas anteriores

Como as possibilidades de variação financeira são infinitas, neste item 8.1 foi considerado que, apenas, haverá mudança no preço da passagem de ônibus dos clientes, considerando um valor menor e outro valor maior que R\$75,00.

Considerando que houve 40 pagantes de cada passagem de ônibus à R\$65,00, uma quantidade de 4 viagens ao mês, haverá um Lucro Líquido de R\$1.796 a cada 4 viagens de ônibus e haverá um retorno de investimento após 5 anos e 7 meses de atividade reservando 40% do Lucro Líquido.

Esta informação é importante já que se ao diminuir o valor de R\$75,00 para R\$65,00 o resultado de todos os cálculos faz com que o retorno de investimento passe de 3 anos e 7 meses para 5 anos e 7 meses. Uma variação de apenas R\$10,00 negativos no preço original da passagem leva a empresa a

estender em vários anos o tempo necessário para pagar o investimento de abertura da empresa.

Considerando que houve 40 pagantes de cada passagem de ônibus à R\$85,00, haverá um Lucro Líquido de R\$4.804,00 a cada 4 viagens de ônibus e haverá um retorno de investimento após 2 anos e 2 meses de atividade reservando 40% do Lucro Líquido.

Ou seja, mudando o valor de cada passagem de R\$75,00 para R\$85,00, o prazo de retorno do investimento cairia de 3 anos e 7 meses para 2 anos e 2 meses, reservando 40% do Lucro Líquido Mensalmente.

Só a variação de apenas uma das diversas variáveis muda totalmente todos os valores projetados, inclusive o prazo de retorno de investimento de forma drástica. Para validar as informações aqui apresentadas, basta colocar os valores de entrada e as fórmulas em uma simples tabela eletrônica.

Apenas essa projeção e variação de R\$10,00 no preço de venda indica que cada valor e cada projeção na tabela eletrônica é de extrema importância para a manutenção e crescimento da empresa. O (a) discente responsável pela análise e controle financeiro deve ter muita habilidade e percepção no uso da tabela eletrônica para evitar erros desnecessários e para evitar provocar prejuízos.

8.2. Sazonalidade

É importante estudar previamente a sazonalidade que poderá ocorrer nas vendas de cada serviço ofertado pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe. Entre todos os serviços, será analisado o serviço de venda de passagens de ônibus em viagens ou visitas técnicas.

Pelas informações apresentadas na Seção 7, fica evidente que se ocorrer apenas uma viagem com 21 clientes pagando R\$60,00, haverá dinheiro suficiente para pagar os custos da viagem e os custos fixos da empresa. Se ocorrer menos do que 21 vendas em uma única viagem em todo o mês, haverá prejuízo. Qualquer quantidade de vendas acima de 21 passagens acarretará em lucro naquele mês.

Ou seja, independente da sazonalidade da região, o parâmetro mínimo crítico seria fazer uma única viagem por mês com 21 pagantes a R\$60,00 cada.

Considerando que em um mês haverá 2 viagens completas (40 clientes pagantes), em outro mês haverá 10 viagens completas, em outro mês 5 viagens completas, fica evidente que a empresa sempre estará funcionando na faixa ideal, obtendo lucro a cada mês.

A sazonalidade pode ser prevista ou, em alguns casos, só será possível entendê-la após 2 anos (24 meses) de funcionamento, pois haverá histórico suficiente para comparar as informações.

8.3. Efeitos Econômicos

Os efeitos econômicos podem ocorrer no cenário Municipal, Estadual ou Federal, de acordo com as situações sociais e políticas que ocorrem nestes locais. Qualquer variação de preço nos preços de alimentação, por exemplo, pode afetar a quantidade de dinheiro que uma pessoa pode reservar para fazer uma viagem.

Se ocorrer algum desastre natural que force um aumento de preço em determinada área essencial no consumo da maioria da população, provavelmente afetará o poder de compra nos itens de lazer, como é o caso de uma viagem turística.

A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe deve ficar atenta aos efeitos econômicos na qual a população e clientes estejam envolvidas para evitar investimentos desnecessários e prever situações que possam comprometer o funcionamento da empresa e sua perpetuação no mercado.

8.4. Fatores Governamentais

Os fatores governamentais que podem afetar o funcionamento ideal da Empresa Júnior de Turismo são os fatores histórico-institucionais, os fatores cognitivos e os fatores políticos.

O fator histórico-institucional tem a ver com a cultura de dada organização que está em um ciclo fechado de funcionamento impedindo que outro tipo de situação e oportunidade possa ocorrer.

O fator cognitivo tem a ver como o ser humano, dentro de alguma instituição do governo, interpreta certa informação recebida levando em consideração seu conhecimento, suas percepções, suas crenças, seus interesses pessoais e a forma que um documento é lido e interpretado. Por isso que a maior quantidade de detalhamento de funcionamento e controle da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe evitará interpretações distorcidas da realidade.

O fator político depende das decisões de alguma autoridade do governo que pode impedir ou permitir que certas situações possam ocorrer. Essas decisões são totalmente abstratas já que dependem de fatores além das que são documentadas burocraticamente. Basicamente, pode-se entender decisão política como decisão de interesses, independente de informações previamente apresentadas.

8.5. Estagnação Do Serviço

A falta de motivação é a principal situação que poderá acarretar em estagnação nos serviços da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe. A falta de motivação pode ocorrer se o discente inserido na Empresa Júnior tiver dificuldades no transporte, na alimentação ou nas vestimentas. Por isso é interessante que todos os discentes envolvidos na Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe obtenham remuneração como estágio pelo tempo que passam dedicados à sua função.

Outro fator que pode estagnar os serviços são a falta de entendimento da função do discente dentro da Empresa Júnior. Quanto mais detalhamento e quanto mais treinamento, mais fácil será a forma de executar o trabalho e evitar estagnação do serviço.

É imprescindível que os diretores tenham mais habilidades e conhecimentos que os outros discentes para poderem gerir a Empresa Júnior, evitando que se estagne o serviço por incompetência ou incapacidade.

8.6. Posicionamento no Mercado

É indispensável que todas as promoções e campanhas de marketing feitas causem uma impressão no subconsciente das pessoas, fazendo-as associar a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe como uma empresa acadêmica de turismo que mais gera felicidade aos seus clientes. Para isso, é preciso causar impactos emocionais profundos em todos os clientes que escolherem fazer negócio com a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

Os impactos emocionais profundos só serão gerados ao se proporcionar um serviço muito melhor do que existe no mercado de Turismo de Sergipe, usando todo tipo de conhecimento e serviços extras para proporcionar uma experiência abrangente e agradável em todos os clientes.

8.7. Estudo dos Concorrentes

O estudo contínuo dos concorrentes em todos os serviços oferecidos pela Empresa Júnior é indispensável para sempre se ter parâmetros de comparação fazendo as modificações necessárias para ter o melhor padrão de atendimento do mercado.

9. LEGISLAÇÃO

É imprescindível que todos os Diretores, e principalmente o Diretor Presidente, tenham conhecimento de todas as Leis e documentos jurídicos relativos ao Agenciamento de Viagens, Estágios, Tributos, relações jurídicas com a Instituição de Ensino Superior, relações jurídicas com terceiros, normas, padrões e procedimentos adotados na área a que estão sendo vinculados ao ofertar serviços turísticos.

Faz-se necessário que pelo menos uma única vez seja lida todas as informações para se ter um conhecimento geral do que existe em cada regulamentação. A segunda, a terceira e as próximas leituras irão fixar o aprendizado jurídico na mente das pessoas que lerem. É importante ter um acompanhamento de um (a) docente de Direito durante esta fase e nas fases de funcionamento da Empresa Júnior. Para facilitar o aprendizado, basta

procurar por vídeos, dicas e *podcasts* dos assuntos durante pesquisas na internet.

As principais legislações a serem estudadas por todos os Diretores da Empresa Júnior são:

Legislação Internacional

- **Declaração Universal dos Direitos Humanos** (ONU, 2009);
- **Código de Ética Mundial para o Turismo** (BRASIL, [201-?]a).

Legislação Federal

- **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988** (BRASIL, 1988);
- **Lei nº 7.716/1989** [Lei dos preconceitos] (BRASIL, 1989);
- **Lei nº 8.069/1990** [Estatuto da Criança e do Adolescente] (BRASIL, 1990b);
- **Lei nº 8.078/1990** [Código de Defesa do Consumidor] (BRASIL, 1990a);
- **Lei nº 8.112/1990** [Dispõe sobre o regime jurídico dos servidores públicos civis da União, das autarquias e das fundações públicas federais] (BRASIL, 1990c);
- **Lei nº 8.623/1993** [Lei do Guia de Turismo] (BRASIL, 1993);
- **Lei nº 8.078/1990** [Código de Defesa do Consumidor] (BRASIL, 1990a);
- **Lei nº 9.279/1996** [Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial] (BRASIL, 1996);
- **Lei nº 9.503/1997** [Código de Trânsito Brasileiro] (BRASIL, 1997);
- **Lei nº 9.610/1998** [Lei dos Direitos Autorais] (BRASIL, 1998);
- **Lei nº 10.233/2001** [Lei dos Transportes Aquaviários e Terrestres] (BRASIL, 2001);
- **Lei nº 10.741/2003** [Estatuto do Idoso] (BRASIL, 2003a);
- **Lei nº 10.826/2003** [Dispõe sobre o registro, a posse e a comercialização de armas de fogo e de munições] (BRASIL, 2003b);

- **Lei nº 11.343/2006** [Lei das Drogas] (BRASIL, 2006c);
- **Lei nº 11.340/2006** [Lei da defesa da Mulher] (BRASIL, 2006b);
- **Lei nº 11.442/2007** [Lei do Transporte de Carga de Terceiros] (BRASIL, 2007a);
- **Lei nº 11.637/2007** [Lei da Qualificação Nacional dos Serviços Turísticos e do Selo do Turismo] (BRASIL, 2007b);
- **Lei nº 11.771/2008** [Lei Geral do Turismo] (BRASIL, 2008a);
- **Lei nº 11.788/2008** [Lei do Estágio] (BRASIL, 2008b);
- **Lei nº 12.527/2011** [Lei de Acesso à Informação] (BRASIL, 2011);
- **Lei nº 13.267/2016** [Lei da Empresa Júnior] (BRASIL, 2016);
- **Lei nº 13.467/2017** [Lei da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT)] (BRASIL, 2017a);
- **Lei nº 13.689/2019** [Dispõe sobre os crimes de abuso de autoridade] (BRASIL, 2019);
- **Lei Complementar nº 123/2006** [Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte] (BRASIL, 2006a);
- **Decreto nº 3.500/2000** [Dispõe sobre a Comissão Nacional de Classificação – CONCLA] (BRASIL, 2000);
- **Decreto nº 7.381/2010** [Política Nacional do Turismo] (BRASIL, 2010);
- **Decreto nº 9.580/2018** [Lei do Imposto de Renda] (BRASIL, 2018a);
- **Decreto nº 84.934/1980** [Dispõe sobre as atividades e serviços das Agências de Turismo, regulamenta o seu registro] (BRASIL, 1980);
- **Decreto-Lei nº 3.688/1941** [Lei das Contravenções Penais] (BRASIL, 1941);
- **Portaria MTur nº 8/2017** [Institui o Programa de Qualificação Internacional em Turismo e Hospitalidade] (BRASIL, 2017c);
- **Portaria MTur nº 27/2014** [Requisitos e Critérios para a atividade de Guia de Turismo] (BRASIL, 2014);

- **Portaria MTur nº 39/2017** [Estabelece regras e critérios para a formalização de instrumentos de transferência voluntária de recursos para execução de projetos e atividades integrantes do Programa Turismo e respectivas Ações Orçamentárias] (BRASIL, 2017b);
- **Portaria MTur nº 74/2018** [Institui o Programa Nacional de Desenvolvimento e Estruturação do Turismo – Prodetur+Turismo] (BRASIL, 2018b);
- **Portaria MTur nº 105/2018** [Disciplina o Cadastros dos Prestadores de Serviços Turísticos – Cadastur] (BRASIL, 2018c);
- **Portaria MTur nº 162/2018** [Institui o grupo Técnico de Trabalho para a Promoção do Turismo Cinematográfico – GTT de Turismo Cinematográfico] (BRASIL, 2018d);
- **Portaria MTur nº 182/2018** [Institui o Código de Conduta destinado à proteção e ao enfrentamento da violência sexual contra crianças e adolescentes] (BRASIL, 2018e);
- **Resolução CONTRAN nº 290/2008** [Disciplina a inscrição de pesos e capacidades em veículos de tração, de carga e de transporte coletivo de passageiros] (BRASIL, 2008c);
- **Resolução CONTRAN nº 317/2009** [Estabelece o uso de dispositivos retrorrefletivos de segurança nos veículos de transporte de cargas e de transporte coletivo de passageiros em trânsito internacional no território nacional] (BRASIL, 2009a);
- **Resolução CONTRAN nº 318/2009** [Estabelece limites de pesos e dimensões para circulação de veículos de transporte de carga e de transporte coletivo de passageiros em viagem internacional pelo território nacional] (BRASIL, 2009b);
- **Resolução CONTRAN nº 416/2012** [Estabelece os requisitos de segurança para veículos de transporte de passageiros tipo micro-ônibus, categoria M2 de fabricação nacional e importado] (BRASIL, 2012);
- **Resolução CONTRAN nº 445/2013** [Estabelece os requisitos de segurança para veículos de transporte público coletivo de

passageiros e transporte de passageiros tipos micro-ônibus, categoria M3 de fabricação nacional e importado] (BRASIL, 2013);

- **NBC TA 250/2019** [Dá nova redação para a Norma Brasileira de Contabilidade NBC TA 250, que dispões sobre condições de leis e regulamentos na auditoria de demonstrações contábeis] (CFC, 2019);
- **NBC TA 230(R1)/2016** [Dispõe sobre a documentação da auditoria] (CFC, 2016);
- **NBR 15.570/2009** [Especificações técnicas para fabricação de veículos de características urbanas para transporte coletivo de passageiros] (CNMP, 2009);
- **Resolução N° 21/2019/CS/IFS** [Dispõe sobre o Regulamento das Empresas Juniores no âmbito do Instituto Federal de Sergipe] (IFS, 2019).

Legislação Estadual e Municipal

- **Lei Municipal de Aracaju n° 4.930/2017** [Dispõe sobre o exercício da profissão de guia de turismo] (LEGISWEB, 2017a);
- **Lei Estadual de Sergipe n° 8.373/2017** [Dispõe sobre o exercício da atividade de guia de turismo, no Estado de Sergipe] (LEGISWEB, 2017b);
- **Portaria Normativa da Polícia Militar de Sergipe n° 038/2016** [Institui o Batalhão de Policiamento Turístico (BPTur) no âmbito da Polícia Militar do Estado de Sergipe²⁴] (PM, 2020).

Apesar de existirem várias referências de leis, nem todas precisam ser consideradas no início das atividades. O que vai exigir o estudo de todas e várias outras legislações será o tipo de serviço que será oferecido ao público.

²⁴ Apesar desta portaria ser citada no site oficial da Polícia Militar de Sergipe, não foi possível encontrar no site oficial a Portaria mencionada. Foi enviado e-mail ao Comando Geral da Polícia Militar de Sergipe sobre este fato e uma cópia da Portaria foi enviada, como resposta, ao e-mail do autor. Até o momento da publicação desta monografia, o site oficial da Polícia Militar de Sergipe continua sem permitir acesso a esta portaria.

Além de seguir as normas jurídicas municipais, estaduais, federais e internacionais, será necessário seguir o modelo de contrato do tipo *Service Level Agreement* (SLA) toda vez que for feito um contrato com prestadores de Serviço de Tecnologia da Informação (OPSERVICES, 2015; DESKMANAGER, 2018).

10. CERTIFICAÇÕES

A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe irá organizar seus procedimentos internos e externos para obter as seguintes certificações:

- **ISO 9.001 de 2015:** É um grupo de normas técnicas adotadas por todo Planeta Terra que classifica, define e organiza padrões de procedimentos a serem seguidos (CERTIFICACAIISO, 2018);
- **ISO 14.001:** É um grupo de normas técnicas adotadas por todo Planeta Terra que organiza e estrutura procedimentos sustentáveis através de um modelo de gestão ambiental, garantindo a existência futura de suprimentos (NOMUS, 2020);
- **ISO 22.000:** É um grupo de normas técnicas adotadas por todo Planeta Terra que define requisitos de procedimentos para o ciclo de movimentação do alimento, desde o plantio até o consumo (BSIGRROUP, 2020);
- **ISO 45.001:** É um grupo de normas técnicas adotadas por todo Planeta Terra que tem como objetivo proteger e assegurar que todas as (os) colaboradoras (es) tenham um ambiente de trabalho saudável e seguro (CERTIFICACAOISO, 2020);
- **NBR ISO/IEC 20000-1:** É um grupo de normas técnicas voltadas para a gestão de serviços (i9CE, 2020).

As certificações ocorrerão no devido tempo, já que necessitam de treinamento, adequação e pagamento para avaliação e obtenção da certificação internacional.

Além dessas certificações internacionais, a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe seguirá as normas e procedimentos para adequação de padronização adotada pela Brasil Júnior com objetivo de se federar e participar do Movimento Empresa Júnior do Brasil (JÚNIOR, 2019a).

O Livro III DNA Júnior (2015) define os procedimentos para a regulamentação jurídica da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, objeto deste projeto empreendedor (JÚNIOR, 2015b).

