

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA “PAULA
SOUZA” CEETEPS**

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL “DR ADAIL NUNES DA SILVA”

Administração

ANALY BEATRIZ GARCIA

BEATRIZ HELENA PINTO FERREIRA

INGRID RAFAELA DE OLIVEIRA BENEDITO

JÚLIA AUGUSTA BARÃO

LINDA MARIA DOS SANTOS PORTO

NOVOS HORIZONTES - AGÊNCIA DE VIAGENS

Taquaritinga – SP

2021

ANALY BEATRIZ GARCIA
BEATRIZ HELENA PINTO FERREIRA
INGRID RAFAELA DE OLIVEIRA BENEDITO
JULIA AUGUSTA BARÃO
LINDA MARIA DOS SANTOS PORTO

NOVOS HORIZONTES - AGÊNCIA DE VIAGENS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração integrado ao ensino médio, da Etec "Dr. Adail Nunes da Silva", orientado pela Profª Marcia Estrella Pagliuso e pelo profº Ricardo José Sartor, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

Taquaritinga – SP

2021

Dedicamos este trabalho a todos os professores que nos acompanharam e apoiaram para que conseguíssemos chegar até aqui.

AGRADECIMENTOS

Começamos agradecendo a Deus por, ao longo deste processo complicado e desgastante nos ter feito ver o caminho nos momentos em que pensamos em desistir. Agradecemos a nossa coordenadora responsável Márcia Helena Alóia Micali e a nossa diretora Márcia Maria Pires.

Deixamos também um agradecimento especial aos nossos professores, especialmente a nossa orientadora Márcia Estrella Pagliuso e nosso orientador Ricardo José Sartori, pelas correções e ensinamentos que nos permitiram um melhor desempenho, sem eles nada disso teria sido possível.

Não podemos deixar de agradecer a esta escola, por ser um espaço que privilegia o conhecimento e onde todas as ideias são bem recebidas.

Aos nossos pais, que devemos a vida e todas as oportunidades que nela tivemos e que esperamos um dia poder lhes retribuir.

Agradecemos ainda aos nossos amigos e familiares que ao longo desta etapa nos encorajaram e nos apoiaram, fazendo com que esta fosse uma das melhores fases de nossas vidas.

“Educação não transforma o mundo.
Educação muda as pessoas. Pessoas
mudam o mundo.”

(Paulo Freire)

Sumário

1. INTRODUÇÃO	14
2. Empresa	15
2.1.1. Análise e validação do mercado	15
2.1.2. Plano de Negócio em como abrir uma empresa	15
2.1.3. Principais pontos do plano de negócio	15
2.1.4. Defina a Natureza Jurídica	15
2.1.5. Principais tipos de naturezas jurídicas:.....	15
2.1.6. Qual o porte da minha empresa?	16
2.1.7. Como escolher a localização	16
2.1.8. Como escolher os sócios?.....	16
2.1.9. Documentação necessária para abertura de uma empresa	17
2.1.10. Contrato Social.....	17
2.1.11. Junta Comercial	17
2.1.12. Alvará	18
2.1.13. Licença de funcionamento	18
2.1.14. Tipos de licença para abertura de uma empresa	18
2.1.15. Inscrição Municipal e Estadual	18
2.1.16. Taxas e impostos	18
2.1.17. Regime de tributação.....	19
2.1.18. Notas fiscais	19
2.1.19. Quanto tempo leva em torno para abrir realmente uma empresa?20	20
2.1.20. Terceirize os serviços.....	20
2.1.21. Forme sua equipe	20
2.1.22. Divulgação	20
2.2. Razão Social	20
2.3. Nome Fantasia.....	20

2.4. Localização e contato.....	21
2.5. Formas de contato com a empresa:.....	21
2.6. Código Nacional de Atividade Econômica da empresa (CNAE)	21
3. A GESTÃO.....	23
3.1. Missão.....	23
3.2. Visão	23
3.3. Ética e valores	23
3.4. Responsabilidade Social.....	23
3.5. Comprometimento com o meio ambiente.....	24
3.6. Diferencial da empresa.....	24
4. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	25
4.1. Planejamento estratégico da empresa curto, médio e longo prazo	25
4.1.1. Curto Prazo.....	25
4.1.2. Médio Prazo	25
4.1.3. Longo Prazo	25
5. ÁREA DE <i>MARKETING</i> – GESTÃO MERCADOLÓGICA	26
5.1. Análise <i>SWOT</i>	26
5.1.1. Forças	26
5.1.2. Fraquezas	26
5.1.3. Oportunidades.....	26
5.1.4. Ameaças	27
5.2. Objetivo de Marketing.....	27
5.4. Estratégias.....	27
5.4.1. Público-alvo.....	27
5.4.2. Diferencial.....	27
5.4.3. Posicionamento	27
5.4.3.1. Logo	28

5.4.3.2. Slogan	28
5.4.3.3. Cartão de visita/ fidelidade	29
5.4.3.4. Panfleto	30
5.4.3.5. Catálogo	31
5.4.3.6. Banner	34
5.4.4. Composto de Marketing (4 P's)	34
5.4.4.1. Produto	34
5.4.4.2. Preço	35
5.4.4.3. Praça	35
5.4.4.4. Promoção	35
5.5. Táticas	36
5.6. CRONOGRAMA	36
5.7. Orçamento	37
5.8. Controle	37
5.9. Controle interno	38
6. ÁREA DE PRODUÇÃO PARA COMÉRCIO DE VIAGENS	39
6.1. Layout da empresa	39
6.3. Definições dos equipamentos necessários	40
6.3.1. Equipamento para auxiliar no atendimento	41
6.4. Processos da agência Novos Horizontes	42
6.5. Parâmetros de qualidade utilizados no processo de produção	42
6.5.1. Usuário	43
6.5.2. Transcendência	43
6.5.3. Processos e serviços	43
6.5.4. Preço	43
7. ÁREA ECONÔMICA E FINANCEIRA	44
7.1. Orçamentos empresarial - investimento inicial do Negócio (budget)	44

7.2. Evoluções do faturamento –receita x despesas (forecast)	44
7.3. Ponto de equilíbrio.....	46
7.4. Retornos do capital investido ou prazo de retorno do investimento (payback)	47
8. ÁREA DE RECURSOS HUMANOS	48
8.1. Objetivos da área	48
8.2. Organograma funcional.....	48
8.3. Descrição de cada cargo/função (atribuições em relação ao organograma) -conforme CBO -Classificação Brasileira de Ocupações.	48
8.4. Necessidade de Recursos Humanos/ Benefícios/ Treinamentos e Desenvolvimento (T&D).....	50
8.4.1. Benefícios	50
8.4.2. Treinamento.....	50
8.4.3. Desenvolvimento	50
8.5. Recrutamento e Seleção de Pessoal.....	51
8.5.1. Formas de recrutamento	51
8.5.2. Critérios de seleção	51
8.6. Sindicatos Patronal, Laboral e Salários	51
8.7. Segurança, Medicina no Trabalho e CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes): NR's –Normas Regulamentadoras.....	52
9. TI- TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	56
9.1. Requisitos de Hardware	56
9.2. Requisitos de Software	57
9.3. Sistema de Informação Gerencial (SIG)	57
10. CONSIDERAÇÕES FINAIS	59
REFERÊNCIAS.....	Erro! Indicador não definido.

Tabela de Figuras

Figura 1 - Localização.....	21
Figura 2 - Logotipo.....	28
Figura 3 - Slogan.....	28
Figura 4 - Cartão de visita/fidelidade (frente).....	29
Figura 5 - Cartão de visita/fidelidade (verso).....	29
Figura 6 - Panfleto.....	30
Figura 7 - Catálogo.....	31
Figura 8 - Catálogo 2.....	31
Figura 9 - Catálogo 3.....	32
Figura 10 - Catálogo 4.....	32
Figura 11 - Catálogo 5.....	33
Figura 12 - Catálogo 6.....	33
Figura 13 - Banner.....	34
Figura 14 – Planta Baixa.....	39
Figura 15 - Planta Alta.....	40
Figura 16 - Laptop.....	41
Figura 17 - Celular.....	41
Figura 18 - Telefone.....	41
Figura 19 - Fluxograma da Linha de Processos da Novos Horizontes.....	42
Figura 20 - organograma da agência de viagens.....	48
Figura 21 - The Best Tourism.....	58

Lista de Gráficos

Gráfico 1 - Evolução de Faturamento x Despesas	45
Gráfico 2 - Representação Mensal: Despesas Fixas	45
Gráfico 3 - Representação Mensal: Despesas Variáveis	46
Gráfico 4 - Meta Mínima com Lucro Desejado	46
Gráfico 5 - Payback-Prazo de Retorno	47

RESUMO

GARCIA, Analy Beatriz; FERREIRA, Beatriz Helena Pinto; BENEDITO, Ingrid Rafaela de Oliveira; BARÃO, Julia Augusta; PORTO, Linda Maria dos Santos. Novos Horizontes. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Técnico em Administração) – Escola Técnica Estadual Dr. Adail Nunes da Silva, Taquaritinga, 2021.

O trabalho desenvolvido ulteriormente tem por finalidade remediar as necessidades dos usuários de serviços turísticos, as quais foram acumuladas no período de isolamento social, gerando uma nova atuante no mercado de viagens titulada Novos Horizontes, esta, procura transparecer incessantemente aos seus clientes conforto, segurança, praticidade e seriedade. A organização disponibilizará o atendimento aos consumidores por meio do *site* e da sua loja que estará localizada na cidade de São José do Rio Preto, Rua Reinaldo Orlando Nogueira, 515 - Jardim Congonhas. A metodologia empregada na produção dessa empresa constituiu-se por pesquisa de mercado com o objetivo de entender a viabilidade de tal projeto.

ABSTRACT

GARCIA, Analy Beatriz; FERREIRA, Beatriz Helena Pinto; BENEDITO, Ingrid Rafaela de Oliveira; BARÃO, Julia Augusta; PORTO, Linda Maria dos Santos. Novos Horizontes. 2021 Course Completion Paper (Administration Technicia) – Escola Técnica Estadual Dr. Adail Nunes da Silva, Taquaritinga, 2021.

The work developed later aims to remedy the needs of users of tourist services, which were accumulated during the period of social isolation, generating a new player in the travel market entitled Novos Horizontes, which seeks to incessantly convey to its customer's comfort, safety, practicality and seriousness. The organization will provide customer service through the website and its store, which will be located in the city of São José do Rio Preto, Rua Reinaldo Orlando Nogueira, 515 - Jardim Congonhas. The methodology used in the production of this company consisted of market research in order to understand the feasibility of such a project.

1. INTRODUÇÃO

Em meados do século XIX surgiram os primeiros passeios coletivos organizados, iniciando a comercialização de viagens como conhecemos atualmente. Thomas Cook foi importante, pois realizou a primeira viagem organizada em 1841, fundou o voucher de hotel e aderiu serviços de turismo a contar de 1846. A partir de 1940 o turismo passou a ser considerado não só como atividade econômica, mas também atividade de relevância para a sociedade. Desde então esse mercado foi crescendo até chegar no que conhecemos hoje.

A ideia de uma nova agência de viagens surgiu de cinco jovens que têm a vontade de viajar, conhecer lugares novos e facilitar a vida das pessoas proporcionando ao consumidor viagens de lazer e negócios. Denominada de Novos Horizontes, a empresa traz oportunidades acessíveis para todas as camadas da população. Com o mercado de turismo em expansão e o acesso do público à diversidade de lugares através das lentes dos meios de comunicação existentes, a ideia de proporcionar memórias incríveis se torna cada vez mais real.

O principal objetivo da Novos Horizontes é retomar as viagens tão esperadas neste último ano, realizar sonhos, proporcionar experiências inesquecíveis em lugares fantásticos.

O presente trabalho surgiu depois de pesquisas mostrarem que a vontade de viajar após esse período de pandemia aumentou, o que faz com que o serviço oferecido pela empresa seja visto como algo necessário. A expectativa é de que a empresa contribua nesse meio de viagens e faça o desejo do público se tornar realidade.

Foi feita uma pesquisa de campo para extrair dados para a empresa, sendo possível identificar a necessidade das pessoas em receber ajuda para escolher melhores pacotes de viagens e hospedagens. A análise das respostas obtidas e a pesquisa bibliográfica, concluiu que este ramo tende a crescer ainda mais, após o período de pandemia e distanciamento social.

2. Empresa

A empresa Novos Horizontes é uma organização que realiza atividades de prestação de serviços turísticos, no qual são elaborados planos de viagens de acordo com a vontade e necessidade de seus clientes.

2.1.1. Análise e validação do mercado

Antes de abrir um negócio é necessário que se realize uma pesquisa para saber tudo sobre o ramo em que a empresa irá seguir no mercado, analisando fontes confiáveis. Fazer uma avaliação e levantar dados de seus concorrentes é fundamental para entender o que as outras organizações estão fazendo e o que deve ser evitado de ser feito.

2.1.2. Plano de Negócio em como abrir uma empresa

Após fazer uma análise, montar um plano de negócio é importante, pois seus objetivos serão definir o que manterá aquela empresa no mercado, usando os quatro pilares (financeiro, comercial, recursos humanos e marketing). Ele é responsável pela visão que o empreendedor terá sobre o negócio.

2.1.3. Principais pontos do plano de negócio

Deve-se criar um planejamento financeiro colocando informações de onde virá os recursos e onde eles serão aplicados. Saber para onde vai o capital investido, quanto gastara, quanto irá faturar mensalmente e em quanto tempo esse capital irá retomar para a empresa. Para facilitar, criar um cenário positivo e negativo e a partir daí, desenvolver um planejamento estratégico.

2.1.4. Defina a Natureza Jurídica

É o regime jurídico da empresa, define exatamente as exigências e normas que deverão ser cumpridas pelos sócios. É um conceito criado pelos órgãos públicos para identificar cada empresa por sua estruturação.

2.1.5. Principais tipos de naturezas jurídicas:

Empresário Individual: Uma única pessoa constitui a empresa, com responsabilidades ilimitadas.

Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI): Empresa formada por apenas uma pessoa, onde a responsabilidade do empresário é limitada ao capital social.

Sociedade Limitada: É aquela de atuação coletiva, com responsabilidades limitada ao capital, a fim de explorar atividades de produção ou circulação de bens e serviços.

Sociedade Anônima: a participação e responsabilidade dos sócios é definida pela quantidade de ações que possuem. O patrimônio pessoal dos acionistas é separado do patrimônio da empresa.

Sociedade Simples (SS): Pode ser limitada ou ilimitada, exploram atividades de prestação de serviços decorrentes de atividades intelectuais e de cooperativa.

2.1.6. Qual o porte da minha empresa?

- Microempreendedor Individual (MEI): é o empresário individual com faturamento de até R\$81.000,00 no ano.
- Microempresa (ME): pode haver participação de sócios e a Lei complementar de 2006 permite atingir até R\$360.000,00 por ano.
- Empresa de Pequeno Porte (EPP): fatura até R\$4,8 milhões por ano.
- Empresa de Médio Porte: obtém faturamento maior que R\$4,8 milhões e menor ou igual a R\$300 milhões.
- Grande Empresa: faturamento maior que R\$300 milhões.

2.1.7. Como escolher a localização

Necessita-se pensar nos clientes e também no fácil acesso. O empreendedor deve analisar lugares onde seu negócio irá chamar atenção e atrair clientes, avaliando a concorrência, o preço dos moveis e do aluguel, com estacionamento fácil e que permita o fluxo livre de pedestres, de preferência lugares que tenham um fluxo grande de pessoas.

2.1.8. Como escolher os sócios?

O compromisso do sócio com a empresa é investir seu tempo ou capital, podendo ser ambos. O sócio precisa compartilhar dos mesmos objetivos empresariais, morais e éticos a frente do negócio. Quando não há capital para aplicar

o sócio presta serviço a instituição, quanto maior sua colaboração e conhecimento no ramo de atividade organizacional, melhor para o crescimento e desenvolvimento da empresa.

2.1.9. Documentação necessária para abertura de uma empresa

Alguns documentos possuem prazo de validade, é preciso haver um cronograma com prioridades aos principais documentos para evitar gastos à empresa.

Para cada Sócio:

- Uma cópia simples do comprovante de residência;
- Duas cópias autenticadas do RG e CPF (Carteira Nacional de Habilitação também é válida);
- Se casado (a), certidão de casamento;
- Uma cópia de folha espelho do IRPF, caso tenha comprovado no ano vigente.

Para empresa:

- Duas cópias simples do IPTU do imóvel;
- Duas cópias do Contrato de Locação ou Compra e Venda.

2.1.10. Contrato Social

Contrato social é o documento que oficializa a criação de um negócio societário. Nele deve estar explícito todos os dados da empresa e dos sócios, como razão social, endereço da sede, as cotas de cada um dos sócios, a participação nos lucros, quem será o diretor da empresa e quais decisões o mesmo poderá tomar, e o que será acordado de forma coletiva, entre outras situações possivelmente previstas pelos sócios.

2.1.11. Junta Comercial

É um órgão do governo, no qual registra todas as atividades relativas a sociedades empresariais. Para a formalização da empresa e obtenção do CNPJ a junta comercial ou cartório de pessoas jurídicas do estado, realiza o registro público da empresa.

2.1.12. Alvará

O alvará de funcionamento é o documento disponibilizado pela prefeitura da cidade comprovando, que a empresa está apta para exercer suas atividades de negócio, no local desejado para a abertura da mesma.

2.1.13. Licença de funcionamento

Para ser legítimo o alvará e a abertura da empresa são indispensáveis algumas licenças. No geral, essas licenças são requeridas pela prefeitura municipal, vigilância sanitária, corpo de bombeiros, podendo envolver alguns outros órgãos. Estas licenças variam de acordo com o tipo de negócio que será aberto, contudo ter esse documento é a garantia de segurança para os clientes e colaboradores.