A formalização jurídica de uma empresa junto aos órgãos públicos federais, estaduais e municipais é comprovada através de documento registrado em cartório, chamado de estatuto, e pela obtenção do CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica). “O estatuto é formalmente o ato constitutivo de uma associação civil; Como uma EJ é uma associação, deve possuir estatuto” (JÚNIOR, 2015b, p. 2).

Entre os principais *e-books* da Brasil Júnior, existe um que define quais itens devem ser verificados na auditoria da Federação na Empresa Júnior que deseja se federar, obtendo todas as vantagens que esta regulamentação trás (JÚNIOR, 2017). O processo de fundação da Empresa Júnior está especificado no Livro II da Brasil Júnior, 2015.

11.CONCLUSÃO

Este Plano de Negócio serve de modelo e estudo de caso para que sejam avaliadas todas as possibilidades de criação da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe. Apesar de conter muita informação privilegiada, a quantidade de pessoas capazes de entender este conteúdo, pela minha experiência pessoal, é muito baixa. Somente pessoas extremamente interessadas poderiam absorver a grande quantidade de informações relevantes que este Plano de Negócio possui. A grande maioria das pessoas tem pouco conhecimento e vontade de aprender gestão da qualidade, cálculo e informática avançada, tornado o crescimento da micro e da pequena empresa bastante difícil. Muitas informações privilegiadas estão espalhadas por livros,

vídeos e publicações acadêmicas. O único fator que fará a diferença é o interesse de obter o conhecimento certo para o objetivo desejado.

O uso das diversas ferramentas disponibiliza pelo Google, Microsoft® e demais empresas de tecnologia da informação poderão ser sincronizadas com os interesses educacionais do Instituto Federal de Sergipe. Na internet é fácil encontrar as diversas parcerias entre o Google e a Microsoft® com as Instituições de Ensino, sendo autorizado o uso do logotipo nas dependências do IFS e nos meios de publicidade da Instituição.

Esta monografia é puramente técnica, dependendo apenas do conhecimento do autor em gerar o resultado. No momento que a Empresa Júnior entrar em funcionamento, a necessidade será gerencial nas camadas da Diretoria, e o resultado dependerá de toda a equipe.

Os valores aqui utilizados nos diversos cálculos fazem parte de comparações feitas com o mercado de trabalho em certo período de tempo (Março de 2020), podendo tornar todos os cálculos obsoletos. Independente disso, o que realmente importa é a mecânica de configuração de uma empresa de pequeno ou médio porte. De um lado existem as entradas, há o processamento interno e do outro lado existem as saídas. O dinheiro entra na empresa, recebe uma transformação dentro da empresa e o dinheiro sai da empresa.

A estrutura dos critérios e situações continuam válidas e podem ser usadas para prever diversos cenários possíveis, inclusive o cenário ideal.

O fator de multiplicação de segurança de valor doze usado no item 7.4 da Seção 7 é uma estimativa usada e considerada ideal para que haja uma reserva financeira suficiente para o bom funcionamento do negócio, já que a maioria dos discentes da Empresa Júnior de Turismo, provavelmente, não possuem nenhuma experiência prévia de como gerir uma empresa. Por isso, uma reserva financeira deve ser estipulada para evitar que haja falência por incompetência, incapacidade ou por falta de planejamento prévio.

Além disso, toda empresa aberta no Brasil deveria levar em consideração as diversas outras variáveis e situações que poderia acarretar na falta de faturamento por diversos meses, por isso, é importante usar valores de multiplicação de segurança maiores que doze. Totalmente diferente do sugerido pelo SEBRAE, que estimula um prazo de 26 dias para Capital de Giro.

Participar de uma Empresa Júnior com o nível de organização proposto por este Plano de Negócio vai facilitar a experiência técnica e empresarial antes mesmo de finalizar o curso superior de Turismo, facilitando a abertura de uma empresa ou o posicionamento de alto escalão em uma empresa já consolidada.

As informações apresentadas neste Plano de Negócio contêm conhecimento suficiente para que este modelo seja implantado em qualquer coordenação de qualquer Instituição de Ensino Superior, já que possuem referências mais que suficientes para serem validadas por Instituições Financeiras ou Instituições de Ensino Superior, de acordo com monografias, teses e publicações de outros Planos de Negócio existentes no mercado (e que obtiveram aprovação!).

A ferramenta *Business Model Canvas* é ideal para quem tem pouca noção da gestão de empresas. Atualmente o SEBRAE Sergipe tem como prioridade o atendimento e o estímulo da ferramenta *Business Model Canvas*. Diferente do que é proposto pelo SEBRAE, a ferramenta *Business Model Canvas* é muito simples para estimar informações mais profundas e detalhadas de cada aspecto que uma empresa necessita documentar.

Porém, o *Business Model Canvas* é ideal nos primeiros contatos que os (as) discentes tiverem com o entendimento do funcionamento da empresa. Existe um manual de como o *Business Model Canvas* deve ser executado que é usado por todas as unidades do SEBRAE no Brasil. Totalmente diferente do Plano de Negócio, que não possui um procedimento padrão, mas possui diferentes tópicos a serem seguidos (a depender do livro escolhido). É necessário que exista um padrão de construção de um Plano de Negócio, assim como existe um padrão para a construção do *Business Model Canvas*.

Além disso, as linguagens nos Modelos de Negócio e nos Planos de Negócio diferenciam-se umas das outras. Ou seja, mesmo sendo escrito no idioma Português do Brasil, a definição de certos termos, principalmente os termos contábeis e os termos financeiros, variam entre os autores. Existe uma linguagem na Engenharia, uma linguagem na Contabilidade, uma Linguagem na Administração e uma Linguagem encontrada no dia a dia das empresas. Para quem tem contatos iniciais com a gestão empresarial ficará com bastante

difficuldade de relacionar um termo com o outro, tornando o aprendizado lendo e custoso.

Fica claro que todas as informações apresentadas neste Plano de Negócio poderiam ser aprofundadas para obter mais detalhes e referências de como poderia funcionar esta Empresa Júnior. Porém, este seria um trabalho de nível mestrado ou de nível doutorado, que poderá ser feito em outro momento.

Esta é a primeira vez que alguém escreve um Plano de Negócio com publicação pública para que outras pessoas vejam e entendam como devem fazer para abrir e gerenciar uma Empresa Júnior na área de Turismo. Inserir mais informações que as que já existem aqui poderia duplicar o tamanho desta monografia, já que é necessário, inserir manuais, apêndices, anexos, estudos comparativos detalhados, aprofundamento do estudo do mercado, análise contábil e financeira de cada dia do mês por diversos meses.

Este Plano de Negócio pode ser usado para abrir qualquer Agência de Turismo ou para reestruturar uma já existente. Adaptações podem ser feitas para abrir ou reorganizar outros negócios já que este trabalho usou uma estrutura padrão validada (e com mais detalhes) em diversas instâncias governamentais, empresariais e bancárias.

Se quatro Empresas Juniores já foram autorizadas a funcionar do IFS com pouca documentação burocrática disponível ao público, a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe será facilmente implantada, caso os (as) discente se organizem e adéquem as informações aqui presentes para a realidade vivenciada no momento do estudo desta monografia.

Este Plano de Negócio estruturou a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe para ser uma empresa humanista. Para isso, primeiro foi categorizado os tópicos necessários para que a empresa seja capitalista, já que com o capital em mãos fica muito mais fácil ajudar mais pessoas, principalmente as pessoas mais necessitadas. Deixar de focar no lucro financeiro para focar no lucro emocional é o mesmo que escolher ajudar poucas pessoas sendo que a capacidade intelectual gerada em Instituições de Ensino Superior conduz e prepara discentes para ajudar o maior número de pessoas possível, com qualidade, eficácia, eficiência e segurança.

Além disso, todas as atuais Empresas Juniores no Brasil podem usar este Plano de Negócio para deixar estruturado e documentado o

funcionamento da Empresa Júnior, servindo como um Modelo de Plano de Negócio padrão para toda Empresa Júnior no Brasil. Basta modificar as variáveis e adequar a realidade da Empresa Júnior de cada localidade.

REFERÊNCIAS

ABAV-SE. **Associação Brasileira das Agências de Viagens do Estado de Sergipe**. 2020. Disponível em: < <http://www.abavsergipe.com.br/>>. Acesso em: 22/02/2020 as 16:27.

ABF. **Associação Brasileira de Franchising**. 2020. Disponível em: < <https://www.abf.com.br/>>. Acesso em: 10/07/2020 as 16:57.

ADMINISTRADORES. **O que é um plano de negócios**. 2014. Disponível em: < <https://administradores.com.br/artigos/o-que-e-um-plano-de-negocios>>. Acesso em: 18/02/2020 as 05:53.

AMBITOJURIDICO. **Imunidade tributária das empresas juniores**. 2012. Disponível em: <<https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-tributario/imunidade-tributaria-das-empresas-juniores/>>. Acesso em: 12/12/2020 às 11:47.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 3.688 de 3 de Outubro de 1941**. 1941. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto-Lei/Del3688.htm >. Acesso em: 12/09/2020 às 13:40.

_____. **Decreto nº 84.934, de 21 de Julho de 1980**. 1980. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Atos/decretos/1980/D84934.html >. Acesso em: 27/08/2020 as 22:43.

_____. **Constituição da República Federativa do Brasil**. 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 11/09/2020 às 12:55.

_____. **Lei nº 7.716 de 5 de Janeiro de 1989**. 1989. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7716.htm >. Acesso em: 16/09/2020 às 11:42.

_____. **Lei nº 8.078 de 11 de Setembro de 1990.** 1990a. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm>. Acesso em: 11/09/2020 às 12:58.

_____. **Lei nº 8.069 de 13 de Julho de 1990.** 1990b. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm>. Acesso em: 16/09/2020 às 11:32.

_____. **Lei nº 8.112 de 11 de Dezembro de 1990.** 1990c. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8112cons.htm>. Acesso em: 12/09/2020 às 23:45.

_____. **Lei nº 8.623/1993.** 1993. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8623.htm>. Acesso em: 11/09/2020 às 13:01.

_____. **Lei nº 9.279, de 14 de Maio de 1996.** 1996. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm>. Acesso em: 27/08/2020 as 22:20.

_____. **Lei nº 9.503 de 23 de Setembro de 1997.** Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9503Compilado.htm>. Acesso em: 11/09/2020 às 13:06.

_____. **Lei nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998.** 1998. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm >. Acesso em: 12/09/2020 às 13:16.

_____. **Decreto nº 3.500, de 9 de Junho de 2000.** 2000. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D3500.htm>. Acesso em: 10/07/2020 as 16:30.

_____. **Lei nº 10.233 de 5 de Junho de 2001.** 2001. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/LEIS_2001/L10233.htm>. Acesso em: 12/09/2020 às 13:18.

_____. **Lei nº 10.741 de 1º de Outubro de 2003.** 2003a. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.741.htm>. Acesso em: 16/09/2020 às 11:30.

_____. **Lei nº 10.826 de 22 de Dezembro de 2003.** 2003b. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.826compilado.htm>. Acesso em: 16/09/2020 às 11:34.

_____. **Lei Complementar nº 123, de 14 de Dezembro de 2006.**
2006a. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm>. Acesso em: 16/03/2020 às 11:56.

_____. **Lei nº 11.340 de 7 de Agosto de 2006.** 2006b. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2004-2006/2006/lei/l11340.htm>. Acesso em: 16/09/2020 às 11:28.

_____. **Lei nº 11.343 de 23 de Agosto de 2006.** 2006c. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2004-2006/2006/lei/l11343.htm>. Acesso em: 16/09/2020 às 11:38.

_____. **Lei nº 11.442 de 5 de Janeiro de 2007.** 2007a. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2007/lei/l11442.htm>. Acesso em: 12/09/2020 às 13:22.

_____. **Lei nº 11.637 de 28 de Dezembro de 2007.** 2007b. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2007/Lei/L11637.htm>. Acesso em: 12/09/2020 às 13:24.

_____. **Lei nº 11.771 de 17 de Setembro de 2008.** 2008a. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm>. Acesso em: 12/09/2020 às 13:24.

_____. **Lei nº 11.788 de 25 de Setembro de 2008.** 2008b. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2008/lei/l11788.htm>. Acesso em: 12/09/2020 às 13:28.

_____. **Resolução Contran nº 290 de 29 de Agosto de 2008.** 2008c. Disponível em: < https://www.gov.br/infraestrutura/pt-br/assuntos/transito/arquivos-denatran/resolucoes/resolucao_contran_290.pdf>. Acesso em: 12/09/2020 às 14:13.

_____. **Resolução Contran nº 317 de 5 de Junho de 2009.** 2009a. Disponível em: < https://www.gov.br/infraestrutura/pt-br/assuntos/transito/arquivos-denatran/resolucoes/resolucao_contran_317_09.pdf>. Acesso em: 12/09/2020 às 14:15.

_____. **Resolução Contran nº 318 de 5 de Junho de 2009.** 2009b. Disponível em: < https://www.gov.br/infraestrutura/pt-br/assuntos/transito/arquivos-denatran/resolucoes/resolucao_contran_318_09.pdf>.

[br/assuntos/transito/arquivos-](#)

[denatran/resolucoes/resolucao_contran_318_09.pdf](#) >. Acesso em: 12/09/2020 às 14:18.

_____. **Decreto nº 7.381 de 2 de Dezembro de 2010.** 2010. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2010/decreto/d7381.htm >. Acesso em: 12/09/2020 às 13:38.

_____. **Lei nº 12.527 de 18 de Novembro de 2011.** Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm >. Acesso em: 16/09/2020 às 11:45.

_____. **Resolução Contran nº 416 de 9 de Agosto de 2012.** Disponível em: < <https://www.gov.br/infraestrutura/pt-br/assuntos/transito/conteudo-contran/resolucoes/resolucao-416-12.pdf> >. Acesso em: 12/09/2020 às 14:19.

_____. **Resolução Contran nº 445 de 25 de Junho de 2013.** 2013. Disponível em: < <https://www.gov.br/infraestrutura/pt-br/assuntos/transito/arquivos-denatran/resolucoes/resolucao4452013.pdf> >. Acesso em: 12/09/2020 às 14:21.

_____. **Portaria nº 14 de 30 de Janeiro de 2014.** 2014. Disponível em: < <http://www.turismo.gov.br/legislacao/?p=117> >. Acesso em: 12/09/2020 às 13:49.

_____. **Lei nº 13.267, de 06 de Abril de 2016.** 2016. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2016/lei/L13267.htm >. Acesso em: 12/02/2020 as 14:07.

_____. **Lei nº 13.467 de 13 de Julho de 2017.** 2017a. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2017/lei/l13467.htm >. Acesso em: 30/08/2020 às 20:12..

_____. **Portaria nº 39 de 10 de Março de 2017.** 2017b. Disponível em: < <http://www.turismo.gov.br/portaria-n%C2%BA-39,-de-10-de-mar%C3%A7o-de-2017> >. Acesso em: 12/09/2020 às 13:50.

_____. **Portaria nº 8 de 6 de Janeiro de 2017.** 2017c. Disponível em: < <http://www.turismo.gov.br/portaria-n%C2%BA-8-de-6-de-janeiro-de-2017.html> >. Acesso em: 12/09/2020 às 13:48.

_____. **Decreto nº 9.580 de 22 de Novembro de 2018.** 2018a. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/decreto/D9580.htm >. Acesso em: 12/09/2020 às 13:39.

_____. **Portaria nº 74 de 2 de Abril de 2018.** 2018b. Disponível em: < <http://www.turismo.gov.br/2018/11512-portaria-n%C2%BA-74,-de-2-de-abril-de-2018.html> >. Acesso em: 12/09/2020 às 13:51.

_____. **Portaria nº 105 de 20 de Junho de 2018.** 2018c. Disponível em: < <http://www.turismo.gov.br/2018.html?id=12207:Portaria-105-de-20-de-junho-de-2018> >. Acesso em: 12/09/2020 às 13:51.

_____. **Portaria nº 162 de 30 de Outubro de 2018.** 2018d. Disponível em: < <http://www.turismo.gov.br/2018.html?id=12081:Portaria-162-de-30-de-outubro-de-2018> >. Acesso em: 12/09/2020 às 13:53.

_____. **Portaria nº 182 de 13 de Dezembro de 2018.** 2018e. Disponível em: < <http://www.turismo.gov.br/2018.html?id=12232:Portaria-182-de-17-de-dezembro-de-2018> >. Acesso em: 12/09/2020 às 13:54.

_____. **Lei nº 13.869 de 5 de Setembro de 2019.** 2019. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13869.htm >. Acesso em: 12/09/2020 às 23:47.

_____. **Código de Ética Mundial para o Turismo.** [201-?]a. Disponível em: < http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/PREVIEW_MTUR_Codigo_de_Etica_Turismo_120_210mm_Portugues.pdf >. Acesso em: 27/08/2020 às 22:53.

_____. **Código CNAE Secundaria;** [201-?]b. Disponível em: < https://www38.receita.fazenda.gov.br/cadsincnac/jsp/coleta/ajuda/topicos/Codigo_CNAE_Secundaria.htm#:~:text=Codigo%20CNAE%20Secundaria&text=Pod er%C3%A3o%20ser%20informadas%20at%C3%A9%201999,como%20secund%C3%A1ria%20e%20vice%20Diversa. >. Acesso em: 02/12/2020 às 20:15.