2.1.14. Tipos de licença para abertura de uma empresa

A licença sanitária é obtida em órgãos municipais, estaduais e federais de vigilância sanitária como a Anvisa. Essa licença é intrínseca para estabelecimentos com atividades que possam apresentar perigos à saúde, como nos setores alimentício, farmacêutico e cosméticos. A ausência dessa documentação pode acarretar multas e interdição do estabelecimento.

A vistoria de cumprimentos das normas de segurança é exercida pelo corpo de bombeiros municipal. É obrigatória para todas as empresas.

É interessante a contratação de um contador para indicar quais licenças e cadastro sua empresa precisará de acordo com a sua atividade. A inexistência de uma licença pode gerar multa.

2.1.15. Inscrição Municipal e Estadual

Diferente da inscrição municipal que é obrigatória nas empresas, a inscrição estadual é obrigatória apenas para empresas que trabalham com serviços de comunicação, energia, indústria em geral, comércio e transporte intermunicipal e interestadual. O cadastro de inscrição estadual é feito junto a Secretária da Fazenda do Estado ou a Receita Federal, depois de realizar essa inscrição a empresa se tornará um contribuinte do ICMS (Imposto sobre Circulação de Produtos e Serviços).

2.1.16. Taxas e impostos

Para abrir uma empresa não existe um imposto exclusivo, mas, nessa fase é necessário recolher taxas públicas sobre a junta comercial ou cartório. Pela variação

da taxa de imposto em relação ao tipo de organização, torna-se essencial a assessoria de um profissional contábil para deliberar as constituições da empresa, assegurando então que sejam pagas as taxas primordiais. Todos os meses de faturamento da empresa será cobrado o valor de imposto alusivo as regras e alíquotas do regime tributário pertencente a empresa.

2.1.17. Regime de tributação

É possível determinar qual é a melhor tributação que se adapta a organização por meio da definição jurídica e pelo número do CNAE. Essa determinação é fundamental, já que através do regime de tributação é que serão recolhidos os impostos.

Existem três regimes de tributação, são eles:

Simple Nacional: Recomendada para microempresas e empresas de pequeno porte. A arrecadação de todos os impostos (IRPJ, CSLL, PIS, COFINS, IPI, ICMS, ISS, CPP) é feita pelo DAS de forma única. O limite de receita bruta anual é de R\$4.800.000, mas dentro desse limite as empresas que ultrapassarem o valor de R\$3.600.000 estarão sujeitas a pagar o ICMS e o ISS por fora do DAS.

Lucro presumido: Regime designado a empresa de médio e grande porte. O recolhimento dos impostos é feito separadamente e em períodos diferentes, os impostos PIS, COFINS e ISS são recolhidos mensalmente, enquanto o Imposto de Renda (IRPJ) e a Contribuição Social (ICMS) são feitas trimestralmente. O limite de receita bruta anual é de R\$78.000.000.

Lucro real: A adesão do regime é obrigatória para empresas que possuem faturamento maior que R\$78.000.000. A apuração dos impostos do Lucro real pode ser trimestral ou anualmente com base no último período de arrecadação. Não existe limite de receita bruta.

2.1.18. Notas fiscais

É necessário que a empresa esteja credenciada de forma adequada junto à Receita Federal para emitir notas fiscais aos consumidores e fornecedores, também é preciso que a empresa possua CNPJ.

E quando se trata de notas fiscais virtuais é necessário que a empresa possua um certificado digital, que funcionará como uma “assinatura” digital.

2.1.19. Quanto tempo leva em torno para abrir realmente uma empresa?

As documentações devem estar todas corretas e em ordem. Após isso, as mesmas são enviadas para a Junta Comercial e para a Receita Federal, desse momento em diante inicia-se o processo para abertura da empresa. Habitualmente demoram, em média, 10 dias úteis a partir do prazo que foi estabelecido pela Junta Comercial em cada estado. Assim sua empresa já será portadora do número do CNPJ.

2.1.20. Terceirize os serviços

No princípio toda empresa tem o pensamento de gastar o mínimo possível, a partir disso a terceirização é uma ótima opção para se levar em conta, visto que diminuirá os custos com a manutenção e os recursos que a empresa necessita.

2.1.21. Forme sua equipe

Quando é tomada a decisão de abertura de uma empresa é necessário pensar em como será formada a sua equipe e escolher pessoas capacitadas para exercer seu determinado cargo. É recomendado que comece com um número enxuto de funcionários para não exceder os custos, sempre analisando se há uma razão para existir tal ocupação.

Adicionar à empresa um serviço terceirizado quando há diversidade de atividades oferecidas é, também, um meio de reduzir os custos. Para o recrutamento de funcionários é importante escolher com cautela e sempre ter em mente o perfil que a vaga precisa.

2.1.22. Divulgação

Para finalizar, vem, com grande importância, a etapa da divulgação. Nela é necessário investir em grande divulgação para o reconhecimento mais breve possível da empresa. Sites e redes sociais são a chave para entrar nesse meio de expor o seu produto/serviço.

2.2. Razão Social

Barão & Garcia LTDA

2.3. Nome Fantasia

Novos Horizontes - Agência de Viagens.

2.4. Localização e contato

A agência Novos Horizontes tem sua localização para consulta e atendimento em: **Rua Reinaldo Orlando Nogueira, 515 - Jardim Congonhas, São José do Rio Preto – SP, CEP - 15030-060**

Figura 1 - Localização



Fonte: Google maps, 2021

2.5. Formas de contato com a empresa:

- E-mail: novoshorizontes@hotmail.com
- Facebook: **Novos Horizontes**
- Instagram: **@Novos_horizontes**
- WhatsApp: **(17) 98667-3542**

2.6. Código Nacional de Atividade Econômica da empresa (CNAE)

Tabela 1 - CNAE

Hierarquia	
Seção:	<u>N</u> ATIVIDADES ADMINISTRATIVAS E SERVIÇOS COMPLEMENTARES
Divisão:	<u>79</u> AGÊNCIAS DE VIAGENS, OPERADORES TURÍSTICOS E SERVIÇOS DE RESERVAS
Grupo:	<u>79.1</u> Agências de viagens e operadores turísticos
Classe:	<u>79.11-2</u> Agências de viagens
Subclasse:	7911-2/00 Agências de viagens

Notas Explicativas:

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](#))

Fonte: CNAE, 2021.

Desta maneira, a organização promove uma viagem de visitação para casas de caridade uma vez ao ano.

3. A GESTÃO

A gesto da organização é uma parte fundamental para o bom desenvolvimento e sucesso da mesma, tendo isso e vista esse capítulo mostrara como a empresa lidará com tal incumbência.

“Gestão, essa “palavrinha mágica”, pode ser considerada a mais importante combinação de técnica, tecnologia, arte e disciplina para buscar o sucesso empresarial na atualidade. Em síntese, podemos dizer que gestão é ação.” (CORTE REAL, 2012 p. 12)

3.1. Missão

Realizar viagens que proporcionem experiências únicas e inesquecíveis para cada cliente. Ultrapassando as expectativas do público, transparecendo segurança, competência e comprometimento nos destinos escolhidos pelos nossos viajantes.

3.2. Visão

Ser reconhecida pelos clientes por ter responsabilidade e seriedade em tudo que faz. Entregar um serviço com diferencial, sempre priorizando a escolha do cliente e mostrar a competência da empresa.

3.3. Ética e valores

- Foco no cliente
- Ética e transparência
- Qualidade
- Tecnologia
- Sustentabilidade
- Superação
- Confiabilidade
- Eficiência
- Fidelidade e realização profissional

3.4. Responsabilidade Social

A Novos Horizontes é uma empresa com grande comprometimento no desenvolvimento social, ambiental e econômico do país, atuando de forma ética nas suas relações com seu público diverso. A organização busca valorizar, além de seus clientes e seu serviço, também seus funcionários, oferecendo boas condições, desenvolvimento profissional, estímulo à qualidade de vida e de trabalho e a

promoção da saúde, mantendo, deste modo, o respeito à diversidade de raça, gênero e cultura no ambiente de trabalho.

Desta maneira, a organização promove uma viagem de visitação para casas de caridade uma vez ao ano.

3.5. Comprometimento com o meio ambiente

A agência busca estimular seu público a colaborar com o meio ambiente, nas questões de lixos utilizados em suas viagens, como por exemplo, jogando cada lixo em seu devido lugar e utilizando o menor número de plástico possível, focando nas embalagens recicláveis e biodegradáveis e também utilizando os lixos coloridos. Os clientes que se saírem melhor com a reciclagem ganharam um desconto em sua próxima viagem.

O programa funcionará da seguinte maneira: Nossa agência fará uma parceria com uma empresa de reciclagem, onde o cliente levará seu lixo reciclável e em troca receberá um carimbo no nosso cartão fidelidade, quando completar 5 carimbos ganha o desconto. O mínimo de reciclagem será 1kg.

3.6. Diferencial da empresa

O diferencial da Novos Horizontes são os preços, promoções e sorteios realizados durante as viagens com direito a prêmios exclusivos para os clientes. Vale ressaltar que nenhuma outra agência oferece, além de descontos imperdíveis, brindes para seus consumidores.