BSIGROUP. **ISO 22000 - Gestão de Segurança de Alimentos.** 2020. Disponível em: < <https://www.bsigroup.com/pt-BR/ISO-22000-Seguranca-de-Alimentos/> >. Acesso em: 11/09/2020 às 19:35.

CAMALOON. **Camaloon.** 2020. Disponível em: <<https://camaloon.com/pt>>. Acesso em: 02/09/2020 às 20:25.

CAETREINAMENTOS. **O que é Kaizen e como aplicar a ferramenta veloz de melhoria contínua.** 2019. Disponível em: <

CERTIFICACAOISO. **ISO 9001.** 2018. Disponível em: <<https://certificacaoiso.com.br/iso-9001/>>. Acesso em: 11/09/2020 às 19:39.

_____. **OHSAS 18001 E A NOVA ISO 45001.** 2020. Disponível em: <<https://certificacaoiso.com.br/ohsas-18001/>>. Acesso em: 11/09/2020 às 19:34.

CFC. **NBC TA 230(R1).** 2016. Disponível em: <[https://www1.cfc.org.br/sisweb/SRE/docs/NBCTA230\(R1\),2016/NBCTA230\(R1\).pdf](https://www1.cfc.org.br/sisweb/SRE/docs/NBCTA230(R1),2016/NBCTA230(R1).pdf)>. Acesso em: 12/09/2020 às 14:08.

_____. **NBC TA 250.** 2019. Disponível em: <https://www1.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx?codigo=2019/NBCTA250>. Acesso em: 12/09/2020 às 14:10.

CNMP. **ABNT NBR 15570.** 2009. Disponível em: <https://www.cnmp.mp.br/portal/images/Comissoes/DireitosFundamentais/Acessibilidade/NBR_15570-2009_Transp_Coletivo_Urbano.pdf>. Acesso em: 12/09/2020 às 13:35.

CONSULTORIAISO. **O que é Certificação ISO?** 2017. Disponível em: <

DESKMANAGER. **O que significa SLA? Aprenda o seu conceito e como fazer.** 2018. Disponível em: <<https://blog.deskmanager.com.br/o-que-significa-sla/>>. Acesso em: 13/09/2020 às 11:17.

ENDEAVOR. **Como achar o preço ideal para seus produtos ou serviços? A resposta pode ser o markup.** [201-?]. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/marketing/markup/>>. Acesso em: 31/08/2020 às 18:32.

EDUVIR. **O poder da roupa na construção da imagem.** 2016. Disponível em: < <http://eduvir.com.br/novo/o-poder-da-roupa-na-construcao-da-imagem/>>. Acesso em: 30/08/2020 às 21:39.

FLUXO. **Planejamento estratégico: o que é, como fazer e benefícios esperados.** 2016. Disponível em: <https://fluxoconsultoria.poli.ufrj.br/blog/gestao-empresarial/planejamento-estrategico-o-que-e-como-fazer-beneficios/?gclid=Cj0KCQiAs67yBRC7ARIsAF49CdUdF83XVCUHUcnjAO-C_RZlaua-UkPCIRhOc_Alry9pcBwX4mzVffwaAklwEALw_wcB>. Acesso em: 18/02/2020 às 06:43.

GOOGLE. **Waze – GPS, Mapas, Alertas, Trânsito em Tempo Real.** [201-?]. Disponível em: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.waze&hl=pt_BR>. Acesso em: 30/08/2020 às 14:00.

HINC. **3 MÉTODOS PARA APLICAR A GESTÃO DA QUALIDADE NA SUA EMPRESA.** 2016. Disponível em: <https://hinc.com.br/gestao-da-qualidade-3-metodos/>>. Acesso em: 11/09/2020 às 19:05.

IFS. **Marcas.** 2017. Disponível em: < <http://www.ifs.edu.br/marcas>>. Acesso em: 30/08/2020 às 13:46.

_____. **Resolução Nº 21/2019/CS/IFS. 2019.** 2019. Disponível em: < http://www.ifs.edu.br/images/dinove/docs/cie/CS_21_-_Aprova_Ad_Referendum_o_Regulamento_das_Empresas_Juniores_no_mbito_do_IF.pdf>. Acesso em: 09/12/2019 às 11:22.

_____. **Instituto Federal de Sergipe.** 2020a. Disponível em: < <http://www.ifs.edu.br/>>. Acesso em: 15/08/2020 às 23:41.

_____. **Quantidade de alunos por modalidade.** 2020b. Disponível em: < http://www.ifs.edu.br/proen/numeros/painel/quantidade_alunos_por_modalidade.html>. Acesso em: 08/09/2020 às 06:39.

_____. **Programas – DIREX.** 2020c. Disponível em < <http://www.ifs.edu.br/propex/antigo/index.php/programas-2>>. Acesso em: 24/10/2020 às 19:31.

IGBE. **Agências de Viagens.** 2020a. Disponível em: < <https://concla.ibge.gov.br/busca-online->

[cnae.html?view=subclasse&tipo=cnae&versao=10&subclasse=7911200](https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?view=subclasse&tipo=cnae&versao=10&subclasse=7911200)>.

Acesso em: 18/02/2020 as 05:47.

_____. **Operadores Turísticos**. 2020b. Disponível em: <
<https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?view=subclasse&tipo=cnae&versao=10&subclasse=7912100>>.

Acesso em: 18/02/2020 as 05:45.

_____. **CONCLA**. 2020c. Disponível em: <
<https://concla.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 10/07/2020 as 16:32.

I9CE. NBR ISO/IEC 20000-1:2020 – Tecnologia da informação – Gestão de serviços. 2020. Disponível em: < <https://www.i9ce.com.br/iso-20000-1-2020/>>. Acesso em: 13/09/2020 às 11:11.

JUCESE. Junta Comercial do Estado de Sergipe. 2020. Disponível em: < <https://www.jucese.se.gov.br/>>. Acesso em: 14/03/2020 às 12:29.

JÚNIOR, Brasil. DNA Júnior Livro II: Primeiros Passos. 2015a. Disponível em: < https://brasiljunior.org.br/books/DNAJunior_Livro_II_-_Primeiros_Passos.rar>. Acesso em: 10/12/2019 as 16:44.

_____. **DNA Júnior Livro III: Regulamentação**. 2015b. Disponível em: <https://www.brasiljunior.org.br/static/books/DNAJunior_Livro_III_-_Regulamentacao.rar>. Acesso em: 10/12/2019 às 16:45.

_____. **DNA Júnior Livro II: Primeiros Passos**. 2015c. Disponível em: < https://www.brasiljunior.org.br/static/books/DNAJunior_Livro_II_-_Primeiros_Passos.rar>. Acesso em: 10/12/2019 às 16:44.

_____. **Selo EJ: Manual de Auditoria**. 2017. Disponível em: < https://uploads.brasiljunior.org.br/uploads/cms/ejseal/file/file/3/Manual_de_Auditoria_-_Selo_EJ_2017.pdf>. Acesso em: 01/03/2020 às 06:55.

_____. **Conheça o MEJ**. 2019a. Disponível em: <<https://brasiljunior.org.br/conheca-o-mej>>. Acesso em: 31/08/2020 às 17:14.

_____. **Planejamento Estratégico da Rede Moviemtno Empresa Júnior 2019-2021**. 2019b. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1a_q0bLPikuJpfn7agoH-L6prTf4fdV2h/view>.

Acesso em: 31/08/2020 às 17:16.

_____. **Brasil Júnior**. 2020. Disponível em: <
<https://brasiljunior.org.br/>>. Acesso em: 10/07/2020 as 23:18.

KACZANOSKI, Aline; CRUZ, Jéssica Rech da Silva da; PRÁ, Pâmea Perreira Dal; AVER, Vagner; BOSCHI, Cristiane Guazzelli. **Formação do preço de venda baseada na planilha do método Mark up.** Serra Gaúcha, 2013. V.4, N.1. Disponível em: <
<http://ojs.fsg.br/index.php/anaiscontabeis/article/view/320/460>>. Acesso em: 31/08/2020 às 19:14.

LAUER, Gracieli Inês; ZONATTO, Vinícius Costa da Silva. **Mensuração e Análise do Resultado em Empresas Comerciais:** Uma investigação sobre estratégias de formação do preço de venda para maximização de resultados. Dom Alberto, 2017. Disponível em: <
<https://domalberto.edu.br/wp-content/uploads/sites/4/2017/10/MENSURA%C3%87%C3%83O-E-AN%C3%81LISE-DO-RESULTADO-EM-EMPRESAS-COMERC.pdf>>. Acesso em: 31/08/2020 às 18:50.

LEGISWEB. **Lei nº 4.930 de 18/09/2017.** 2017a. Disponível em: <
<https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=351098#:~:text=Disp%C3%B5e%20sobre%20o%20exerc%C3%ADcio%20da,3%C2%BA%20e%206%C2%BA%20do%20art.&text=1%C2%BA%20O%20exerc%C3%ADcio%20da%20profiss%C3%A3o,pela%20Lei%20n%C2%BA%208.623%2F1993%20>>. Acesso em: 12/09/2020 às 14:03.

_____. **Lei nº 8.373 de 20/12/2017.** 2017b. Disponível em: <
<https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=355788#:~:text=Disp%C3%B5e%20sobre%20o%20exerc%C3%ADcio%20da,Art.>>. Acesso em: 12/09/2020 às 14:05.

LUZ. **Planejamento Estratégico:** o que é e como fazer. 2014. Disponível em: < <https://blog.luz.vc/como-fazer/planejamento-estrategico/>>. Acesso em: 18/02/2020 às 06:52.

NOMUS. **Certificação ISO 14001: o que é, para que serve e como a sustentabilidade pode beneficiar sua indústria.** 2020. Disponível em: <
<https://www.nomus.com.br/blog-industrial/certificacao-iso-14001-o-que-e-para-que-serve/>>. Acesso em: 11/09/2020 às 19:36.

ONU. **Declaração Universal dos Direitos Humanos.** 2009. Disponível em: <
<https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2018/10/DUDH.pdf>>. Acesso em: 11/09/2020 às 12:52.

_____. **Conheça os novos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU.** 2015. Disponível em: < <https://nacoesunidas.org/conheca-os-novos-17-objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel-da-onu/>>. Acesso em: 27/08/2020 as 22:16.

OPSERVICES. **O QUE É SLA: ENTENDA O SIGNIFICADO DE SERVICE LEVEL AGREEMENT.** 2015. Disponível em: < <https://www.opservices.com.br/o-que-e-sla/>>. Acesso em: 13/09/2020 às 11:18.

PENSER. **Técnicas de feedback: 15 formas de melhorar (e muito) esse processo.** 2018. Disponível em: <<https://penser.com.br/tecnicas-de-feedback/>>. Acesso em: 11/09/2020 às 19:04.

PM. **Batalhão de Policiamento Turístico – BPTur.** 2020. Disponível em: < <http://pm.se.gov.br/unidades/especializadas/bptur/>>. Acesso em: 13/09/2020 às 14:05.

PORTALDOBITCOIN. **Nubank questiona se vale a pena investir na poupança e mostra alternativas.** 2020. Disponível em: <<https://portaldobitcoin.uol.com.br/nubank-questiona-se-vale-a-pena-investir-na-poupanca-e-mostra-alternativas/>>. Acesso em: 17/03/2020 as 10:50.

PORTALDOFRANCHISING. **Portal do Franchising.** 2020. Disponível em: < <https://www.portaldofranchising.com.br/>>. Acesso em: 10/07/2020 as 16:55.

PORTALEDUCAÇÃO. **O Produto Turístico.** Disponível em: < <https://siteantigo.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/turismo-e-hotelaria/o-produto-turistico/22748>>. Acesso em: 18/02/2020 as 05:57.

PRIBERAM. **Adimensional.** 2020. Disponível em: < <https://dicionario.priberam.org/adimensionais>>. Acesso em: 30/08/2020 as 09:29.

PROPAGTUR. **Propagtur Viagens e Turismo.** 2020. Disponível em: < <https://www.propagtur.com.br/>>. Acesso em: 10/07/2020 as 17:32.

RAPIDOCARD. **O poder do crachá!** [201-?]. Disponível em: < <https://www.rapidocard.com.br/blog/52-o-poder-do-cracha>>. Acesso em: 30/08/2020 às 20:45.

RESULTADOSDIGITAIS. **O que é e como aumentar o ticket médio na sua empresa.** Disponível em: < <https://resultadosdigitais.com.br/blog/ticket-medio/#:~:text=Ticket%20m%C3%A9dio%20%C3%A9%20o%20valor,delas%2>>

[Oem%20um%20determinado%20per%C3%ADodo.>](#). Acesso em: 30/08/2020 as 10:10.

ROCKCONTENT. **Plano de Marketing**: o guia completo para criar o seu. 2019. Disponível em: < <https://rockcontent.com/br/blog/como-fazer-um-bom-plano-de-marketing/>>. Acesso em: 18/02/2020 as 06:11.

ROMÃO, João Guilherme; MARIANO, Kauê Kim Pesch. **Plano de negócios para uma agência de turismo**. Martinhos: UFPR-Setor Litoral, 2015. Disponível em: < <https://www.acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/44118/Joao%20Guilherme%20Romao.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 18/02/2020 as 06:47.

SALIM, César Simões [et al]. **Construindo planos de negócios**. 3.ed. rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005 - 10º reimpressão.

SAGE. **Conheça as principais ferramentas de gestão de qualidade**. 2019. Disponível em: <<https://blog.sage.com.br/as-principais-ferramentas-de-gestao-de-qualidade/>>. Acesso em: 11/09/2020 às 18:59.

SEBRAE. **Como Elaborar um Plano de Negócios**. Brasília, 2013a. Disponível em: < [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\\$File/2021.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/$File/2021.pdf)>. Acesso em: 27/08/2020 as 19:58.

_____. **Como formar o preço da venda**. 2013b. Disponível em: < <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MT/BIS/como%20formar%20o%20pre%C3%A7o%20de%20venda.pdf> >. Acesso em: 30/08/2020 as 09:36.

_____. **Como definir preço de venda**. 2018 Disponível em: < [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c621142097cebce2ae69ce12bbb2406f/\\$File/9921.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c621142097cebce2ae69ce12bbb2406f/$File/9921.pdf)>. Acesso em: 30/08/2020 as 10:05.

_____. **Conheça o valuation e saiba quanto vale sua empresa**. [201-?].a. Disponível em: < <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigosInovacao/conheca-o-valuation-e-saiba-quanto-vale-sua->

[empresa,290732f8d0cbf410VgnVCM1000004c00210aRCRD](#) >. Acesso em: 27/08/2020 as 21:59.

_____. **Canvas x Plano de Negócios**. [201-?]. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/canvas-x-plano-de-negocios,22eacd18a819d610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 27/08/2020 as 22:34.

_____. **Melhores Práticas na Elaboração do plano de Negócio e Análise de Viabilidade**. [201-?]. Disponível em: <[https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/TO/Anexos/\[eBook%20SebraeBA\]%20Melhores%20pr%C3%A1ticas%20na%20elabora%C3%A7%C3%A3o%20do%20plano%20de%20neg%C3%B3cio%20e%20an%C3%A1lise%20de%20viabilidade.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/TO/Anexos/[eBook%20SebraeBA]%20Melhores%20pr%C3%A1ticas%20na%20elabora%C3%A7%C3%A3o%20do%20plano%20de%20neg%C3%B3cio%20e%20an%C3%A1lise%20de%20viabilidade.pdf)>. Acesso em: 31/08/2020 às 19:33.

SENAC. **Manual da Marca e da Identidade Visual**. 2015. Disponível em: <<http://www.dn.senac.br/wp-content/uploads/2017/03/manualmarca.pdf>>. Acesso em: 27/08/2020 as 22:11.

SITEWARE. **3 métodos de como calcular o valuation de uma startup**. 2020. Disponível em: <<https://www.siteware.com.br/metodologias/como-calcular-valuation-startup/>>. Acesso em: 19:21.

SOUZA, Katth Kalry Nascimento; MOREIRA, Heber Lavor. **Formação do Preço de Venda – Mark Up**. 2015. Disponível em: <<http://peritocontador.com.br/wp-content/uploads/2015/04/Katth-Kalry-Nascimento-de-Souza-Forma%C3%A7%C3%A3o-do-Pre%C3%A7o-de-Venda-Mark-Up.pdf>>. Acessado em 31/08/2020 às 19:19.

SPC. **Comparativo de Consumo em Lojas Físicas x Lojas Virtuais**. 2015. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/spc_brasil_analise_compras_on_off_mai_20151.pdf>. Acesso em: 28/08/2020 as 08:08.

SUAFRANQUIA. Sua Franquia .com: **O portal dos bons negócios**. 2020. Disponível em: <<https://www.suafranquia.com/>>. Acesso em: 10/07/2020 as 16:59.

SUNORESEARCH. ROE e ROIC: **Entenda a diferença entre esses dois indicadores**. 2017. Disponível em: <

<https://www.sunoresearch.com.br/artigos/roe-e-roic-entenda-diferenca/>>.

Acesso em: 27/08/2020 as 22:09.

TODAMATÉRIA. **Unidades de Medida**. [201-?]. Disponível em: < <https://www.todamateria.com.br/unidades-de-medida/>>. Acesso em: 30/08/2020 as 09:26.

TORORADAR. **ROE – Retorno sobre o Patrimônio Líquido**. [201-?]. Disponível em: < <https://www.tororadar.com.br/investimento/analise-fundamentalista/roe-retorno-sobre-o-patrimonio-liquido>>. Acesso em: 28/08/2020 as 19:24.

TREASY. **O que é SGQ (Sistema de Gestão da Qualidade Total) e como ele pode ajudar a reduzir custos e melhorar os resultados**. 2016. Disponível em: <<https://www.treasy.com.br/blog/sgg-sistema-de-gestao-da-qualidade-total/>>. Acesso em: 11/09/2020 às 19:02.

_____. **Veja como o Valor Presente Líquido (VPL) ajuda na análise de viabilidade de um investimento**. 2017. Disponível em: <<https://www.treasy.com.br/blog/valor-presente-liquido-vpl/>>. Acesso em: 31/08/2020 às 18:04.

TRIBUTUS. **Tem lucrado, mas não sabe calcular o EBITDA? Não se preocupe, vamos te ensinar o que é e como fazer!**. 2020. Disponível em: <<https://tributus.cnt.br/blog/contabilidade-na-crise/tem-lucrado-mas-nao-sabe-calculiar-o-ebitda-nao-se-preocupe-vamos-te-ensinar-o-que-e-e-como-fazer/>>. Acesso em: 31/08/2020 às 18:21.

WIKIPEDIA. **Ficheiro:Google Earth icon.svg**. 2017. Disponível em: < https://pt.m.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Google_Earth_icon.svg >. Acesso em: 30/08/2020 as 13:32.

_____. **Ficheiro:Google Maps Logo 2020.svg**. 2020. Disponível em: < https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Google_Maps_Logo_2020.svg >. Acesso em: 30/08/2020 as 13:34.

APÊNDICE D. Planilha Financeira e Contábil

**PLANILHA FINANCEIRA E CONTÁBIL DA EMPRESA JÚNIOR DE
TURISMO DO INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE**

Esta seção representa as tabelas geradas nos cálculos da Seção 7 do Plano de Negócio da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe. Todas as imagens foram copiadas da “Planilha Financeira e Contábil da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe”, construída no software Microsoft® Excel 2007, usada para gerar os cálculos e as tabelas, totalizando 28 tabelas em uma única planilha eletrônica. Esta planilha foi entregue à Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Sergipe no Campus Aracaju juntamente com esta monografia através da extensão “.xlsx”.

A Figura 12 representa a Tela Inicial da Planilha Eletrônica, contendo as principais informações sobre tudo que existe na planilha. Existem 9 variáveis numéricas (Figura 12) que podem ser modificadas pelo usuário com objetivo de obter simulações das outras 27 tabelas, no Apêndice C as tabelas da Planilha Eletrônica estão representadas pelas Tabelas de iniciando no número 1 até a Tabela de número 27.

Somente poderá haver modificação das variáveis na Tabela da Tela inicial da Planilha Financeira e Contábil. Todas as outras tabelas são apenas demonstrativas e dependem de todos os valores inseridos nas 9 variáveis na Tabela da Tela Inicial da Planilha Eletrônica.

As 9 variáveis são responsáveis por gerar centenas de cálculos automáticos nas outras 27 tabelas. Por padrão, foram definidos valores estimados para servirem de referência no momento de simular outros valores.

As variáveis que podem ser modificadas na Tabela da Tela Inicial são:

1. Quantidade de Clientes Pagantes (por ônibus);
2. Valor do Serviço Turístico (por cliente);
3. Quantidade de Viagens de ônibus (mensal);
4. Souvenirs (valor unitário por cliente);
5. Lanche (valor unitário por cliente);
6. Almoço (valor unitário por cliente);

7. Seguro Viagem (valor unitário por cliente);
8. Aluguel de Ônibus;
9. Guia de Turismo.

A Planilha foi estruturada para ter acesso, apenas, nas 9 variáveis numéricas que podem ser modificadas por qualquer usuário (Figura 13), garantido a integridade das fórmulas, dos cálculos e das automatizações inseridas em toda pasta de trabalho. Todas as outras informações foram bloqueadas para evitar perda de informações e para evitar a perda das fórmulas inseridas.

Para desbloquear cada aba da Planilha Eletrônica basta acessar a opção “Revisão” (Figura 14) encontrada na aba superior do software Microsoft® Excel 2007, depois clicar em “Desproteger Planilha” (Figura 15) e digitar a palavra “augusto” para ter acesso a todas as células da planilha (Figura 16). Desbloquear o acesso às células pode causar danos irreversíveis ao projeto original, por este motivo a entrega foi feita com a maioria das células da planilha bloqueadas, com acesso, apenas, em 9 variáveis numéricas.

Além disso, foram inseridos botões em todas as planilhas da pasta de trabalho para que haja facilidade de transição entre quase 30 abas contendo mais de 27 tabelas (Figura 17).

INSTITUTO
FEDERAL
Sergipe

Figura 12. Tela Inicial da Planilha Financeira e Contábil

PLANILHA FINANCEIRA E CONTÁBIL DA EMPRESA JÚNIOR DE TURISMO DO INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE

INSERIR INFORMAÇÕES AQUI

Descrição	Inserir Valores Aqui	Valores Originais
Quantidade de Clientes Pagantes (por ônibus)	40	40
Valor do Serviço Turístico (por cliente)	R\$ 75,00	R\$ 75,00
Quantidade de Viagens de Ônibus (mensal)	4	4
Souvenirs (valor unitário por cliente)	R\$ 4,00	R\$ 4,00
Lanche (valor unitário por cliente)	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Almoço (valor unitário por cliente)	R\$ 20,00	R\$ 20,00
Seguro Viagem (valor unitário por cliente)	R\$ 2,00	R\$ 2,00
Aluguel de ônibus	R\$ 450,00	R\$ 450,00
Guia de Turismo	R\$ 200,00	R\$ 200,00

CLIQUE NA TABELA QUE DESEJA ACESSAR

Tabela 1. Patrimônio Líquido. (Material)	Tabela 8. Margem Líquida Mensal (Lucratividade Mensal)	Tabela 15. Rentabilidade e Lucratividade Anual	Tabela 22. TICKET MÉDIO
Tabela 2. Faturamento por Viagem	Tabela 9. Margem Bruta	Tabela 16. Ebita (Láida)	Tabela 23. Ponto de Equilíbrio por Viagem
Tabela 3. Custo Fixo Mensal	Tabela 10. Margem de Contribuição (Lucro Bruto)	Tabela 17. Estimativa de Fluxo Financeiro (5 Anos)	Tabela 24. Principais Métricas
Tabela 4. Estimativa Mensal	Tabela 11. Índice de Margem de Contribuição	Tabela 18. Valuation (Venture Capital)	Tabela 25. Demonstrativo de Resultados
Tabela 5. Estimativa de Salário Fixo Mensal	Tabela 12. Uso do Lucro Líquido Mensal	Tabela 19. Retorno Sobre Equidade (ROE)	Tabela 26. Construção de Cenários
Tabela 6. Investimento Total para Iniciar	Tabela 13. Estimativa de Faturamento Anual	Tabela 20. Retorno sobre o Capital Investido (ROIC)	Tabela 27. Quantidade de Clientes
Tabela 7. Prazo de Retorno do Investimento (PRI)	Tabela 14. Valor Presente Líquido da Empresa Júnior de Turismo do IFS	Tabela 21. MARKUP (mensal)	09/09/2020 15:50

Elaboração: José Augusto Alves dos Anjos Santos, 2020.

Voltar | Página Inicial | Avançar

Figura 13. Variáveis Numéricas que podem ser modificadas

INSERIR INFORMAÇÕES AQUI		
Descrição	Inserir Valores Aqui	Valores Originais
Quantidade de Clientes Pagantes (por ônibus)	40	40
Valor do Serviço Turístico (por cliente)	R\$ 75,00	R\$ 75,00
Quantidade de Viagens de Ônibus (mensal)	4	4
Souvenirs (valor unitário por cliente)	R\$ 4,00	R\$ 4,00
Lanche (valor unitário por cliente)	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Almoço (valor unitário por cliente)	R\$ 20,00	R\$ 20,00
Seguro Viagem (valor unitário por cliente)	R\$ 2,00	R\$ 2,00
Aluguel de ônibus	R\$ 450,00	R\$ 450,00
Guia de Turismo	R\$ 200,00	R\$ 200,00

Figura 14. Localização da aba “Revisão”

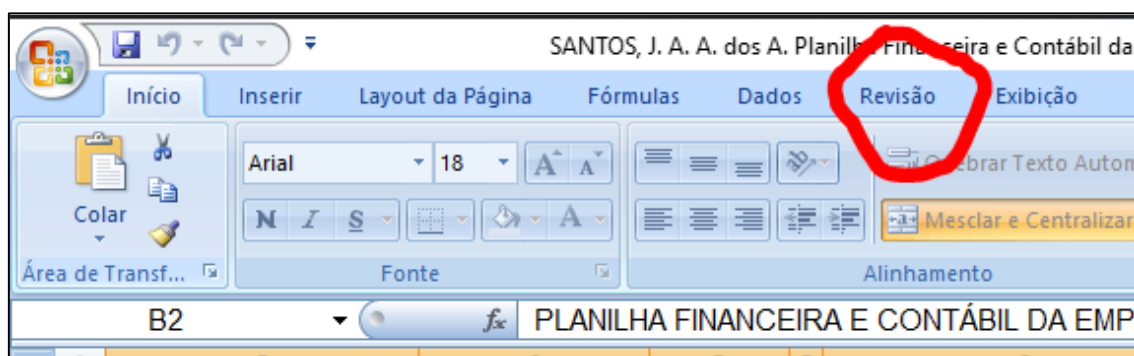


Figura 15. Localização da aba “Desproteger Planilha”

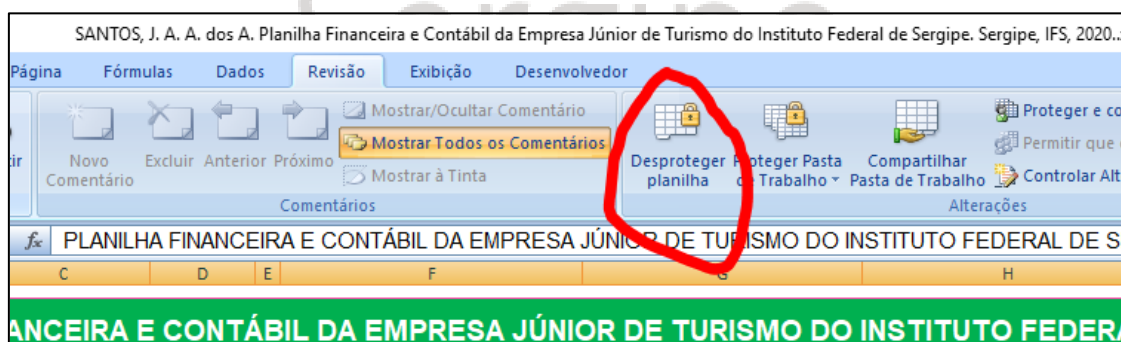


Figura 16. Local para digitar senha de desbloqueio da Planilha visualizada

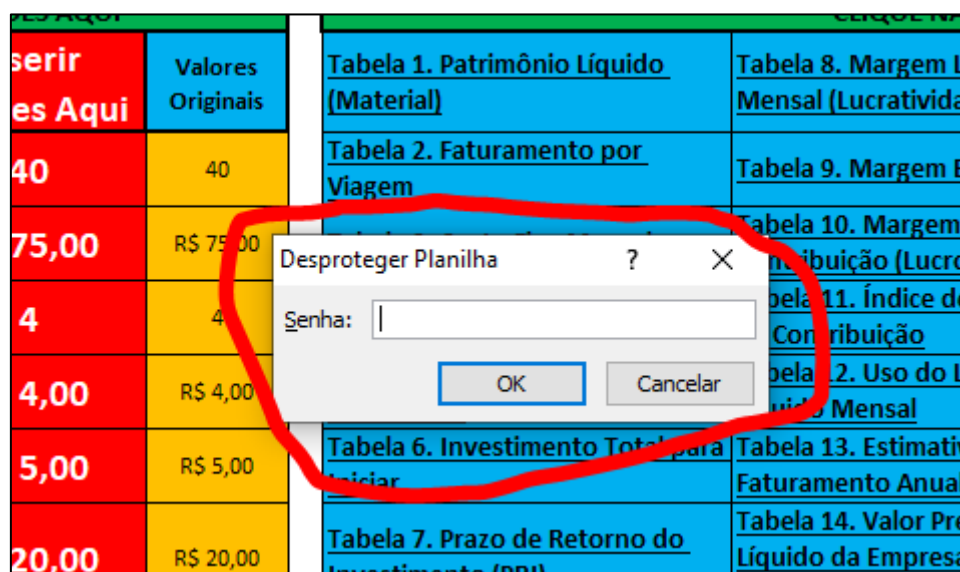
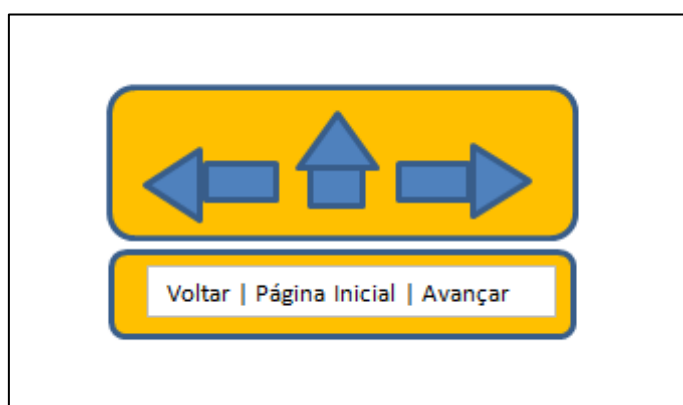


Figura 17. Modelo de Botões de Transição entre abas da Planilha



Esta Planilha gerada no Microsoft® Excel 2007 poderá ser usada como modelo para a construção de outras planilhas financeiras e contábeis para outros serviços turísticos, como a consultoria, treinamentos, hospedagens, bares, restaurantes, casa noturnas, festas, eventos, aluguel de ônibus, aluguel de carros etc.

As fontes das figuras 12, 13, 14, 15, 16 e 17 são do arquivo eletrônico de nome “Planilha Financeira e Contábil da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.xlsx”, que está em posse da Coordenação de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, Campus Aracaju.

APÊNDICE E. Estatuto Social

**ESTATUTO SOCIAL DA EMPRESA JÚNIOR DE TURISMO DO
INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE**

Dispõe sobre a criação, funcionamento, direitos, deveres e obrigações da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, com funcionamento perante o Instituto Federal de Sergipe, conforme determina o § 2º, do artigo 2º da Lei nº 13.267/2016.

CAPÍTULO I - DA DENOMINAÇÃO, SEDE, DURAÇÃO E FINALIDADE

Art. 1º. A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe é uma associação civil sem fins lucrativos, com sede e foro jurídico na Avenida Engenheiro Gentil Tavares, nº 1.166, bairro Getúlio Vargas, cidade de Aracaju, Estado de Sergipe, CEP 49055-260, sede do Instituto Federal de Sergipe – Campus Aracaju, Sala Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, com prazo de duração indeterminado, que se regerá pelo presente Estatuto e pelas disposições legais aplicadas.

§ 1º - A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe não depende de outras instituições para seu funcionamento, apenas possui vínculo de interesse mútuo com o Instituto Federal de Sergipe, podendo acordar termos de parcerias com quaisquer outras instituições, empresas privadas e empresas públicas, para o melhor desenvolver as atividades ofertadas ao mercado.

§ 2º - A Associação Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe atuará na área do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

§ 3º - Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe será inscrita como associação civil no Registro Civil das Pessoas Jurídicas e no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica, conforme § 1º, do artigo 2º da Lei nº 13.267/2016.

§ 4º - A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe está vinculada a Instituição de Ensino Superior chamada Instituto Federal de Sergipe e desenvolverá atividades relacionadas ao campo de abrangência do curso de graduação indicado neste estatuto, nos termos do estatuto e conforme o regimento interno da instituição de ensino superior, vedada qualquer forma de ligação partidária, de acordo com o § 2º, do artigo 2º da Lei nº 13.267/2016.

§ 5º - A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe será gerida por discentes matriculados e ativos no Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, conforme artigo 3º da Lei nº 13.267/2016.