A empresa disponibiliza consultoria por meio das redes sociais para evitar o deslocamento dos clientes e facilitar o atendimento, principalmente em razão da pandemia.

É importante destacar que a agência oferece variedades de pacotes de acordo com a preferência do cliente.

4. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O planejamento estratégico é mais uma peça chave para garantir que a empresa consiga se manter firme no mercado, e alcance suas metas e objetivos, portanto esse capítulo mostrará todo o planejamento da Novos Horizontes.

“Em linhas gerais, planejamento é o processo de estabelecer antecipadamente a finalidade da organização, programa ou projeto, definir objetivos e prever as atividades e os recursos necessários para atingi-los”. (ALBUQUERQUE, 2006 p. 56)

4.1. Planejamento estratégico da empresa curto, médio e longo prazo

O plano da organização é dividido em três tempos para que a empresa tenha a oportunidade de superar as expectativas sobre cada um deles.

4.1.1. Curto Prazo

O objetivo da empresa a curto prazo é conquistar clientes ativos e se mostrar presente nessa área do mercado de trabalho.

4.1.2. Médio Prazo

A organização tem como objetivo a médio prazo, fidelizar clientes e ampliar as atividades de turismo para locais internacionais. Tal como corporificar a empresa no mercado de turismo local como uma das melhores empresas a serem recorridas pelos clientes.

4.1.3. Longo Prazo

A entidade estabelece como objetivo a longo prazo, a conquista de novos territórios tendo em vista a liderança do mercado, lançar novos serviços e conquistar um novo público alvo.

5. ÁREA DE *MARKETING* – GESTÃO MERCADOLÓGICA

O setor de marketing é responsável pela ligação da organização com seus clientes, construindo a imagem que a empresa pretende passar para seus consumidores os cativando cada vez mais. Sendo assim esse capítulo apresentara toda a gestão mercadológica da Novos Horizontes.

“Vemos a administração de marketing como a arte e a ciência da escolha de mercados-alvo e da captação, manutenção e fidelização de clientes por meio da criação, da entrega e da comunicação de um valor superior para o cliente”. (KOTLER, 2000 p. 30)

5.1. Análise *SWOT*

Em Administração de Empresas, a Análise *SWOT* é um importante instrumento utilizado para planejamento estratégico que consiste em recolher dados importantes que caracterizam o ambiente interno (forças e fraquezas) e externo (oportunidades e ameaças) da empresa.

5.1.1. Forças

- Comunicação online;
- Pacotes personalizados;
- Melhores condições de pagamento;
- Diversidade de opções de destino;
- Localização acessível;
- Domínio de *marketing*.

5.1.2. Fraquezas

- Negócio novo no mercado;
- Falta de experiência;
- Pouco recurso financeiro;

5.1.3. Oportunidades

- Alta demanda pós vacina;
- Fortes campanhas em redes sociais e televisão;
- Falta de planejamento dos clientes;
- Grandes parcerias.

5.1.4. Ameaças

- A atual pandemia (covid-19), que afetou a possibilidade de viagens;
- Maior experiência de mercado dos estabelecimentos concorrentes;
- O clima em determinadas viagens;
- Falta de visibilidade.

5.2. Objetivo de Marketing

O objetivo da instituição na área de marketing é expandir no âmbito das viagens, começando em São José do Rio Preto e região, a fim de fidelizar clientes. Conseqüentemente, obter maiores lucros e bom posicionamento no mercado consumidor, conseguindo assim, investir mais.

5.4. Estratégias

Estratégia é uma palavra com origem no termo grego *strategia*, que significa plano, método, manobras ou estratagemas usados para alcançar um objetivo ou resultado específico.

5.4.1. Público-alvo

O público-alvo da empresa Novos Horizontes é voltado para pessoas que buscam viagens com pacotes que caibam no orçamento e que ofereçam vários lugares pelo mundo todo, focando nas viagens de formatura para adolescentes que querem aproveitar os lugares e as festas oferecidas.

5.4.2. Diferencial

O que torna a empresa única é que além de inúmeras promoções e preços incríveis e acessíveis, a agência busca oferecer o melhor atendimento e serviços de alta qualidade para garantir a satisfação do cliente, ela também oferece sorteios de brindes personalizados e descontos incríveis para os clientes. Além dos sorteios exclusivos, a Novos Horizontes oferece um cartão fidelidade de um programa de reciclar, que além de deixar algumas pessoas muito felizes com seus descontos ao zerar o cartão, ajuda o meio ambiente.

5.4.3. Posicionamento

A empresa deseja ser reconhecida por entregar um trabalho único e de excelência para os clientes.

5.4.3.1. Logo

Figura 2 - Logotipo



Fonte: próprio autor, 2021

5.4.3.2. Slogan

Figura 3 - Slogan



Fonte: próprio autor, 2021

5.4.3.3. Cartão de visita/ fidelidade

Figura 4 - Cartão de visita/fidelidade (frente)



Fonte: próprio autor, 2021

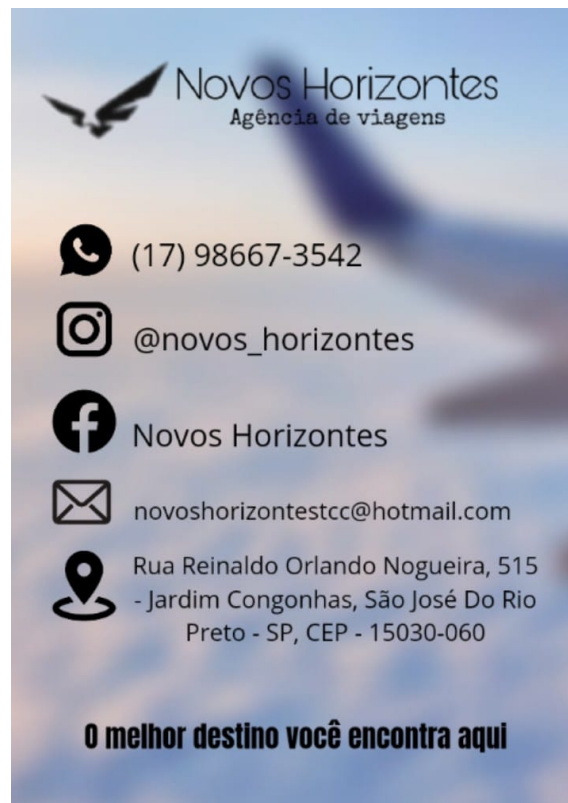
Figura 5 - Cartão de visita/fidelidade (verso)



Fonte: próprio autor, 2021

5.4.3.4. Panfleto

Figura 6 - Panfleto



Fonte: próprio autor, 2021

5.4.3.5. Catálogo

Figura 7 - Catálogo



Fonte: próprio autor, 2021

Figura 8 - Catálogo 2

Novos Horizontes
Agência de viagens

Destinos

Formatura

Porto Seguro _____ R\$3.240,00

Florianópolis _____ R\$3.170,00

Angra dos Reis _____ R\$3.200,00

Fonte: próprio autor, 2021

Figura 9 - Catálogo 3



Destinos

Internacionais

Tóquio	_____	R\$7.150,00
Maldivas	_____	R\$21.500,00
São Francisco	_____	R\$7.250,00
Peru	_____	R\$2.900,00



Fonte: próprio autor, 2021

Figura 10 - Catálogo 4



Destinos

Cruzeiros Internacionais

Savona (Embarque) - Barcelona - Marselha - Savona (Desembarque).	R\$1.550
Barcelona (Embarque) - Marselha - Savona - Barcelona (Desembarque).	R\$1.550



Fonte: próprio autor, 2021

Figura 11 - Catálogo 5



Destinos

Cruzeiro Nacional

Santos (Embarque) - Montevideú - Buenos Aires (Desembarque). R\$1.958



OBS: os preços variam de acordo com as escolhas do cliente. Varia de lugares e hospedagens!!

Fonte: próprio autor, 2021

Figura 12 - Catálogo 6



Com a Novos Horizontes você encontra os melhores destinos para colecionar suas melhores memórias. A agência oferece inúmeras opções dos mais variados lugares, valores e quaisquer meios de transporte e hospedagem para você!! Venha fazer seu orçamento com a Novos Horizontes, agência de viagens.

contatos:

WhatsApp (17)988667-3542

Instagram @novos_horizontes

Facebook Novos Horizontes

E-mail @novoshorizontestcc@gmail.com

Fonte: próprio autor, 2021

5.4.3.6. Banner

Figura 13 - Banner



Fonte: próprio autor, 2021.

5.4.4. Composto de Marketing (4 P's)

O composto de marketing diz respeito a variáveis, ou sistemas integrados, como produto, preço, praça e promoção, que tem como objetivo influenciar a demanda do produto da empresa ao seu consumidor.

5.4.4.1. Produto

Para proporcionar uma experiência incrível aos viajantes, seu diferencial é a qualidade dos atendimentos, promoções nos pacotes de viagens e qualidade nas escolhas dos locais e meios de transporte, desde hotéis até ônibus.