Art. 2º. A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe tem por finalidade:

I – Construir uma formação acadêmica avançada através da atividade de extensão universitária denominada de Empresa Júnior, proporcionando aprimoramentos da formação acadêmica, social, profissional e cultural dos (as) discentes dos cursos de graduação e dos cursos técnicos do Instituto Federal de Sergipe;

II – Promover a todos (as) os (as) discentes envolvidas com a Empresa Júnior condições físicas e condições informacionais para aplicar a prática dos conhecimentos teóricos relativo a cada disciplina do curso à que se está vinculado (a);

III - Desenvolver atividades, para membros e para pessoas do mercado de vinculados ao turismo, com características instrutivas, sociais, científicas, profissionais e culturais tendo como base as informações de ensino, de pesquisa e de extensão do Instituto Federal de Sergipe;

IV - Produzir documentos técnicos, como estudos, diagnósticos e relatórios sobre assuntos inerentes a área de atuação do curso do IFS que se está vinculado (a), assim que for solicitado por terceiros ou quando for do interesse da própria Empresa Júnior;

V - Proporcionar capacitações empresarias, capacitações técnicas e vivência no mercado de trabalho para membros da Empresa Júnior antes da conclusão do curso de graduação, produzindo aperfeiçoamento ao (à) discente, contribuindo para a ampliação humana, profissional e acadêmica;

VI - Promover o agenciamento de estágios e de emprego para as empresas, de maneira a auxiliar a inserção dos membros da Empresa Júnior com maior agilidade e profissionalismo no mercado de trabalho, intercambiando a Instituição de Ensino Superior com as demais entidades públicas e privadas;

VII - Diagnosticar problemas e propor a implantação de soluções. Se possível, executar as soluções;

VIII - Integrar os membros da Empresa Júnior socialmente e profissionalmente de acordo com preceitos éticos, naturais e legais;

IX - Elogiar e respeitar discentes, docentes e a Instituição de Ensino no âmbito profissional, no âmbito pessoal e no âmbito acadêmico;

X - Oferecer acesso às pessoas e às empresas que possuam dificuldade de pagar integralmente pelos serviços ofertados pela Empresa Júnior;

XI - Preparar profissionalmente acadêmicos (as) do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo e do Curso Técnico em Guia de Turismo do IFS através de eventos como os fóruns, seminários, workshops, cursos presenciais, cursos online simpósios e congressos;

XII - Disseminar trabalhos acadêmicos de discentes e de docentes do IFS;

XIII – Incentivar, capacitar os discentes e o mercado através dos softwares, aplicativos e plataformas virtuais que atualmente não estão sendo usados no curso de graduação de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

§ 1º - Constitui como atividade prioritária da Empresa Júnior do Instituto Federal de Sergipe a criação e a implantação de projetos de agenciamento de viagens inerentes à atuação do (a) profissional de Turismo, sempre com o acompanhamento de um (a) docente indicado (a) pelo (a) docente orientador (a) do projeto Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

§ 2º - Constituem, dentre outras atividades prioritárias da Empresa Júnior do Instituto Federal de Sergipe a criação e implantação de projetos de

consultoria e/ou de assessoria inerentes à atuação do profissional de Turismo, sempre com o acompanhamento de um (a) docente indicado (a) pelo (a) docente orientador (a) do projeto Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

§ 3º - As finalidades da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe serão alcançadas pela conexão dos projetos, dos serviços, dos eventos, dos cursos e dos convênios, apenas, com entidades públicas ou entidades privadas legalmente constituídas.

§ 4º – A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe não se agrupará com discentes que possuem finalidade diferentes das que foram citadas acima.

§ 5º – A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe não deverá concorrer com Centros Acadêmicos ou com o Diretório Central dos Estudantes, devendo sempre agir com harmonia, respeito e gratidão.

§ 6º - As principais prioridades da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe são:

I – Marketing

É imprescindível ter canal no YouTube, Instagram e Facebook.

No YouTube e no Instagram, deve-se fazer 3 vídeos semanais, sendo 2 com menos de 5 minutos e 1 com mais de 30 minutos;

Deverá possuir site e aplicativo, com mesclagem de todas as outras mídias digitais;

Deverá fazer panfletagens com regularidade;

Deverá elaborar e distribuir revista sobre assuntos da Empresa Júnior, Turismo e Instituto Federal de Sergipe.

II – Lista de Clientes

Esta é a prioridade que mais deve se investir tempo e dedicação por parte de todos que estiverem envolvidos nesta tarefa;

A construção da lista facilitará todas as interações, publicações, divulgações e relacionamentos com os clientes;

De preferência, deve-se focar em pessoas que gerenciem várias outras pessoas, pois assim se fará poucos contatos para alcançar o objetivo de gerar grande número de vendas;

Deve ser incluída a maior quantidade possível de informações sobre cada cliente, como: nome, telefone, e-mail, contatos de redes sociais, local de trabalho, cargo e função que ocupa, perfil psicológico de conversa, número de pessoas que o cliente é capaz de persuadir.

III – Capacitação/Treinamento Interno

Todos deverão saber, nos mínimos detalhes, tudo que lhe cabe em sua respectiva função ou cargo;

Deverão entender como está estruturado todo funcionamento da empresa para saber resolver conflitos de forma rápida;

Todos deverão ter alto domínio em programas de computador;

Algumas pessoas deverão dominar a arte de relacionamento com pessoas; e

Pelo menos duas, deverão entender profundamente sobre contabilidade e tudo que envolve as questões financeiras da empresa;

A abordagem, capacitação e treinamentos psicológicos para fortalecimento/entendimento emocional é imprescindível para fazer a empresa funcionar de forma harmoniosa e com foco nas metas definidas previamente.

IV – Federação na Brasil Júnior

Todos preparar a Empresa Júnior e todos os membros para a Federação junto a Brasil Júnior;

Verificar os e-books disponibilizados no site oficial da Brasil Júnior para cumprir todas as regras para obter o Selo de certificação da Brasil Júnior;

Resumidamente, é necessário ter: Estatuto Social; Regimento Interno; Ata de Eleição e Posse da Gestão em Exercício; Ficha Cadastral da pessoa jurídica (FNPJ); Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ); Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais; Certidão Simplificada; Certidão Negativa de Débitos Municipais; Certificado de Regularidade do FGTS; Comprovante de Conta Bancária Ativa; Livro Diário; Relação Anual de Informações Sociais - RAIS Negativa; Declaração de infraestrutura; Declaração de representantes; Contrato de Prestação de Serviço; Declaração e Termo de Voluntariado; Comprovante de Reconhecimento da Instituição de Ensino Superior; Nota fiscal.

§ 7º - Para facilitar a criação de documentos exigidos para a Federação junto a Brasil Júnior, poderá ser pesquisado na internet documentos de outras

Empresas Juniores e usá-las como referência e modelo para a criação do documento da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

Art. 3º A Empresa Júnior do Instituto Federal de Sergipe tem por missão, visão, valores, prioridades, objetivos e direcionamentos institucionais:

§ 1º - Constitui Missão da Empresa Júnior do Instituto Federal de Sergipe: “Desenvolver competências técnicas e competências profissionais na área de turismo contribuindo para o desenvolvimento econômico e social local”.

§ 2º - Constitui Visão da Empresa Júnior do Instituto Federal de Sergipe: “Obter reconhecimento do Trade Turístico de Sergipe ao oferecer serviços técnicos especializados em um prazo de 18 meses”.

§ 3º - Constitui Valores da Empresa Júnior do Instituto Federal de Sergipe, por ordem de importância: Comunicação; Cooperação; Comprometimento; Trabalho; Ética; Status; Autonomia; Criatividade; Tecnologia; Inovação.

§ 4º - Constituem Prioridades da Empresa Júnior do Instituto Federal de Sergipe: Marketing; Lista de Clientes; Treinamento/Capacitação Interna; Regulamentação na Brasil Júnior.

§ 5º - Constituem Objetivos e Direcionamentos Institucionais da Empresa Júnior do Instituto Federal de Sergipe:

I – Proporcionar através da integração com outras atividades de extensão dos cursos de graduação do Instituto Federal de Sergipe, a prestação de serviços através da coesão de discentes, docentes e empresários (as) demandantes destes serviços oferecidos;

II – Fomentar o Turismo Regional no Estado de Sergipe;

III - Vender por mês quatro grandes pacotes que possam completar quatro ônibus de quarenta e quatro lugares;

IV - Aumentar anualmente em 20% o número de grandes pacotes vendidos;

V - Ser, em dois anos, a melhor agência acadêmica de viagens sergipana que vende pacotes exclusivos para grandes instituições e empresas;

VI - Prestar Serviços de Consultoria e Assessoria às empresas públicas e privadas, inserindo discentes no mercado de trabalho, interligando a teoria com a prática;

VII - Favorecer com o crescimento das empresas privadas, das empresas públicas e dos (as) profissionais atuantes no Turismo de Sergipe, contribuindo com a lucratividade, geração de empregos, geração de estágios e as soluções que serão de benefício da população;

VIII – Desenvolver a análise crítica e a análise analítica dos membros da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

IX - Oferecer serviços de benefício igual ou maior dos que já existem no mercado de turismo do Estado de Sergipe;

X - Fortalecer a imagem do Instituto Federal de Sergipe, através de todos os serviços ofertados pela Empresa Júnior.

Art. 4º – No desenvolvimento de suas atividades, a Empresa Júnior do Instituto Federal de Sergipe não tomará parte em manifestações de manifestação de raça, cor, política, gênero, cultura, crença, sexo ou religião.

CAPÍTULO II - QUADRO SOCIAL, DIREITOS E DEVERES

Seção I

Do Quadro Social

Art. 5º – Os membros da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe serão compostos nas seguintes categorias:

I - Do Membro Efetivo: discentes pertencentes ao Instituto Federal de Sergipe, e que tenham sido Membro Trainee pelo prazo mínimo de seis meses.

II - Do Membro Consultor Júnior: discentes dos cursos de graduação ou dos cursos técnicos do Instituto Federal de Sergipe, que venham a desenvolver projetos ou outras atividades na Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe por tempo determinado.

III – Do Membro Honorário: toda pessoa física ou jurídica que não pertença ao corpo do Instituto Federal de Sergipe, que tenham contribuído ou estejam contribuindo de maneira expressiva para o desenvolvimento dos objetivos da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

IV – Do Membro Trainee: são os discentes matriculados e ativos no Instituto Federal de Sergipe que tenham sido aprovados em processo seletivo.

V – Do Membro Docente: professor (a) da Coordenação de Turismo do Instituto Federal de Sergipe que integre o Conselho de Administração e/ou o Conselho Fiscal da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

§ 1º - Não faz jus a qualquer remuneração o membro exercente de qualquer cargo ou função, ou por participar das atividades e projetos da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

§ 2º - A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe poderá custear as atividades, os projetos e os eventos, quando previamente autorizadas por escrito pelo servidor Coordenador do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFS, não possuindo essa liberalidade natureza remuneratória.

§ 3º - Toda atividade voluntária em prol da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe terá característica de vontade própria e deve seguir os procedimentos técnicos e jurídicos adotados pela mesma, incluindo as orientações do Instituto Federal de Sergipe. Todos os membros que desenvolverem atividades voluntárias na Empresa Júnior receberão Certificado com descrição específica.

§ 4º - As obrigações sociais da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe não serão vinculadas aos seus membros, ainda que subsidiariamente.

§ 5º - Os atos pessoais de qualquer membro são de responsabilidade de cada pessoa, desvinculando a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe de qualquer ato praticado fora dos padrões técnicos e jurídicos adotados pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe e pelo próprio IFS.

§ 6º - Os membros da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe só serão admitidos após aprovação em processo seletivo específico, excetuando-se os membros honorários.

§ 7º - Caso um Membro Efetivo se desvincule do curso de graduação do IFS no curso de uma gestão, o membro efetivo será desvinculado

automaticamente da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

Seção II

Dos Direitos Dos Membros

Art. 6º - São direitos dos Membros Efetivos:

I – Comparecer presencialmente ou de forma digital na modalidade ao vivo, votar e falar nas Assembleias Gerais;

II – Solicitar, a qualquer tempo, informações relativas às atividades, aos procedimentos técnicos e aos procedimentos jurídicos adotados pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

III – Utilizar toda a infraestrutura colocada à disposição pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, mediante aviso prévio de sete dias e autorização de pelo menos um Diretor Executivo, até 48 horas antes da autorização;

IV – Participar de serviços e de projetos, tanto interno quanto externos, assim que a Diretoria Executiva autorizar;

V – Participar de eleições para se tornarem membros da Diretoria da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

VI - Participar de eleições para se tornarem membros efetivos do Conselho Fiscal e do Conselho de Administração da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

VII – Solicitar reunião na modalidade Assembleia Geral.

Art. 7º – São direitos do Membro Docente da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe aqueles previstos nos incisos I, II, III, IV, VI e VII do Artigo 6º deste Estatuto.

Art. 8º – São direitos do Membro Consultor Júnior aqueles previstos nos incisos II, III, IV e VII do Artigo 6º deste Estatuto.

Art. 9º – São direitos do Membro Honorário aqueles previstos nos incisos II, III, IV e VII do Artigo 6º deste Estatuto.

Art. 10 – São direitos do Membro Trainee aqueles previstos nos incisos II, III, IV, VI e VII do Artigo 6º deste Estatuto.

Art. 11 – A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe poderá eleger um (a) Secretário (a), de forma direta e registrada em Ata

específica, que ficará responsável em registrar de forma digital ou física, as atas das reuniões e das Assembleias.

§ 1º – O (a) Secretário (a) será escolhido (a) pela Diretoria Executiva logo no início das atividades da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

§ 2º – O (a) mesmo (a) Secretário (a) poderá se manter no cargo quando houver nova gestão da Diretoria Executiva, ficando facultada à nova diretoria a permanência ou a mudança da pessoa no cargo de Secretário (a).

§ 3º – Não existe tempo determinado para permanência de um (a) mesmo (a) Secretário (a) na Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, desde que continue com matrícula ativa nesta Instituição de Ensino Superior.

§ 4º – Se houver desligamento, desvinculação ou trancamento do curso da pessoa responsável pelo cargo de Secretário (a) da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, automaticamente haverá substituição de responsável pelo cargo de Secretário (a), tendo como próxima pessoa a ser escolhida alguém vinculado aos Membros Efetivos.

Seção III

Dos Deveres Dos Membros

Art. 12 – São deveres de todos os membros:

I – Obedecer ao Estatuto Social da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, as legislações técnicas internas além das decisões geradas pelas reuniões da Diretoria Executiva e das Assembleias Gerais;

II – Cumprir com grande atenção aos detalhes e com dedicação todas as tarefas exigidas pelo cargo a que foi eleito;

III – Executar as tarefas assumidas antes ou dentro dos prazos e de acordo com as condições determinadas previamente;

IV – Cumprir, defender e proteger os conceitos éticos recomendados durante o cumprimento das atividades profissionais na Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

V – Conceder importância pela presença e pela participação na Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, defendendo e

protegendo o patrimônio interno além de espalhar a cultura, filosofia e conceitos do Movimento Empresa Júnior (MEJ);

VI – Manter em segredo, durante e após a experiência profissional na Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, as informações relativas aos projetos desenvolvidos;

VII – Nunca proferir posições políticas, culturais, sociais ou religiosas, de forma pública, em nome da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

VIII - Apresentar-se fisicamente ou digitalmente em reuniões do tipo Assembleia Geral;

IX - Receber informações, por escrito, das atividades desenvolvidas pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, quando solicitada à Diretoria Executiva;

X - Fazer uso de todos os recursos físicos e os recursos digitais disponibilizados pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

XI - Solicitar comparecimento para reunião específica os órgãos deliberativos por meio de documento oficial do tipo requerimento, numerado e categorizado, por no mínimo 1/5 (20%) do total de membros da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

XII - Votar e ser votado;

XIII - Divulgar as atividades, quando autorizadas pela Diretoria Executiva, da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

XIV - Indenizar a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe por qualquer dano, previamente apurado, que for causado de forma direta ou por uma das pessoas convidadas para as reuniões ou para terem acesso a alguns dos itens físicos e digitais da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

XV - Manter atualizado os dados cadastrais.

Parágrafo Único - Os membros honorários não podem eleger-se e não possuem direitos a voto na Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

Art. 13 – Dos deveres para Admissão dos Membros da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe:

I - Estar devidamente matriculado, com status ativo, nos cursos de graduação do Instituto Federal de Sergipe;

II - Dispor de tempo para exercer o cargo e as atividades que foram atribuídas;

III - Ser aprovado em edital de seleção;

IV - Ser eleito após votação em Assembleia Geral para ocupar os cargos do Conselho de Administração, do Conselho Fiscal e da Diretoria Executiva.

Art. 14 - Da Demissão dos Membros da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe:

I – Quando membros do Conselho Administrativo, do Conselho Fiscal e da Diretoria Executiva deixar de cumprir com dedicação e atenção as atividades e as funções para as quais são cabíveis;

II - Faltar a duas Assembleias Gerais, sem motivação oficial documentada;

III - Faltar em duas reuniões extraordinárias, sem motivação oficial documentada;

IV - Inidoneidade pela inexecução total ou parcial das funções a que lhe foram atribuídas;

V – Desonestidade ou preguiça na execução das tarefas a que lhe foram atribuídas;

VI – Deixar de cumprir o Estatuto Social e o Regimento Interno da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

Art. 15 - Perde-se a condição de membro da Empresa Júnior:

I - Pela renúncia motivada de forma escrita e entregue a Diretoria Executiva;

II - Se houver conclusão do curso de graduação da Instituição de Ensino;

III - Se houver abandono, de membro efetivo, do curso de graduação ou se houver abandono das atividades e reuniões da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

IV - Se houver morte da pessoa física membro da Empresa Júnior;

V - Se houver cessão das atividades da Pessoa Jurídica;

VI - Pela exclusão de algum membro da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, após decisão gerada pela maioria absoluta, de todos os membros da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, fundamentada pela violação de qualquer das disposições deste Estatuto Social, garantindo ampla defesa e recurso de julgamento para o membro julgado, independente do caso;

VII - Pela negligência das funções as quais lhe foram atribuídas;

VIII - Pela decisão de 2/3 de todos os membros da Diretoria Executiva, quando houver violação de qualquer disposição do presente estatuto e quando houver violação de qualquer norma técnica da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, garantindo direito à ampla defesa e ao contraditório;

IX - Quando houver o término das atividades do Membro Consultor Júnior.

§ 1º - - Se um membro efetivo se graduar, o mesmo poderá permanecer no cargo até o final do tempo destinado ao cargo ou à função na Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

§ 2º - A condição prevista no inciso II e no inciso III garante possibilidade de volta à Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, devendo o mesmo cumprir as regras de admissão categorizadas no edital de seleção.

Seção IV

Do Regime Disciplinar

Art. 16 - O regime disciplinar dos membros vinculados à Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe está previsto no documento Regimento Geral de 2011 do IFS e está previsto no Estatuto do IFS de Agosto de 2011, nas Resoluções do Conselho Superior do IFS e nos Atos da Reitoria do IFS.

Seção V

Da responsabilidade dos membros da Diretoria e dos Conselhos

Art. 17 - Os membros da Diretoria Executiva, do Conselho Administrativo e do Conselho Fiscal devem empregar especial e detalhada atenção no exercício das atividades que lhe foram atribuídas.

§ 1º - É proibido aos membros da Diretoria Executiva, aos membros do Conselho de Administração e aos membros do Conselho Fiscal:

I - Tomar posse de qualquer bem material que pertença à Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

II - Deixar de cumprir suas funções ou deixar de proteger os direitos da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

III - Praticar Deixar de aproveitar oportunidades ao bem dos membros ou da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

IV - Usar função e bens da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe para executar ações de liberalidade;

V - Usar a função para receber vantagens pessoais de terceiros, direta ou indiretamente;

VI - Adquirir bens materiais da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe para fazer uso pessoal ou para conceder acesso à terceiros, sem prévia autorização da Diretoria Executiva.

§ 2º - Qualquer bem material ou quantia financeira recebida de forma irregular por um dos membros ficará em posse da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, registrando todo o acontecido em ata específica.

Art. 18 - Os membros da Diretoria Executiva, do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal respondem na esfera judiciária civil por qualquer prejuízo que venham a causar, especialmente quando executarem as tarefas com dolo ou culpa.

§ 1º - As obrigações adquiridas pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, no ato regular de gestão, isentam os membros da Diretoria Executiva, do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal.

§ 2º - Qualquer membro poderá responder solidariamente quando exercer atos com objetivo de obter vantagens pessoais ou vantagens em conjunto, diferentes das estipuladas neste estatuto ou estipuladas na legislação vigente.

CAPÍTULO III - DA ADMINISTRAÇÃO SOCIAL

Seção I

Da Assembleia Geral

Art. 19 - Assembleia Geral é o local específico para deliberações da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, composto por todos os membros e que pode ser ordinária ou extraordinária, contendo as seguintes atribuições:

I - Eleger a Diretoria Executiva, os membros do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal;

II - Decidir sobre mudanças neste Estatuto Social, deliberar sobre a criação de Regulamentos técnicos e quaisquer outros documentos oficiais;

III - Anular os membros de cargos da Diretoria Executiva, do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal que tomarem ações diferentes das estabelecidas neste Estatuto Social, de outros documentos oficiais da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe e diferentes nos documentos oficiais do IFS;

IV - Decidir sobre a extinção da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

V - Aprovar ou não aprovar as opiniões especializadas proferidas pelo Conselho Administrativo;

VI - Deliberar Decidir sobre as pautas apresentadas;

VII - Verificar e Aprovar as contas apresentadas pela Diretoria Executiva.

Parágrafo Único - A extinção da Empresa Júnior ou a alteração do Estatuto Social dependem de autorização conjunta do Conselho Fiscal e do Conselho de Administração, que farão o encaminhamento da proposta, de forma motivada, para a Assembleia Geral.

Art. 20 - A Assembleia Geral reunir-se-á:

I - Ordinariamente, semestralmente, na primeira quinzena dos meses de Março e de Setembro;

II - Extraordinariamente, quando for convocada de forma motivada e de acordo com o estabelecido neste estatuto.

Art. 21 - A Assembleia Geral Ordinária dedica-se a analisar as demonstrações financeiras elaboradas pelo Conselho de Administração, a analisar os relatórios elaborados pela Diretoria Executiva, eleger os membros da Diretoria Executiva, do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal.

Art. 22 - A Assembleia Geral Extraordinária reunir-se-á para resolver todo conflito da gestão de toda a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, toda vez que quaisquer uns dos membros da Diretoria Executiva, do Conselho de Administração ou do Conselho Fiscal requisitarem.

Art. 23 - Qualquer assunto que estiver fora da Ordem do Dia será nulo, diferente de 2/3 dos membros presentes concordar com a decisão, podendo ser revista, quando necessário, apenas uma vez em outra Assembleia Geral.

Art. 24 - As Assembleias Gerais poderão ser convocadas pelo Diretor Presidente, pelo Presidente do Conselho, assim como, quaisquer membros efetivos mediante requerimento subscrito por 1/5 (20%) de seus pares, com 15 (quinze) dias de antecedência a sua realização, mediante divulgação dirigida a todos os membros da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, mediante edital afixado em lugar próprio e de fácil visualização, inclusive meios digitais, contendo, sob pena de nulidade;

I - A ordem do dia, bem como o aviso de que a segunda convocação será realizada dez minutos após a primeira convocação, e a terceira convocação 10 minutos depois da segunda convocação;

II – Local, data e horário da reunião;

III - Tipo de roupa a ser usada por cada membro.

Art. 25 - A instauração da Assembleia Geral requer um quórum de 3/5 (três quintos) dos membros efetivos e do Conselho de Administração, respectivamente suas decisões serão sempre tomadas por votos abertos da maioria simples.

§ 1º - Se na hora marcada para Assembleia não houver quórum de maioria absoluta dos membros efetivos e do Conselho de Administração, será dado um prazo de 10 (dez) minutos para que seja atingido o quórum estipulado no caput deste artigo;

§ 2º - Caso não seja atingido o quórum de realização da Assembleia Geral depois de decorridos 10 (dez) minutos da primeira convocação, a

Assembleia Geral se realizará se estiverem presentes pelo menos 1/3 (um terço) do total dos membros efetivos e do Conselho de Administração;

§ 3º - Se na segunda convocação não estiver esse novo quórum, a Assembleia Geral será realizada com os presentes que deverão assinar a lista de presença.

Art. 26 - A Assembleia Geral será presidida, de preferência, pelo Diretor Presidente, pelo Presidente do Conselho Administrativo ou pelo Presidente do Conselho Fiscal da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

Art. 27 - No caso da inexistência de membros na gestão da Diretoria Executiva, o (a) docente orientador (a) fará indicações diretas de discentes do Curso Superior em Gestão de Turismo para o exercício dos cargos vagos da Diretoria Executiva.

Art. 28 - As decisões serão tomadas de acordo com a maioria quantitativa dos votos gerados pelos membros presentes, salvo mudanças neste estatuto o que exigirá aprovação por mais da metade de todos os membros da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

Art. 29 - Será lavrada em livro específico a ata de cada Assembleia Geral, que deverá ser relida no término da Assembleia Geral e assinada pelos membros da mesa principal.

§ 1º - Toda reunião poderá ser gravada através de dispositivos de gravação em áudio e deverá ser comunicada previamente para todos os presentes.

§ 2º - A gravação da reunião em arquivos de áudio digitais não exclui a ata da reunião.

Seção II

Da Diretoria Executiva

Art. 30 - A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe será dirigida por uma Diretoria eleita em Assembleia Geral, em eleição direta e secreta, entre os membros efetivos da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, para mandato de 1 (um) ano, para o período de 1º de Fevereiro a 30 Janeiro do ano subsequente, podendo ser reeleita por igual período.

§ 1º - É da competência da Diretoria Executiva assegurar a execução total de todos os objetivos da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

§ 2º - No mínimo 1 mês a cada mês a Diretoria Executiva fará reunião com objetivo específico de avaliar todas as atividades e projetos ofertados, desde que solicitada pelo Diretor Presidente.

§ 3º - O Presidente do Conselho Administrativo, o Presidente do Conselho Fiscal, o (a) Coordenador (a) e o (a) Vice Coordenador (a) do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFS poderão convocar reuniões da Diretoria Executiva, requerendo um quórum de 2/3 de todos os membros da Diretoria Executiva.

§ 4º - Os votos da Diretoria Executiva sempre serão abertos de maioria simples.

§ 5º - É proibido a qualquer membro da Diretoria Executiva: ceder, rejeitar, alugar, empenhar, fazer promessas de vendas, vender, doar, estipular valores dos bens materiais, sem a autorização por escrito do Conselho Administrativo.

§ 6º - Todas as reuniões poderão ser gravadas, seguindo as diretrizes do § 1º e do § 2º do art. 30 deste estatuto.

Art. 31 - Compete à Diretoria Executiva:

I - Administrar a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe de acordo com os objetivos, interesses e finalidades presentes neste estatuto, além de conservar os bens materiais e digitais;

II - Fazer o contínuo acompanhamento e estabelecer critérios rígidos de cumprimento de todos os contratos gerados pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

III - Na primeira semana do mês de Março de Outubro, a Diretoria Executiva deverá encaminhar o Levantamento Contábil parcial, os Relatórios Financeiros e a Proposta Orçamentária para o próximo Semestre da Empresa Júnior de Turismo para o Conselho Fiscal;

IV - Executar e regulamentar as decisões da Assembleia Geral;

V - Responder qualquer pergunta ou manifestação proferida pelo Conselho Administrativo, pelo Conselho Fiscal, pelos membros, pela Coordenação do Curso ou por qualquer servidor (a) do IFS;

VI - Admitir e demitir membros;

VII - Elaborar metodologias e registrá-las de forma escrita, física ou digital, para que haja execução dos procedimentos administrativos, serviços ofertados e padrões de minutas de contratos;

VIII - Fazer cumprir o estabelecido neste estatuto para todo membro da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, cumprindo as penalidades, se necessário;

IX - Comunicar, no mesmo dia que captar a informação, ao Conselho Administrativo sobre qualquer pendência jurídica, seja ela judicial ou extrajudicial, envolvendo a Empresa Júnior de Turismo ou envolvendo seus membros;

X - Obedecer e garantir o cumprimento das prescritivas deste Estatuto Social;

XI - Atualizar e manter atualizado todos os cadastros dos membros da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

XII - Elaborar o Manual de Procedimentos Operacionais apresentando-o ao Conselho Administrativo para revisão e aprovação;

XIII - Atualizar a escrituração do fluxo financeiro em documento físico específico e de acordo com a legislação nacional vigente;

XIV - Receber os pedidos de prestação de serviços a terceiros, sempre levando em conta a capacidade da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe para assumi-los, bem como seus interesses e finalidades;

XV - Estabelecer critérios de padronização de todo e qualquer procedimento adotado pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, através de manuais de operação;

XVI - Elaborar e aprovar as propostas de prestação de serviços solicitados por terceiros;

XVII - Decidir sobre os casos que não foram mencionados por este Estatuto além de propor à Assembleia Geral a reforma do estatuto para adequação à realidade presente;

XVIII – Indicar substitutos para os cargos da Diretoria Executiva sempre que houver manifestação do possuidor do cargo ou necessidade verificada;

XIX - Definir as áreas de investimento que serão destinadas pelo uso do recurso financeiro da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

XX - Convocar a Assembleia Geral, quando houver necessidade;

XXI – Usar técnicas de reconhecimento de padrões com todos os membros, com objetivo de estudar grupos e buscar maneiras de agrupá-los e identificá-los, facilitando futuros estudos sobre o tema;

XXII – Incentivar e validar a leitura de um livro por mês de autoajuda/desenvolvimento pessoal;

XXIII – Trabalhar as crenças limitantes de todos os membros, inclusive os Diretores;

XXIV– Fazer ensaios dramáticos com todos os membros com objetivo de preparar o estado emocional e intelectual antes da possível situação ocorrer;

XXV - Executar e regulamentar as decisões do Conselho Administrativo;

XXVI - Elaborar e aprovar contratos com terceiros;

XXVII - Caso seja previsto que serviços irão ultrapassar o tempo de exercício dos membros empossados nos cargos da Diretoria Executiva, deverá existir de forma escrita e digital um Plano Estratégico direcionado ao Conselho Administrativo;

XXVIII - Organizar palestras para outras turmas do Instituto Federal de Sergipe, apresentando a modalidade Empresa Júnior, no mínimo, duas vezes por semestre para duas turmas diferentes;

XXIX - Realizar encontros físicos e digitais com outras Empresas Juniores, de preferência com Empresas Juniores na área de Turismo, com objetivo de trocar experiências, realizar parcerias, organizar eventos e propor soluções.

§ 1º - A Diretoria Executiva possui os mais amplos poderes para garantir e fazer cumprir os atos administrativos da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, desempenhando as finalidades estabelecidas pelos documentos oficiais da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

§ 2º - Para a solução de conflitos ou para o direcionamento de atividades/situações, utilizar a seguinte sequência de perguntas:

a) Verificar o estado atual: Qual é a situação?; Onde você se encontra no momento?; Qual é o problema?;

b) Verificar o estado desejado: O que você deseja?; O que precisa estar acontecendo para você saber que isso não é mais um problema?;

c) Verificar os desafios atuais: O que está te impedindo de chegar lá?; Quais são os obstáculos?;

d) Verificar os recursos atuais: Quais são seus pontos fortes para resolver esta questão?; O que você tem a sua disposição?;

e) Estabelecer ações: O que pode ser feito?; Como você pode utilizar um desses pontos fortes para superar um destes obstáculos?;

f) Mensurar resultados: Como vamos saber que suas ações estão funcionando?; Quais os resultados esperados?; Quando você vai me mostrar o seu sucesso?.

Art. 32 - A Diretoria Executiva será composta de 1 (um) Diretor Presidente, 1 (um) Diretor Administrativo, 1 (um) Diretor Financeiro, 1 (um) Diretor de Projetos, 1 (um) Diretor de Marketing, 1 (um) Diretor de Pessoas.

Parágrafo Único: O cargo de Diretor Presidente poderá ser mesclado com outro cargo da Diretoria Executiva.

Art. 33 – Compete ao Diretor Presidente:

I - Ser referência no cumprimento do que foi definido neste Estatuto além de impor o cumprimento, de acordo com o estabelecido neste Estatuto, Regimento Interno do IFS e demais documentos técnicos da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe e os documentos oficiais do IFS;

II - Representar a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, presencialmente ou de forma digital, quando for necessário;

III - Representar a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe em todos os eventos formais e informais, sendo possível designar outro membro da Diretoria Executiva ou dos Conselhos para representá-lo;

IV - Liderar todas as reuniões da Diretoria Executiva;

V - Aceitar pedidos de demissão, motivado de forma escrita e de acordo com o estabelecido neste Estatuto, de qualquer membro da Diretoria Executiva;

VI - Assinar, após verificar na íntegra o que foi escrito, em conjunto com o Diretor Financeiro e com o Diretor Administrativo todas as ordens de

pagamento, todos os recibos fiscais, todos os avisos de débitos da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

VII - Prospectar e gerenciar parcerias para o desenvolvimento da Empresa Júnior;

VIII - Criar, gerenciar e revisar o Planejamento Estratégico;

IX - Conduzir e gerenciar todas as atividades desenvolvidas pela Diretoria Executiva;

X - Cumprir as deliberações da Assembleia Geral e as deliberações do Conselho Administrativo;

XI - Criar e apresentar as demonstrações financeiras, os relatórios de atividades desenvolvidas e dos orçamentos da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

XII - Receber dos membros da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe ou receber pessoalmente os pedidos para Prestação de Serviços dentro dos listados e ofertados pela mesma, assumindo-os conforme capacidade e disponibilidade;

XIII - Indicar substitutos;

XIV - Agendar e informar nova data para a realização da Assembleia Geral, Ordinária ou Extraordinária, quando houver falta de quórum mínimo estabelecido no artigo 25, se houver necessidade;

XV – Estudar continuamente sobre Psicologia, Filosofia, Administração, Direito, Sociologia e Marketing Digital;

XVI - Autorizar despesas necessárias para o funcionamento normal da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

XVII - Manter contato constante com o Conselho Administrativo informando-os sobre o gerenciamento da gestão;

XVIII - Responsável por responder ao público externo, aos (às) clientes, docentes e membros da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

XIX - Representar a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe em conjunto com o (a) Diretor (a) Financeiro (a) de forma judicial ou extrajudicial;

XX - Presidir as Assembleias Gerais.

Art. 34 - Compete ao Diretor Projetos:

I - Planejar, organizar, dirigir e controlar todos os projetos da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

II - Estabelecer as etapas de execução necessárias para garantir a qualidade e para garantir a execução dos projetos antes ou dentro do prazo acordado pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

III - Elaborar relatórios periódicos sobre as atividades desenvolvidas pela Diretoria Administrativa;

IV - Elaborar propostas e elaborar detalhes exigidos para tarefas à executar ou em tarefas que já estão em andamento;

V - Categorizar documentações emitidas pelos clientes de modo que facilite a localização e padronização;

VI - Sempre acompanhar a execução dos projetos além de avaliar com notas de 0 a 10 e com notas explicativas escritas todos os membros que participarem da execução de projetos;

VII - Responder administrativamente e judicialmente pela qualidade final dos projetos e pelo cumprimento dos prazos acordados;

VIII - Elaborar e acompanhar cronogramas, calcular os prazos de cada uma das etapas dos projetos e elaborar as especificações de requisitos dos projetos;

IX - Efetuar contatos com os clientes, visando identificar problemas e coletar informações necessárias;

X - Responsabilizar-se pela elaboração de proposta de intervenção dos projetos;

XI - Orientar os Coordenadores de Projetos no dimensionamento da tarefa e orientar o Diretor de Administração na escolha das equipes de trabalho;

XII – Utilizar técnicas como o Kaizen e a Metodologia 5S para elaborar e acompanhar projetos;

XIII - Redigir manuais de procedimentos de atendimento para projetos gerais e para projetos específicos;

XIV - Entrar em contato com empresas para oferecer serviços, dentro de um padrão de comunicação previamente padronizada;

XV - Manter contato com membros da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe na parte técnica para auxiliar essas pessoas a conduzirem o melhor atendimento possível;

XVI - Exigir e emitir parecer de relatórios técnicos de atendimento diário ou semanal de todo membro que estiver ofertando serviços da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

XVII - Elaborar o edital de seleção de membros em conjunto com o Diretor de Pessoas e, se necessário, com outros membros da Diretoria Executiva e dos Conselhos;

XVIII - Uma vez por Semestre ou em quantidade maior, estudar e redigir estudo comparando os serviços e procedimentos adotados pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe em comparação com outras Empresas Juniores e em comparação com outras empresas do mercado.