A agência oferece oportunidades únicas aos seus clientes, se tornando uma ótima e até mesmo única opção de agencia de viagens, devido à particularidade de as ofertas oferecerem um valor justo e acessível para todos.

5.4.4.2. Preço

As formas de pagamento será a vista no dinheiro, cartão de crédito e boleto, podendo dividir até 36 vezes dependendo o valor do seu pacote e no cartão de débito. Pode-se observar que os preços dos nossos produtos variam de R\$500,00 até R\$ 22.000,00, como alguns exemplos a seguir:

Tabela 2 - Preço de alguns pacotes oferecidos pela Novos Horizontes

Porto Seguro	R\$ 3.240,00
Florianópolis	R\$ 3.170,00
Angra Dos Reis	R\$ 3.200,00
Tóquio	R\$ 7.150,00
Maldivas	R\$ 21.500,00
São Francisco	R\$ 7.250,00
Peru	R\$ 2.900,00
Savona	R\$ 1.550,00
Barcelona	R\$ 1.550,00
Santos	R\$ 1.958,00

Fonte: próprio autor, 2021.

5.4.4.3. Praça

A organização possui vários meios de comunicação como Instagram, e-mail e WhatsApp, através deles é possível contatar a empresa para obter maiores informações sobre os pacotes disponíveis e os serviços que lhes serão oferecidos.

A empresa também possui espaço físico, local em que os clientes podem ir para ter um contato mais detalhado dos serviços, fazer simulações de valores, lugares etc.

5.4.4.4. Promoção

A agência realizará a divulgação por meio das redes sociais (Facebook, Instagram e WhatsApp), promovendo a marca através de publicações diárias e parcerias com influenciadores digitais, além da distribuição de panfletos pela cidade e nas escolas de ensino médio. A Novos Horizontes possui uma diversificada linha de brindes como camisetas, mochilas, copos e entre outros materiais personalizados, além de descontos disponíveis para os sorteios que serão realizados para os clientes.

Haverá pacotes promocionais nas datas comemorativas de final de ano e carnaval, com a intenção de impulsionar as vendas e atrair novos clientes, aumentando a interação e o número de seguidores. Será disponibilizado o cartão meio ambiente, que conterá os dados da agência e da empresa de reciclagem na frente e o controle das reciclagens entregues à empresa no verso, o cliente receberá instruções para que junte seus materiais recicláveis e apresente na empresa ao final de sua viagem. A cada 2kg de material reciclável o cliente ganha um carimbo, com a soma de 10 carimbos ele ganha um desconto de 20% em sua próxima viagem.

5.5. Táticas

A novos horizontes usa como meio estratégico, principalmente publicações no Instagram, Facebook e WhatsApp, buscando visibilidade para a empresa. Diariamente serão realizadas postagens nas redes sociais para alavancar o número de interessados pelos pacotes de viagens.

5.6. CRONOGRAMA

Tabela 2 –Cronograma de divulgações da empresa do 1º semestre

1º semestre de janeiro a junho de 2022						
Mídias	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho
Facebook	■	■	■	■	■	■
Instagram (impulsionado)	■	■	■	■	■	■
Instagram (influenciadores)	■	■	■	■	■	■
Panfletos	■	■	■	■	■	■
Comerciais de TV	■	■	■	■	■	■

Fonte: próprio autor, 2021.

Tabela 3 –Cronograma de divulgações da empresa do 2º semestre

2º semestre de Julho a Dezembro de 2022						
Mídias	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Facebook	■	■	■	■	■	■
Instagram (impulsionado)	■	■	■	■	■	■
Instagram (influenciadores)	■	■	■	■	■	■
Panfletos	■	■	■	■	■	■
Comerciais de TV	■	■	■	■	■	■

Fonte: Próprio autor, 2021.

5.7. Orçamento

Tabela 4 –Orçamento para as divulgações do 2º semestre

1º Semestre de janeiro a junho de 2021						
Mídias	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Facebook	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Instagram (impulsionado)	R\$105,00	R\$105,00	R\$ 105,00	R\$ 105,00	R\$105,00	R\$ 105,00
WhatsApp	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Panfletos 4.000 Uni.	R\$ 113,00	R\$ 113,00	R\$ 113,00	R\$ 113,00	R\$ 113,00	R\$ 113,00
Cartão Fidelidade 1.000 Uni;	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00
Total no mês	R\$ 248,00	R\$ 248,00	R\$ 248,00	R\$ 248,00	R\$ 248,00	R\$ 248,00
Total no semestre	R\$ 1.488,00					

Fonte: próprio autor, 2021.

Tabela 5 –Orçamento para as divulgações do 2º semestre

2º Semestre de Julho a dezembro de 2021						
Mídias	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Facebook	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Instagram (Impulsionado)	R\$ 105,00	R\$ 105,00	R\$ 105,00	R\$ 105,00	R\$ 105,00	R\$ 105,00
WhatsApp	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Panfletos 4.000 Uni.	R\$113,00	R\$ 113,00	R\$ 113,00	R\$ 113,00	R\$ 225,00	R\$ 226,00
Cartão Fidelidade 1.000 Uni.	R\$30,00	R\$30,00	R\$ 30,00	R\$30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00
Total no mês	R\$ 248,00	R\$ 248,00	R\$ 248,00	R\$ 248,00	R\$ 360,00	R\$ 360,00
Total no semestre	R\$1.712,00					

Fonte: Próprio Autor. 2021.

5.8. Controle

Será elaborada pesquisas nas mídias sociais, em formatos de enquetes a cada três meses, afim de analisar o desempenho da organização em relação ao bem-estar dos clientes e a satisfação com os serviços prestados por tal, resultando enfim em um balanço de informações que serão utilizadas para melhorar o desempenho da empresa no mercado e aumentar cada vez mais a satisfação do cliente para com a empresa.

5.9. Controle interno

O meio de comunicação interna que a empresa utiliza é a comunicação presencial, efetuando reuniões semanais para tratar de assuntos financeiros e organizar as publicações nas mídias sociais, e juntamente reunião por temporada para realizar o planejamento de promoções e pacotes de acordo com a demanda, além de dinâmicas de interação entre os colaboradores, incentivando o desenvolvimento das relações interpessoais e trazendo a satisfação do funcionário em seu cargo, contribuindo então com o crescimento da instituição.

6. ÁREA DE PRODUÇÃO PARA COMÉRCIO DE VIAGENS

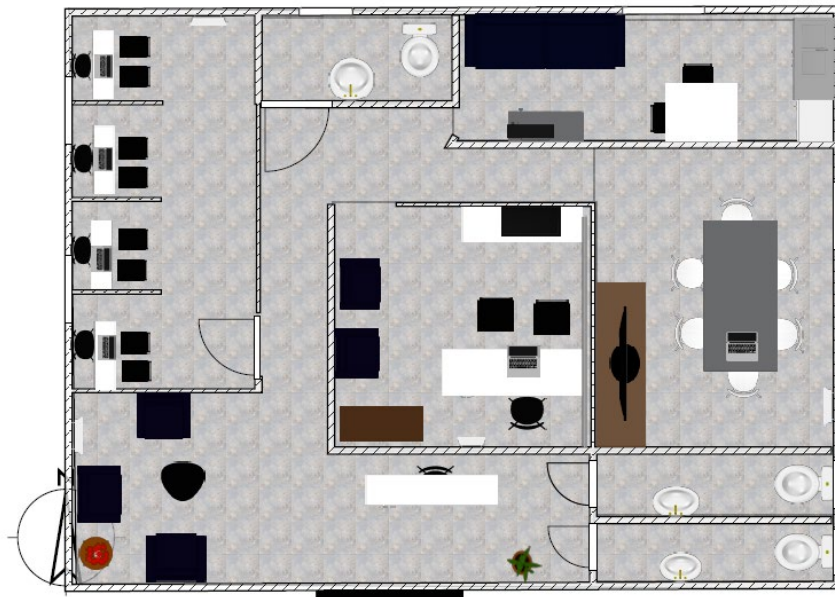
A área da produção é a área administrativa responsável por compreender e colocar em prática as técnicas de gestão para produzir bens e serviços. Um dos seus principais objetivos é agregar valor à entrega final, de forma a organizar, da melhor maneira possível, os recursos disponíveis para atender às vontades e às necessidades dos clientes, isso é o que a organização presa e procura passar reiteradamente no processo de criação dos planos de viagens.

“A partir de uma perspectiva operacional, a administração da produção pode ser vista como um conjunto de componentes, cuja função está concentrada na conversão de um número de insumos em algum resultado desejado” (DAVIS , et al., 2003 p. 25)

6.1. Layout da empresa

Segue abaixo o layout representativo da empresa com suas características e disposições:

Figura 14 – Planta Baixa



Fonte: Próprio autor, 2021

Figura 15 - Planta Alta



Fonte: Próprio autor, 2021

Banheiro F. e M.	3m x 2m cd.
Sala de reuniões	5m x 7m
Sala da Gerência	6m x 6m
Sala de Atendimento	4m x 9m
Cozinha	8m x 3m
Banheiro Func.	3m x 2,5m
Recepção	12 x 4 / 5
Total	15 x 14
M²	210m²

Fonte: Próprio Autor, 2021

6.3. Definições dos equipamentos necessários

Os equipamentos necessários desde o atendimento até a adesão dos serviços são: cadeiras, mesas, computadores, impressoras, pastas, ventiladores e outros, para que haja a melhor experiência tanto para os clientes quanto para os colaboradores, mantendo também um local organizado. Outros equipamentos tais como transporte serão terceirizados de empresas próprias.

6.3.1. Equipamento para auxiliar no atendimento

Figura 16 - Laptop



Fonte: Google Imagens, 2021

Figura 17 - Celular



Fonte: Google Imagens, 2021

Figura 18 - Telefone



Fonte: Google Imagens, 2021

6.4. Processos da agência Novos Horizontes

Figura 19 - Fluxograma da Linha de Processos da Novos Horizontes



Fonte: Próprio autor. 2021

O atendimento poderá ser feito de duas maneiras: pelo *site* da empresa que se pode acessar pelo *Google*, ou então, presencialmente. Nessa etapa o cliente chegará em nossa loja e será abordado pela recepcionista, então, o mesmo é encaminhado para as atendentes onde é iniciado a segunda etapa. Nessa fase, a assistente deve entender as necessidades do cliente para assim, poder ajuda-lo a escolher a melhor opção de pacote para si, sendo assim, junto ao cliente acontecerá a terceira etapa, planejando toda a viagem de acordo com as preferências do mesmo. Logo, agenda-se as datas em concordância às disponibilidades do cliente. Após todo o planejamento e orçamento serem feitos, é redigido o contrato enclausurando todo o plano de viagens e as devidas exigências, no qual será assinado pelo cliente e pelo representante da organização. Em seguida, haverá o pagamento, que pode ser feito à vista ou parcelado, sendo via boleto, cartão ou cheque. Caso o pagamento seja parcelado, a primeira parcela deverá ser paga após todo o atendimento.

6.5. Parâmetros de qualidade utilizados no processo de produção

Para fornecer aos clientes viagens com alta qualidade e conforto, a agência visa adquirir parcerias com empresas de transportes com um grau elevado de excelência e com ótimas referências de mercado. Agregando valor as viagens, assim havendo uma eficácia nas promoções para os pacotes de viagens, exaltando desde modo a confiança e o caráter empresarial.

6.5.1. Usuário

De acordo com pesquisas feitas, a empresa será muito bem-vinda no mercado principalmente após o período de pandemia, pois, depois de um grande período de isolamento, as pessoas estão buscando satisfazer suas necessidades perdidas durante a pandemia, dentre elas, viagens, novas experiências, diversão e lazer com fácil acessibilidade.

6.5.2. Transcendência

A empresa procura ir além de apenas entregar o serviço, a Novos Horizontes deseja proporcionar emoções e sentimentos de felicidade, realização e bem-estar aos clientes, estando sempre à frente de seus concorrentes por se preocupar em oferecer tudo da melhor qualidade trazendo memórias incríveis de cada viagem.

6.5.3. Processos e serviços

Para as escolhas de pacotes a empresa visa atender as necessidades de cada cliente e ir de acordo com as preferências e condições do mesmo, buscando o melhor conforto e qualidade. Dando sempre um ótimo atendimento deixando o cliente satisfeito.

6.5.4. Preço

Os preços variam em cada pacote, sendo eles acessíveis para cada cliente de acordo com cada pedido.

7. ÁREA ECONÔMICA E FINANCEIRA

Para que os sonhos se realizem, é necessário planejar, e a gestão financeira é a base de todo o planejamento. A área de finanças agrupa medidas e procedimentos com a finalidade de potencializar os ganhos da organização e auxilia a, preferencialmente, não ter prejuízos, sendo assim esse capítulo apresentara as projeções econômicas nos primeiros meses de atividade da empresa Novos Horizontes.

Segundo Padoveze (2000 p. 03) “à Análise Financeira consiste em um processo meditativo sobre os números de uma entidade, para avaliação de sua situação econômica, financeira, operacional e de rentabilidade”.

7.1. Orçamentos empresarial - investimento inicial do Negócio (budget)

A expressão *budget* significa orçamento, portanto é o planejamento financeiro e a estimativa das despesas e dos investimentos de uma organização. O orçamento anual e inicial é importante para estabelecer os objetivos, as metas, receitas e custos da empresa e também revela as condições financeiras da companhia, podendo ser feito um planejamento futuro.

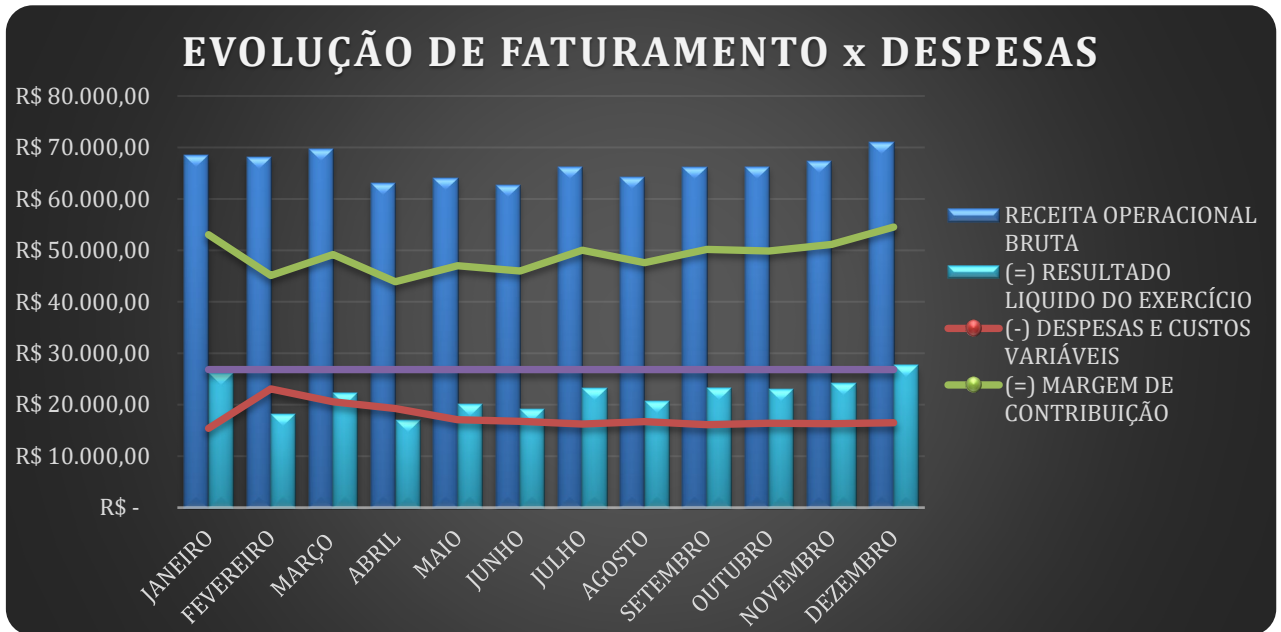
Para abertura da empresa será investido inicialmente R\$ 72.249,48 (setenta e dois mil duzentos e quarenta e nove reais e quarenta e oito centavos), visto que esse valor foi adquirido por capital próprio (poupança) dividido em cinco sócios resultando em R\$ 14.448,08 (quatorze mil quatrocentos e quarenta e oito e oito centavos)

7.2. Evoluções do faturamento –receita x despesas (forecast)

Comumente, o *Forecast* (“orçamento revisado”) é empregado nas áreas financeiras e administrativas da empresa, com o objetivo de gerar estimativas do custo de acordo com a situação da corporação. Assim sendo, o *Forecast* tenciona a disponibilizar novas mudanças que ocorrem nas empresas.

Conseqüentemente, a empresa tem capacidade de arcar com sua função de forma sadia e organizada, sempre atingindo o objetivo com uma boa rentabilidade.

Gráfico 1 - Evolução de Faturamento x Despesas



Fonte: próprio autor, 2021.

Gráfico 2 - Representação Mensal: Despesas Fixas



Fonte: próprio autor, 2021.

Gráfico 3 - Representação Mensal: Despesas Variáveis



Fonte: próprio autor, 2021.

7.3. Ponto de equilíbrio

A empresa conseguiu ultrapassar a meta mínima de faturamento em todos os meses como mostra o gráfico abaixo, havendo aumento nas épocas que ocorrem as temporadas de férias, como nos meses de julho, dezembro e janeiro. Assim a empresa consegue atingir as suas metas, sem ter prejuízos, adquirindo deste modo, uma alta lucratividade econômica para a instituição.