Art. 35 - Compete ao Diretor Financeiro:

I - Dirigir os serviços de contabilidade e escrituração dos livros auxiliares, conjuntamente com o Diretor Presidente e o Diretor Administrativo;

II - Organizar e acompanhar balanços, balancetes, relatórios financeiros e demonstrações das contas de receitas e despesas com o Conselho Administrativo;

III - Organizar e acompanhar o orçamento anual a ser apresentado ao Conselho Administrativo;

IV - Controlar movimentações contábeis e financeiras da associação em conjunto com o Diretor Presidente e/ou o Diretor Administrativo;

V - Emitir e assinar em conjunto com o Diretor Presidente cheques, ordens de pagamento e avisos de débitos relativos aos compromissos assumidos pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe para sua manutenção.

VI - Cabe ao Diretor Financeiro abrir e movimentar contas bancárias, emissão de cheques e ordem de pagamento, em conjunto com o Diretor Presidente.

VII - Administrar o patrimônio da empresa;

VIII - Prestar esclarecimentos ao Conselho Fiscal;

IX - Acompanhar a prestação de conta de cada projeto e orientar os coordenadores de cada projeto sobre os custos financeiros durante a fase de elaboração e negociação das propostas;

X - Movimentar as contas bancárias conjuntamente com o Diretor Presidente e/ou o Diretor Administrativo;

XI – Estudar continuamente sobre Contabilidade, Finanças, Área Jurídica e Administração;

XII – Apresentar relatórios com gráficos padronizados e de fácil interpretação;

XIII – Utilizar arquivos com salvamento “em nuvem” para facilitar o gerenciamento, salvamento e leitura do arquivo por outros integrantes autorizados;

XIV – Utilizar bancos com anuidade grátis e com permissão de movimentação bancária através de aplicativos para dispositivos eletrônicos móveis.

Parágrafo Único - O Diretor Financeiro, em suas faltas, será substituído pelo Diretor Administrativo; não havendo este, será substituído pelo Diretor de Pessoas que estiver no exercício do cargo.

Art. 36 - Compete ao Diretor de Pessoas:

I - Realizar o processo de credenciamento e cadastramento da Associação nos diversos órgãos;

II - Emitir parecer periódico sobre as atividades à Diretoria Administrativa;

III - Observar as deficiências e necessidades internas da Empresa Júnior e promover cursos, e projetos internos no sentido de supri-las;

IV - Criar, organizar e atualizar os arquivos pessoais na Empresa Júnior, onde todas as informações, atuais e passadas dos membros da Associação, fiquem disponíveis para acesso e para o próprio controle da Diretoria Administrativa;

V - Realizar estudos aplicações na área de motivação e aplicar tais técnicas na Empresa Júnior;

VI - Escolher as pessoas aptas a trabalhar nos projetos, internos ou externos e realizar o trabalho vocacional e de treinamento dos novos membros da Associação, bem como auxiliar na distribuição dos mesmos nos projetos;

VII – Aplicar e garantir a aplicação em todos os encontros dos membros, a técnica de meditação por no mínimo 5 minutos, antes do início de cada atividade;

VIII – Elaborar o edital de recrutamento;

IX – Orientar e integrar os novos membros;

X – Avaliar, mensalmente, o desempenho das pessoas gerando relatório para o Diretor Administrativo;

XI – Responsável pela comunicação entre todos os envolvidos;

XII – Responsável por treinar e desenvolver todos os membros;

XIII – Responsável por divulgar a Empresa Júnior nas Instituições de Ensino Superior;

XIV – Responsável por garantir a higiene, segurança e qualidade de vida no trabalho de todos os membros;

XV – Responsável pelas relações com os membros e as relações sindicais;

XVI – Aplicar no início e no final de cada encontro presencial exercício de 1 minuto de gratidão por pessoas, objetos, situações e emoções;

XV – Estudar continuamente sobre Psicologia, Treinamentos e Filosofia.

Art. 37 - Compete ao Diretor de Marketing:

I - Elaborar planos estratégicos e estudos de mercado, sempre visando à imagem social e cultural;

II - Avaliar e responder pela imagem da Empresa Júnior;

III - Organizar e acompanhar pesquisas de mercado voltadas à solução de problemas apresentados ou levantados pelas diversas áreas de atuação;

IV - Constante avaliação da posição da Empresa Júnior na sociedade;

V - Emitir parecer periódico sobre as atividades à Diretoria Administrativa;

VI - Realizar pesquisas de mercado, analisando as necessidades dos potenciais parceiros e projetos a adequação da Associação às expectativas da sociedade;

VII - Realizar pesquisas de preço e levantamento de concorrência periodicamente;

VIII -Estabelecer políticas e manter contato com o cliente após a entrega de projetos e outros trabalhos realizados pela Associação;

IX - Acompanhar a criação de mídia, logomarcas e o conteúdo gráfico dos materiais da Empresa Júnior;

X - Estabelecer um padrão/perfil de imagem e comunicação perante a sociedade;

XI – Gerenciar todas as redes sociais da Empresa Júnior;

XII – Criar listas, periodicamente, de potenciais clientes contendo o maior número de informações, como por exemplo:

XIII – Criar, e aprimorar semestralmente, um Plano de Carreira da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe como elemento de motivação dos discentes para terem ideia do que precisa ser feito para subir de nível na Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

XIV – Verificar fornecedores para as diversas atividades da Empresa Júnior;

XV – Gerenciar e criar todas as campanhas de divulgação dos serviços da Empresa Júnior, inclusive as revistas que serão disponibilizadas gratuitamente;

XVI – Criar, controlar e verificar novas formas de Alianças Estratégicas que visem melhorar a gestão da Empresa Júnior;

XVII – Garantir que haverá crescimento de 20% do aumento de faturamento a cada doze meses de funcionamento;

XVIII – Garantir e gerenciar os 5% de todo lucro mensal destinadas às campanhas publicitárias;

XIX – Criar e/ou gerenciar o site oficial e o aplicativo oficial da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

XX – Responsável pela decoração da sede da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

XXI – Responsável por criar e gerenciar o Plano de Marketing, semestralmente, para estudo de todos os membros da empresa;

XXII - Responsabilizar-se pela imagem da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe junto ao público interno e externo;

XXIII – Criar e coordenar os eventos organizados pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

XXIV – Estudar continuamente sobre Eventos, Marketing e Marketing Digital.

Art. 38 - Compete ao Diretor Administrativo:

I - Alinhar a área e equipe com os objetivos e posicionamento estratégico da empresa;

II – Definir a estratégia comercial da empresa, determinando os acordos e as condições de venda interna, supervisionando a administração das vendas, coordenando a estratégia de marketing como: lançamento de novos produtos e serviços, acompanhando o mercado, política de preços, seguindo as negociações comerciais de alto nível e as principais contas da empresa;

III - Propor o conjunto de indicadores de desempenho da área comercial;

IV - Responder pela direção da empresa nas atividades relacionadas à vendas e planejando, organizando e controlando os programas e sua execução, avaliando resultados segundo a política específica e a política comercial para assegurar a venda dos produtos fabricados em condições que atendam aos resultados previstos;

V - Montar sistema de informações comerciais;

VI - Propor e manter rituais de acompanhamento do desempenho dos indicadores da área comercial;

VII - Avaliar as necessidades e o grau de satisfação dos usuários, clientes e fornecedores;

VIII - Interpretar os dados constantes nas pesquisas para orientar o setor de desenvolvimento de novos produtos (Diretor de Projetos);

IX - Definir as mudanças na política comercial e reorganização dos processos;

X - Definir o cenário para a elaboração dos planos de vendas;

XI - Elaborar plano de lançamento de novos produtos, realizar o planejamento operacional de vendas;

XII – Elaborar o Plano de Precificação, Plano de Comunicação, Plano Estratégico, Plano Promocional e elaborar o Orçamento por Área Funcional, inclusive o de treinamento e capacitação dos membros;

XIII – Definir e elaborar técnicas de segmentação e técnicas de posicionamento;

XIV – Elaborar e analisar os cenários operacionais;

XV – Gerenciar produtos e serviços;

XVI – Gerenciar o recebimento dos produtos/serviços dos fornecedores;

XVII – Elaborar organogramas;

XVIII – Responsável pelos fluxos operacionais e técnicas de liderança;

XIX – Responsável pela análise jurídica dos documentos;

XX - Responsabilizar-se pelas atividades do suporte e infraestrutura para o funcionamento da sede da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, supervisionando e recrutando estagiários e membros dos projetos em consonância com o Banco de Talentos do Curso de Administração, organizar cadastro e arquivos, elaborando relatórios semestrais de atividades;

XXI - Zelar pelo aperfeiçoamento dos instrumentos de gestão da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, incorporando alterações quando necessário;

XXII – Estudar continuamente sobre Administração, técnica Kaizen, Metodologia 5S, Direito e Marketing.

Art. 39 - Não é permitido a qualquer Diretor acumular cargo no Conselho Fiscal, no Conselho Administrativo ou em órgão de administração de qualquer entidade congênere.

Art. 40 - Compete ao Diretor Administrativo substituir o Diretor Presidente em suas funções, em suas faltas e impedimentos.

Art. 41 - Caberá ao Diretor Presidente, isoladamente ou em conjunto com o Diretor Administrativo, representar a sociedade ativa e passiva, judicial e extrajudicialmente.

Art. 42 - Em quaisquer atos que envolvam obrigações sociais, inclusive assinatura de contratos, emissão de cheques, ordens de pagamento, e na constituição de procuradores, a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe será representada sempre por 2 (dois) Diretores, sendo, preferencialmente, os Diretores Presidente e o Diretor Administrativo, sendo que seus membros não responderão, subsidiariamente, pelas obrigações sociais.

Seção III

Do Conselho de Administração

Art. 43 – O Conselho de Administração é o órgão consultivo da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe e é composto por 3 (três) membros eleitos em Assembleia Geral, por voto nominal direto e secreto, para mandato de 1 (um) ano, sendo permitida uma reeleição.

§ 1º - Compete ao Conselho de Administração, podendo ser assessorado por um contabilista, o exame de todos os documentos contábeis, financeiros e patrimoniais, emitindo o competente parecer para ser transmitido à Assembleia Geral.

§ 2º - Poderá ser candidato a membro do Conselho de Administração todos os Membros Efetivos da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, bem como integrantes do corpo docente do Instituto Federal de Sergipe.

§ 3º - O Presidente do Conselho Administrativo será escolhido, entre os seus membros discentes, na primeira reunião posterior à eleição dos membros desse Conselho, devendo ser empossado na mesma reunião em que for escolhido.

Art. 44 - As reuniões do Conselho de Administração somente serão instauradas com a presença mínima de 2 (dois) dos componentes e as decisões tomadas por maioria simples dos votos dos membros presentes, observadas as exceções estabelecidas no presente Estatuto.

Art. 45 - O Presidente do Conselho de Administração será escolhido pelos membros que o integram.

Art. 46 - O Conselho de Administração reunir-se-á, pelo menos 3 (três) vezes durante o ano civil, mediante convocação do Presidente do Conselho de Administração com antecedência mínima de 7 (sete) dias, sendo a primeira reunião 5 (cinco) dias antes da primeira Assembleia Ordinária, a segunda ao final do primeiro semestre do ano civil e a terceira 5 (cinco) dias antes da segunda Assembleia Ordinária.

§ 1º - As reuniões do Conselho de Administração poderão ainda ser convocadas pelo Presidente do Conselho ou a requerimento de, no mínimo, 2/3 (dois terços) de seus membros ou com requerimento de, no mínimo, 2/3 da Diretoria Executiva, com antecedência mínima de dez (10) dias, divulgadas por e-mail, site, aplicativo, redes sociais e/ou assinatura de convocação de reunião.

§ 2º - A instauração do Conselho de Administração requer um quórum de 3/5 (três quintos) dos membros do conselho, respectivamente suas decisões serão sempre tomadas por votos abertos da maioria simples.

§ 3º - Perderá o mandato, o membro do Conselho que faltar a 2 (duas) reuniões consecutivas ou a 3 (três) alternadas, não justificadas até 48 horas após sua realização.

§ 4º - Todas as reuniões poderão ser gravadas, seguindo as diretrizes do § 1º e do § 2º do art. 30 deste estatuto.

Art. 47 - Compete ao Conselho de Administração:

I - Eleger e empossar o Presidente;

II - Indicar um professor para compor o Conselho Fiscal;

III - Conceder o título de Membro Honorário;

IV - Examinar e emitir parecer sobre as demonstrações financeiras, demonstrações contábeis, relatórios de atividades e documentos apresentados pela Diretoria Executiva, a cada reunião ordinária do Conselho de Administração, encaminhando-o para o setor responsável de verificação da documentação no Instituto Federal de Sergipe;

V - Manifestar-se sobre propostas e matérias que lhe sejam submetidas pela Diretoria Executiva;

VI – Compete avaliar, em caso de violação das disposições do presente Estatuto, a perda de função de qualquer um dos membros que ocupam a Diretoria Executiva;

VII - Em caso de ocorrer vacância no Conselho de Administração deverá ser feita indicação e eleição pelo docente orientador da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

VIII - Deliberar sobre casos omissos neste Estatuto, por solicitação encaminhada pela Diretoria Executiva;

IX - Autorizar a criação, o funcionamento e a extinção de Departamentos para auxiliar a Diretoria Executiva;

X - Expedir resoluções sobre matérias de sua competência;

XI - Manifestar-se sobre a destinação do superávit financeiro do exercício;

XII - Manifestar-se previamente sobre contratos de qualquer natureza, inclusive sobre os bens do ativo permanente;

XIII - Realizar as eleições para Diretoria Executiva, Conselho Administrativo e Conselho Fiscal, assegurando sua transparência e honestidade e julgando os recursos de impugnação, quando for o caso, antes do referido pleito;

XIV - Regular as deliberações da Assembleia Geral.

§ 1º - A criação ou extinção de Departamentos deverá incluir documento apontando as justificativas da decisão, devendo, em caso de criação, estabelecer suas funções específicas.

§ 2º - É obrigatória a indicação de um conselheiro substituto quando do impedimento temporário ou definitivo de um conselheiro, ficando a critério do próprio Conselho essa indicação. A aprovação da indicação do Conselho se dará em Assembleia Geral. No caso de todos os conselheiros apresentarem impedimento temporário ou definitivo, deve-se abrir eleição para novo Conselho imediatamente.

Art. 48 - Qualquer conselheiro poderá ser destituído de seu cargo por voto favorável de 3/5 (três quintos) dos presentes em Assembleia Geral convocada especificamente para esse fim, fundamentado em violação de qualquer termo deste Estatuto.

Art. 49 - Em casos de impedimento ou renúncia dos membros do Conselho Administrativo, sua substituição dar-se-á da seguinte forma:

I - Em se tratando de discente, será considerado substituto o membro suplente que tiver obtido a melhor votação na última eleição ou, não sendo possível aplicar esse critério, o membro efetivo indicado pelo próprio Conselho Administrativo, desde que atendidos os requisitos estatutários;

II - Em se tratando de docente, caberá ao Coordenador do Curso a que pertence, fazer a nova indicação.

Parágrafo Único - O mandato do conselheiro substituto encerrar-se-á quando do término do mandato do conselheiro substituído.

Art. 50 - Compete ao Presidente do Conselho Administrativo:

I - Convocar a Assembleia Geral e o Conselho Administrativo;

II - Presidir as reuniões da Assembleia Geral e do Conselho Administrativo;

III - Rubricar os livros de atas da Diretoria Executiva, Conselho Administrativo e Conselho Fiscal;

IV - Nomear comissões especiais de qualquer natureza;

V - Presidir as eleições para a Diretoria Executiva, Conselho Fiscal e Conselho Administrativo, mantendo sua transparência, correção e honestidade e julgando os pedidos de impugnação.

Parágrafo Único - Em caso de fraude, constatada mediante apuração de Comissão, o Presidente do Conselho Administrativo poderá anular as eleições em até vinte dias após a mesma, convocando outra, a se realizar em, no mínimo, dez dias e, no máximo quinze dias, sem prejuízo da apuração da responsabilidade.

Seção IV

Do Conselho Fiscal

Art. 51 - O Conselho Fiscal é o órgão fiscal da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe e será composto por 04 (quatro) membros, sendo 02 (dois) eleitos dentre os membros efetivos, e (02) dois docentes indicados pelo Conselho Administrativo, todos com mandato de 01 (um) ano, sendo permitida uma reeleição.