Gráfico 4 - Meta Mínima com Lucro Desejado



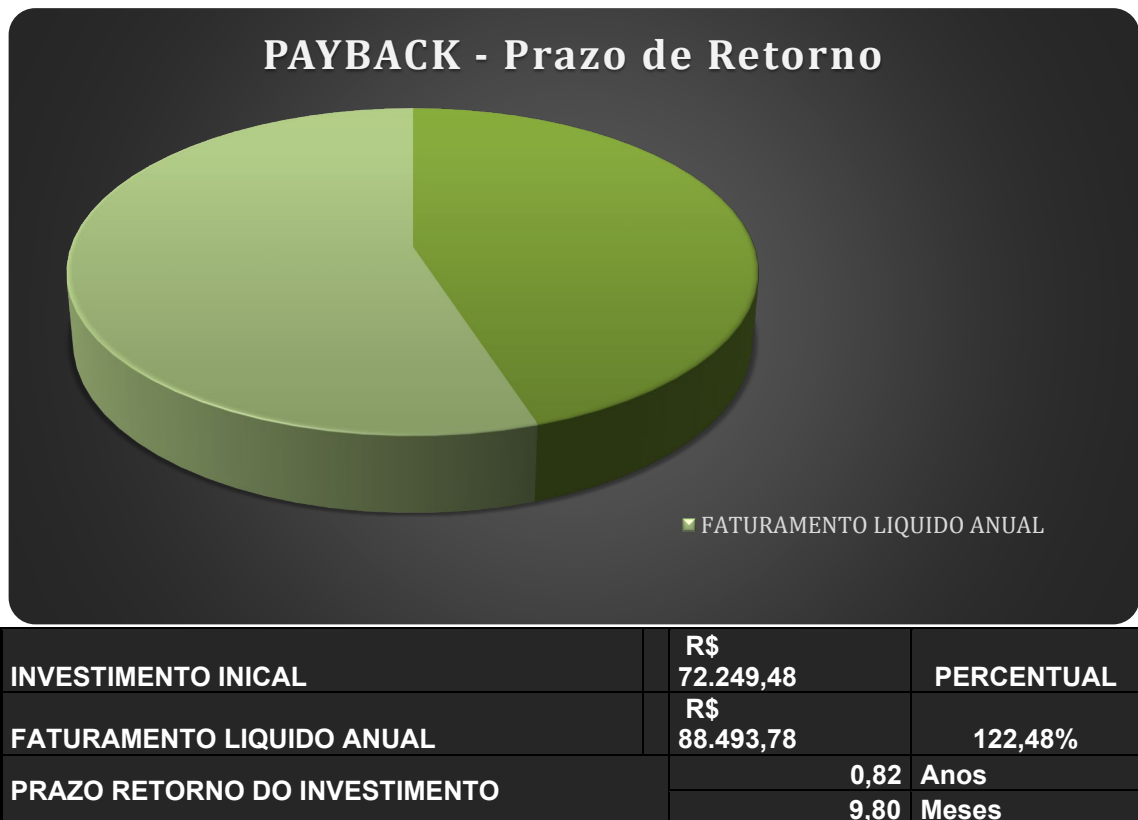
Fonte: próprio autor, 2021

7.4. Retornos do capital investido ou prazo de retorno do investimento (payback)

Payback é uma estratégia utilizada pelas empresas, com a finalidade de calcular o prazo de retorno de investimento inicial até o momento em que os rendimentos tornam-se iguais aos valores investidos. Este valor pode ter retorno dentro de meses ou até mesmo anos.

A novos horizontes teve seu retorno econômico em um período de 9 (nove) meses, sendo que o investimento inicial foi de R\$ 72.249,48 (setenta e dois mil duzentos e quarenta e nove reais e quarenta e oito centavos) havendo um rendimento líquido anual em um valor de R\$ 88.493,78 (oitenta e oito mil quatrocentos e noventa e três e setenta e oito centavos) em um percentual de 122,48% (cento e vinte dois, quarenta e oito por cento), como demonstra o gráfico abaixo.

Gráfico 5 - Payback-Prazo de Retorno



Fonte: próprio autor, 2021

8. ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

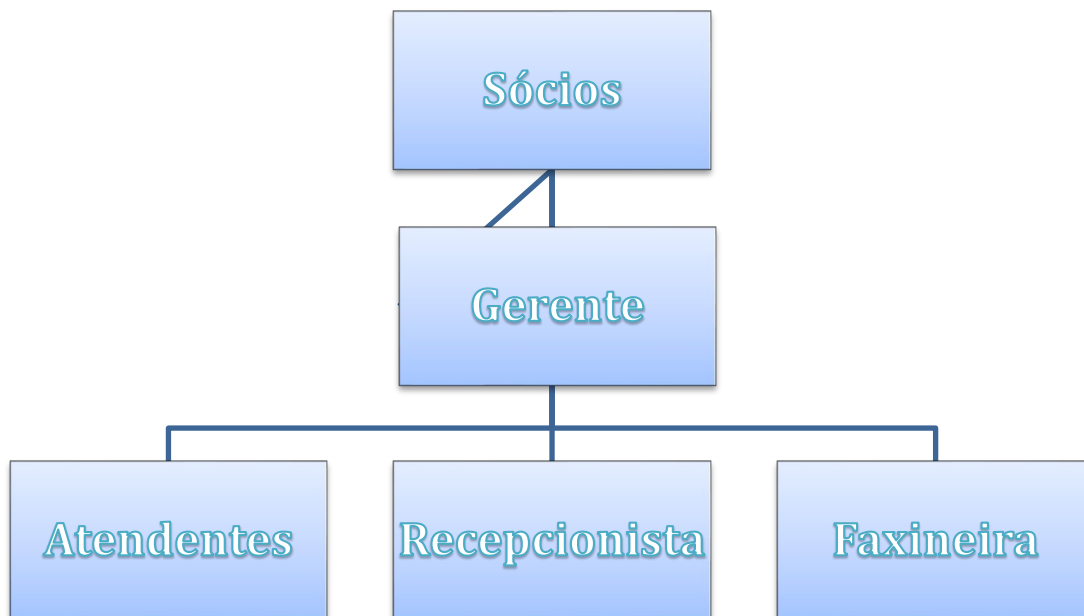
A área de Recursos Humanos, ou RH, como é conhecido o setor responsável pela gestão de pessoas, é um conjunto de técnicas e práticas realizadas pelos profissionais que atuam com a finalidade de gerir comportamentos internos e potencializar o capital humano. A Novos Horizontes preza por compreender os interesses de seus funcionários ocasionando harmonia entre a empresa e seus colaboradores.

8.1. Objetivos da área

O papel do RH é progredir na organização, seus gestores têm que sentar à mesa de decisões, é preciso que as organizações tenham a consciência que o RH tem que participar da formulação estratégica da empresa e atuar como parceiro. (CHIAVENATO, 2010 p. 156)

8.2. Organograma funcional

Figura 20 - organograma da agência de viagens



Fonte: Próprio autor, 2021.

8.3. Descrição de cada cargo/função (atribuições em relação ao organograma) - conforme CBO -Classificação Brasileira de Ocupações.

CBO: Gerente de agência

CBO 141710- Gerente de agência**Descrição Sumária**

Comercializam produtos e serviços financeiros; implementam processos operacionais; planejam processos de operações bancárias; coordenam o desenvolvimento e a implantação de produtos, serviços e processos; gerenciam pessoas; traçam plano diretor para áreas de crédito, produtos e comercialização; administram recursos materiais, financeiros e serviços de terceiros; comunicam-se, oralmente e por escrito, divulgando informações, normas e procedimentos, campanhas de vendas, interagindo com pessoas e conduzindo reuniões.

CBO: Atendente de agência**CBO 413205- atendente de agência****Descrição sumária**

Prestam atendimento a usuários de serviços bancários; realizam operações de caixa; fornecem documentos aos clientes e executam atividades de cobrança. Apoiam as atividades das agências e demais setores do banco; administram fluxo de malotes; compensam documentos e controlam documentação de arquivos. Estabelecem comunicação com os clientes, prestando-lhes informações sobre os serviços bancários.

CBO: Recepcionista**CBO 4221-05- Recepcionista****Descrição sumária**

Recepcionam e prestam serviços de apoio a clientes, pacientes, hóspedes, visitantes e passageiros; prestam atendimento telefônico e fornecem informações em escritórios, consultórios, hotéis, hospitais, bancos, aeroportos e outros estabelecimentos; ou consultas e recebem clientes ou visitantes; averiguam suas necessidades e dirigem ao lugar ou a pessoa procurados; agendam serviços, reservam (hotéis e passagens) e indicam acomodações em hotéis e estabelecimentos similares; observam normas internas de segurança, conferindo documentos e idoneidade dos clientes e notificando seguranças sobre presenças estranhas; fecham contas e estadas de clientes organizam informações e planejam o trabalho do cotidiano.

CBO: Faxineira**CBO 514-320- Faxineira****Descrição sumária**

Executam serviços de manutenção elétrica, mecânica, hidráulica, carpintaria e alvenaria, substituindo, trocando, limpando, reparando e instalando peças, componentes e equipamentos. Conservam vidros e fachadas, limpam recintos e acessórios e tratam. Trabalham seguindo normas de segurança, higiene, qualidade e proteção ao meio ambiente.