Parágrafo Único - Não poderão constituir o Conselho Fiscal os membros do Conselho Administrativo.

Art. 52 - Compete ao Conselho Fiscal:

I - Examinar e revisar periodicamente os livros, documentos e balancetes da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

II - Apresentar parecer sobre as contas e demonstrações da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe ;

III - Estabelecer as normas para recolhimento das contribuições, a título de inscrição;

IV - Apurar denúncias de irregularidades, cuja apreciação seja de sua competência;

V - Denunciar ao Conselho Administrativo qualquer irregularidade, erros, fraudes ou crimes que sejam de seu conhecimento, e sugerir providências nos casos que envolvam violação da legislação vigente, do Estatuto, do Regimento Interno, das Resoluções ou da Ética.

§ 1º - Compete ao Conselho Fiscal, podendo ser assessorado por um servidor do Instituto Federal de Sergipe, o exame de todos os documentos

contábeis, financeiros e patrimoniais, emitindo o competente parecer para ser transmitido à Assembleia Geral.

§ 2º - Poderá ser candidato a membro do Conselho Fiscal todos os Membros Efetivos da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, bem como integrantes do corpo docente do Instituto Federal de Sergipe, devendo ser empossado na mesma reunião em que for escolhido.

Art. 53 - As reuniões do Conselho Fiscal somente serão instauradas com a presença mínima de 2 (dois) dos componentes e as decisões tomadas por maioria simples dos votos dos membros presentes, observadas as exceções estabelecidas no presente Estatuto.

Parágrafo Único - Todas as reuniões poderão ser gravadas, seguindo as diretrizes do § 1º e do § 2º do art. 30 deste estatuto.

Art. 54 - O Conselho Fiscal reunir-se-á ordinariamente a cada 03 (três) meses, e, extraordinariamente, mediante convocação de seu Presidente, eleito na primeira reunião posterior a nova eleição, ou do Diretor Presidente ou do Presidente do Conselho Administrativo.

§ 1º - As reuniões do Conselho Fiscal poderão ainda ser convocadas pelo Presidente do Conselho Fiscal ou a requerimento de, no mínimo, 2/3 (dois terços) de seus membros ou com requerimento de, no mínimo, 2/3 da Diretoria Executiva, com antecedência mínima de dez (10) dias, divulgadas por e-mail, site, aplicativo, redes sociais e/ou assinatura de convocação de reunião.

§ 2º - A instauração do Conselho Fiscal requer um quórum de 3/5 (três quintos) dos membros do conselho, respectivamente suas decisões serão sempre tomadas por votos abertos da maioria simples.

§ 3º - Perderá o mandato, o membro do Conselho Fiscal que faltar a 2 (duas) reuniões consecutivas ou a 3 (três) alternadas, não justificadas até 48 horas após sua realização.

§ 4º - É obrigatória a indicação de um conselheiro substituto quando do impedimento temporário ou definitivo de um conselheiro, ficando a critério do próprio Conselho essa indicação. A aprovação da indicação do Conselho se dará em Assembleia Geral. No caso de todos os conselheiros apresentarem impedimento temporário ou definitivo, deve-se abrir eleição para novo Conselho imediatamente.

§ 5º - Todas as reuniões poderão ser gravadas, seguindo as diretrizes do § 1º e do § 2º do art. 30 deste estatuto.

Art. 55 - Qualquer conselheiro poderá ser destituído de seu cargo por voto favorável de 3/5 (três quintos) dos presentes em Assembleia Geral convocada especificamente para esse fim, fundamentado em violação de qualquer termo deste Estatuto.

Art. 56 - Em casos de impedimentos ou de renúncias dos membros do Conselho Fiscal sua substituição dar-se-á da seguinte forma:

I - Em se tratando de membros efetivos, será considerado substituto o membro (suplente) que tiver obtido a melhor votação na última eleição, se esse critério não for aplicável, o Conselho Administrativo indicará um novo Conselheiro, satisfeitos os requisitos estatutários;

II - Em se tratando de docentes, caberá ao Conselho Administrativo fazer indicação do docente substituto.

Parágrafo Único - O mandato do conselheiro substituto encerrar-se-á quando do término do mandato do conselheiro substituído

Art. 57 – Compete ao Presidente do Conselho Fiscal:

I – Convocar a Assembleia Geral e o Conselho Administrativo;

II – Presidir as reuniões da Assembleia Geral e do Conselho Administrativo;

III – Rubricar os livros de atas da Diretoria Executiva, Conselho Administrativo e Conselho Fiscal;

IV – Nomear comissões especiais de qualquer natureza;

V – Presidir as eleições para a Diretoria Executiva, Conselho Fiscal e Conselho Administrativo, mantendo sua transparência, correção e honestidade e julgando os pedidos de impugnação.

Seção V

Das Condições de Elegibilidade

Art. 58 - São condições para candidatar-se a qualquer cargo da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, sob pena de anulação do registro da candidatura:

I - Ser membro efetivo há pelo menos, 06 (seis) meses, para os casos da Diretoria Executiva;

II - Estar matriculado e ativo no Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo no Instituto Federal de Sergipe entre o 1º (Primeiro) e o 6º (Sexto) semestre para demais cargos que não componham a Diretoria Executiva;

III - Não ter infringido qualquer das disposições deste Estatuto;

IV - Não ter tido suas contas reprovadas pelo exercício de função na Diretoria Executiva;

V - Não ter nenhuma advertência, seja de ordem verbal ou escrita;

VI - Ter disponibilidade de tempo;

VII - Ter comprometimento;

VIII - Ter conhecimentos básicos e afinidades com o cargo que deseja candidatar-se.

IX - Não ter lesado o patrimônio, nem estar participando formalmente de órgão de administração em qualquer entidade congênere.

§ 1º - Para candidatar-se a Diretor Presidente é necessário, ainda:

I - Estar matriculado e ativo no Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo no Instituto Federal de Sergipe;

II - Ser membro efetivo há, pelo menos 12 Meses;

III - Ter no mínimo 18 (dezoito) anos de idade.

§ 2º - Todos os limites de tempo e idade estabelecidos neste artigo serão considerados na data do início do mandato, ou seja, no dia 1º de Fevereiro do ano da eleição.

§ 3º - Os membros da Diretoria Executiva não poderão candidatar-se ao Conselho Fiscal e nem do Conselho Administrativo.

§ 4º - Somente será permitida uma única reeleição.

§ 5º - Todas as condições de elegibilidade poderão ser revogadas, parcialmente, se houverem poucos membros na Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, com decisão por maioria simples durante reunião.

Art. 59 - O pedido de impugnação das candidaturas será feito até 96 (noventa e seis) horas depois de o Presidente do Conselho Administrativo ter afixado os nomes dos candidatos, em local próprio, e será por este julgado até 72 (setenta e duas) horas antes da eleição.

Parágrafo Único - Caberá recurso da decisão de impugnação ao Conselho Administrativo, até 24 (vinte e quatro) horas depois de sua

publicação pelo Presidente do Conselho Administrativo, sendo a decisão final irrecorrível.

Seção VI

Do Processo Eleitoral

Art. 60 – Somente membros efetivos e membros do Conselho de Administração terão direito a voto nas Assembleias Gerais, correspondendo 1 (um) voto para cada membro, vedada a participação nas Assembleias Gerais por procuração.

Parágrafo Único - A convocação das eleições será realizada no mínimo, com quinze dias de antecedência.

Art. 61 - O Conselho Administrativo e o Conselho Fiscal serão eleitos por inscrição nominal, enquanto que a Diretoria Executiva será eleita mediante o candidato que obtiver maioria simples dos votos dos membros efetivos;

§ 1º - As inscrições serão registradas na Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, até 10 (dez) dias antes das eleições, vencendo-se o prazo às 18 (dezoito) horas do último dia;

§ 2º - As eleições para o Conselho Administrativo, Conselho Fiscal e Diretoria Executiva serão realizadas na mesma data, local e horário;

§ 3º - Após a homologação do registro dos candidatos pelo Presidente do Conselho Administrativo, este afixará em local próprio a relação dos candidatos inscritos;

§ 4º - O pedido de registro de candidatos será feito a requerimento dos interessados, mediante protocolo na segunda via, constando dia e hora em que o pedido foi entregue;

§ 5º - A eleição dos membros da Diretoria Executiva dar-se-á através dos cargos de: Diretor Presidente; Diretor de Projetos; Diretor de Marketing; Diretor Financeiro, Diretor de Pessoas; e Diretor de Administração;

§ 6º - Não havendo candidatos para preencherem os respectivos cargos será imediatamente indicado os novos membros pelo Docente Orientador, a qual é responsável diretamente pelo acompanhamento das atividades administrativas realizadas pelos membros da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe;

§ 7º - Poderá ser decidido o acúmulo de cargos caso haja poucos membros inscritos, podendo ser convocada nova eleição durante o período de posse dos membros com acúmulo de cargos.

Parágrafo Único -. Havendo rasuras na cédula o voto será anulado.

Art. 62 - Os membros do Conselho de Administração e da Diretoria Executiva serão eleitos em Assembleia Geral pelos membros efetivos, em eleição direta e secreta.

§ 1º – A eleição será convocada pela Diretoria Executiva, mediante a publicação do Edital.

§ 2º – O Voto será apresentado em cédula rubricada pela comissão eleitoral e fiscais, com a indicação do número da chapa da preferência do eleitor para a Diretoria Executiva. Para o Conselho de Administração o voto será nominal.

§ 3º – Cabe à Diretoria Executiva designar a comissão eleitoral, composta de um presidente e dois vogais, escolhidos entre os membros efetivos, devendo cada chapa apresentar um fiscal para acompanhar os trabalhos da comissão até a contagem final dos votos.

§ 4º – As chapas para a Diretoria Executiva e candidatos ao conselho de administração devem se apresentar à Comissão Eleitoral até o décimo dia anterior ao da realização das eleições, em local e horário estabelecidos no edital de convocação, registradas e numeradas pela ordem de recebimento, fornecendo-se o recibo de entrega.

§ 5º – No caso de empate entre chapas à Diretoria Executiva, a votação será imediatamente repetida até que o mesmo seja superado, sendo que após três votações empatadas, a Assembleia será suspensa e reiniciada em um prazo máximo de 15 dias. O critério em caso de empate entre candidatos ao Conselho de Administração será a idade, sendo vencedor o mais idoso.

§ 6º – As impugnações no processo eleitoral serão apreciadas pela Diretoria Executiva.

CAPÍTULO IV - DAS SANÇÕES

Art. 63 - O não cumprimento de seus deveres deverá implicar em perda de direitos a qualquer membro da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

Art. 64 - O Membro Efetivo que esteja participando de algum projeto e abandoná-lo, perderá seus direitos de membro efetivo.

Art. 65 - No caso de infrações ao presente Estatuto, os membros da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, receberão as seguintes penalidades: advertência, suspensão e exclusão.

§ 1º – Tais penalidades serão aplicadas, de acordo com o grau da violação, após a verificação dos fatos e a realização da ampla defesa presidida pelo Conselho de Administração, e aprovação da maioria absoluta dos membros da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe presentes em Assembleia.

§ 2º – As penalidades, antes de sua aprovação, e durante a análise do fato gerador, deverão responder as seguintes perguntas:

- a) O que ocorreu?;
- b) Porque ocorreu?;
- c) Para que ocorreu?;
- d) De onde veio o intuito de gerar este fato?;
- e) Em que momento começou?;
- f) O que a pessoa sentia antes da ação?;
- g) O que a pessoa sentiu durante a ação?;
- h) O que a pessoa sente agora sobre o fato ocorrido?;
- i) Quem ajudou a gerar a ação?;
- j) Quais recursos foram utilizados para gerar a ação?;
- k) O que você sugere para prevenir que outras pessoas façam o mesmo?

CAPÍTULO V - DOS PROJETOS REALIZADOS

Art. 66 - Todos os serviços prestados a clientes pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe devem receber orientação em sua totalidade por docente pertencente ao quadro de servidores do Instituto Federal de Sergipe.

Parágrafo Único – Na falta de docentes dispostos a orientar um projeto, a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe poderá recorrer a profissionais de nível superior ou técnico, docentes de outras instituições de ensino superior devidamente habilitados na área do projeto. Neste caso, esse profissional será considerado Membro Honorário.

CAPÍTULO VI - DO PATRIMÔNIO

Art. 67 – O Patrimônio da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe será constituído das contribuições dos membros efetivos, doações, subvenções, contribuições voluntárias, prestação de serviços a terceiros, rendas provenientes da exploração de seus bens, taxas, legados e outros.

Parágrafo Único - Em caso de extinção da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, o seu patrimônio será destinado à Coordenação de Gestão de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, Campus Aracaju.

Art. 68 – A alienação, hipoteca, penhora, venda ou troca dos bens patrimoniais da associação somente poderá ser decidida por aprovação da maioria absoluta da Assembleia Geral Extraordinária, convocada especificamente para tal fim.

Art. 69 - Em quaisquer atos que envolvam obrigações sociais, inclusive assinatura de contratos, emissões de cheques, ordens de pagamento e na constituição de procuradores, a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe será representada pelo Diretor Presidente em conjunto com o Diretor Financeiro.

CAPÍTULO VII - DA DISSOLUÇÃO, LIQUIDAÇÃO E EXTINÇÃO

Art. 70 – A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe será extinta pela maioria absoluta de seus membros, em qualquer tempo, desde que seja convocada uma Assembleia Geral Extraordinária para tal fim.

Art. 71 – A associação também poderá ser extinta por determinação legal.

Art. 72 - No caso de extinção competirá à Assembleia Geral Extraordinária estabelecer o modo de liquidação e nomear o liquidante e o Conselho Fiscal que devam funcionar durante o período da liquidação

CAPÍTULO VIII - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 73 - Toda contratação de mão-de-obra de profissionais especializados ou de empresas prestadoras de serviços pela Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe, deverá ser formalizada firmando-se contrato específico para definir os termos pactuados, bem como a remuneração caso haja.

§ 1º - Estes contratos deverão ser assinados pelo Diretor Presidente da Empresa Júnior, pelo Diretor Administrativo e pela parte contratada.

§ 2º - As remunerações pelos serviços deverão ter nota fiscal eletrônica, nota fiscal com códigos de rastreio e/ou transferências bancárias com documento assinado pelas partes informando a finalidade da transferência e do objeto do contrato.

Art. 74 - Os resultados da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe que se verificarem ao final de cada exercício social serão compulsoriamente reinvestidos nas atividades por eles conduzidas.

Art. 75 - Os participantes de todos os projetos receberão da Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe reembolso referente aos custos previamente autorizados, devidamente comprovados.

Art. 76 - Os membros efetivos que se formarem no exercício de seus mandatos serão substituídos da seguinte forma:

I - Sendo Diretor, por indicação da Diretoria e encaminhamento de seu nome para a aprovação do Conselho de Administração;

II – Sendo Conselheiro caberá ao Conselho de Administração indicar e homologar o substituto.

Parágrafo Único - Independente do cargo que ocupe, o diretor ou conselheiro que venha a renunciar seu mandato, obrigando-se a apresentar carta de renúncia dirigida ao Conselho de Administração, expondo a motivação de sua retirada para que se providencie a substituição para complementação do mandato.

Art. 77 - A Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe poderá ser extinta a qualquer tempo, por deliberação da maioria absoluta dos Membros, da Diretoria e do Conselho de Administração em Assembleia Geral.

Art. 78 - Eventuais omissões deste Estatuto serão supridas conforme deliberações da Reitoria do Instituto Federal de Sergipe, em conjunto com a Diretoria de Ensino, Diretoria de Graduação, docente orientador, Diretor Presidente e Conselho Administrativo.

Art. 79 - A Assembleia Geral realizada para constituir a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe deverá eleger o Conselho Administrativo, o Conselho Fiscal e a Diretoria Executiva.

Art. 80 - Caberá à Diretoria Executiva, ao Conselho Fiscal e Conselho Administrativo eleitos:

I - Elaborar Guia Operacional e o Regimento Interno;

II - Providenciar todos os registros necessários junto aos órgãos competentes, atendendo à legislação vigente, dotando de personalidade jurídica a Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

Art. 81 - Consideram-se membros efetivos, aptos a participar da primeira Assembleia, podendo votar e ser votados para os cargos da Diretoria Executiva, Conselho Fiscal e Conselho Administrativo todos os alunos regularmente matriculados nos cursos de graduação do Instituto Federal de Sergipe.

§ 1º - Estarão impedidos de serem eleitos para a Diretoria Executiva, Conselho Fiscal e Conselho Administrativo os alunos matriculados no último ano letivo de seu respectivo curso.

§ 2º - Tomarão posse na mesma Assembleia que os elegeram os membros da Diretoria Executiva, Conselho Fiscal e Conselho Administrativo, com mandato de 01 (um) ano.

Art. 81 - Fica eleito o foro da cidade de Aracaju para qualquer ação fundada neste estatuto.

Art. 82 - Este Estatuto revoga quaisquer outros e entrará em vigor na data de sua aprovação pela Assembleia Geral, especialmente convocada, devendo ser registrado no órgão público competente.

Art. 83 - Este Estatuto vigorará por tempo indeterminado a partir da data de seu registro.

Aracaju, [dia] de [mês] de [ano]

[nome do diretor presidente]

Diretor Presidente

Empresa Júnior de Turismo do Instituto Federal de Sergipe

INSTITUTO
FEDERAL
Sergipe