8.4. Necessidade de Recursos Humanos/ Benefícios/ Treinamentos e Desenvolvimento (T&D)

É a necessidade em cuidar da mão de obra de uma empresa. Algo que vai desde o processo de recrutamento e desligamento de pessoas ao trabalho de manter os colaboradores motivados, produtivos e capacitados, dando a eles uma “recompensa”, chamada de benefício em troca do bem que traz para a empresa, dando os treinamentos necessários para o desenvolvimento do funcionário.

8.4.1. Benefícios

Os benefícios que serão fornecidos aos funcionários são vale transporte e vale alimentação. Já incluso o pagamento do salário alusivo ao serviço que executa (fazendo parte o encargo obrigatório FGTS/INSS)

8.4.2. Treinamento

A instituição irá disponibilizar documentos e palestras com orientação de como a função deve ser executada, conseqüentemente isso irá aprimorar o desenvolvimento de cada funcionário em seu setor. Além disso, cursos online também serão disponibilizados com a intenção de despertar o interesse em sempre estar a par das atualizações necessárias para o aperfeiçoamento na área do serviço.

8.4.3. Desenvolvimento

Todos os funcionários receberam instruções de fácil entendimento ao lidarem com os extintores e aparelhos eletrônicos em caso de acidente no estabelecimento, sendo assim, tiveram uma aula preparatória para identificarem qualquer problema com os eletrodomésticos utilizados no estabelecimento.

8.5. Recrutamento e Seleção de Pessoal

É o nome dado ao processo de contratação de novos profissionais. Ele envolve diversas etapas, dentre elas a de entrevista, que é uma das principais, para avaliar se o candidato à vaga atende aos requisitos da função e está alinhado à cultura da empresa.

8.5.1. Formas de recrutamento

Como forma de recrutamento, a empresa utiliza o meio externo e interno. Como meio externo, utiliza-se as redes sociais, onde divulga a vaga necessitada, os salários e os requisitos para a ocupação da vaga. O meio digital é bastante útil para o recrutamento, pois atinge um público maior, sendo esse de fácil manuseio entre as pessoas. Assim, sem sair de casa, os interessados encaminham seus currículos via e-mail, há também a opção de os currículos serem entregues diretamente na própria loja. O recrutamento interno é feito entre as próprias sócias da empresa, decidindo assim, quem ocupa cada cargo de acordo com as habilidades individuais das mesmas.

8.5.2. Critérios de seleção

Diante dos critérios de seleção, o sócio analisa os currículos e separa os que possuem o perfil da empresa, com possibilidade de serem contratados. Dentre esses critérios é analisado principalmente boa comunicação para lidar com público.

Antes da contratação ocorre uma entrevista, com questionamentos pessoais e profissionais, em seguida o candidato efetua uma prova prática para testar suas habilidades perante o cargo, podendo assim conhecer os candidatos para ter uma melhor avaliação. Após esse procedimento, os candidatos selecionados passam pelo período de experiência para análise dos sócios e também para adaptação do candidato. Assim, pode-se evitar erros de contratações e gastos desnecessários de tempo e serviço, além de adquirir profissionais qualificados para o melhor atendimento.

8.6. Sindicatos Patronal, Laboral e Salários

Sindicato Patronal

Sindicato do Comércio Varejista de São José do Rio Preto

Endereço: R. Bernardino de Campos, 2976 - Sala 502 - Centro, São José do Rio Preto - SP

CEP: 15015-300

Telefone: (17) 3211-4141

E-mail: sic@scvriopreto.com.br

Sindicato Laboral

SETH - Sindicato dos empregados em turismo e hospitalidade São José do Rio Preto

Endereço: Rua Conselheiro Saraiva, 317 - Vila Ercília, São José do Rio Preto - SP

CEP: 15013-090

Telefone: (17) 3203-0077

E-mail: sethsjrp@terra.com.br

8.7. Segurança, Medicina no Trabalho e CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes): NR's – Normas Regulamentadoras

As Normas Regulamentadoras são relativas à segurança e medicina do trabalho, de observância obrigatória pelas empresas privadas e públicas e pelos órgãos públicos da administração direta e indireta, bem como pelos órgãos dos Poderes Legislativo e Judiciário, que possuam empregados regidos pela Consolidação das Leis do Trabalho - CLT.

A presente empresa não possui obrigatoriedade de compor a CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes) pois não possui vinte ou mais funcionários. Porém, está atenta às normas regulamentadoras para a saúde e segurança dos trabalhadores, tais como:

NR 1 - Disposições Gerais

1.1 As Normas Regulamentadoras - NR, relativas à segurança e medicina do trabalho, são de observância obrigatória pelas empresas privadas e públicas e pelos órgãos públicos da administração direta e indireta, bem como pelos órgãos dos Poderes Legislativo e Judiciário, que possuam empregados regidos pela Consolidação das Leis do Trabalho - CLT. (Alteração dada pela Portaria n. ° 06, de 09/03/83)

1.1.1. As disposições contidas nas Normas Regulamentadoras – NR aplicam-se, no que couber, aos trabalhadores avulsos, às entidades ou empresas que lhes

tomem o serviço e aos sindicatos representativos das respectivas categorias profissionais. (Alteração dada pela Portaria nº 06, de 09/03/83)

NR 2 - Inspeção Prévia

2.1 Todo estabelecimento novo, antes de iniciar suas atividades, deverá solicitar aprovação de suas instalações ao órgão regional do MTb. (Alteração dada pela Portaria nº 35, de 28/12/83)

2.2 O órgão regional do MTb, após realizar a inspeção prévia, emitirá o Certificado de Aprovação de Instalações - CAI, conforme modelo anexo. (Alteração dada pela Portaria nº 35, de 28/12/83)

2.3 A empresa poderá encaminhar ao órgão regional do MTb uma declaração das instalações do estabelecimento novo, conforme modelo anexo, que poderá ser aceita pelo referido órgão, para fins de fiscalização, quando não for possível realizar a inspeção prévia antes de o estabelecimento iniciar suas atividades. (Alteração dada pela Portaria nº 35, de 28/12/83)

2.4 A empresa deverá comunicar e solicitar a aprovação do órgão regional do MTb, quando ocorrer modificações substanciais nas instalações e/ou nos equipamentos de seu (s) estabelecimento (s). (Alteração dada pela Portaria nº 35, de 28/12/83)

NR 17 - Ergonomia

Esta norma estabelece os parâmetros que permitam a adaptação das condições de trabalho às características psicofisiológicas do homem. Máquinas, ambiente, comunicações dos elementos do sistema, informações, processamento, tomada de decisões, organização, tudo isso gera consequências no trabalhador, e devem ser avaliados, e se necessário, reorganizado.

Observe-se que as LER – Lesões por Esforços Repetitivos, e as denominadas DORT – Doença Osteomuscular, relacionada ao trabalho constituem o principal grupo de problemas à saúde, reconhecidos pela sua relação laboral.

O termo DORT é muito mais abrangente que o termo LER, constante hoje das relações de doenças profissionais da Previdência.

NR 23 - Proteção Contra Incêndios

23.1 Todos os empregadores devem adotar medidas de prevenção de incêndios, em conformidade com a legislação estadual e as normas técnicas aplicáveis. 23.1.1

O empregador deve providenciar para todos os trabalhadores informações sobre:

- a) Utilização dos equipamentos de combate ao incêndio;
- b) Procedimentos para evacuação dos locais de trabalho com segurança;
- c) Dispositivos de alarme existentes.

23.2. Os locais de trabalho deverão dispor de saídas, em número suficiente e dispostas de modo que aqueles que se encontrem nesses locais possam abandoná-los com rapidez e segurança, em caso de emergência.

23.3. As aberturas, saídas e vias de passagem devem ser claramente assinaladas por meio de placas ou sinais luminosos, indicando a direção da saída.

23.4. Nenhuma saída de emergência deverá ser fechada à chave ou presa durante a jornada de trabalho.

23.5. As saídas de emergência podem ser equipadas com dispositivos de travamento que permitam fácil abertura do interior do estabelecimento. 48 NR

24 - Condições Sanitárias e de Conforto nos Locais de Trabalho

24.1 Instalações sanitárias.

24.1.1. Denomina-se, para fins de aplicação do presente NR, a expressão:

- a) Aparelho sanitário: o equipamento ou as peças destinadas ao uso de água para fins higiênicos ou a receber águas servidas (banheira, mictório, bebedouro, lavatório, vaso sanitário e outros);
- b) Gabinete sanitário: também denominado de latrina, retrete, patente, cafoto, sentina, privada, WC, o local destinado a fins higiênicos e dejeções;
- c) Banheiro: o conjunto de peças ou equipamentos que compõem determinada unidade e destinado ao asseio corporal.

24.1.2. As áreas destinadas aos sanitários deverão atender às dimensões mínimas essenciais. O órgão regional competente em Segurança e Medicina do

Trabalho poderá, à vista de perícia local, exigir alterações de metragem que atendam ao mínimo de conforto exigível. É considerada satisfatória a metragem de 1 metro quadrado, para cada sanitário, por 20 operários em atividade.

24.1.2.1 As instalações sanitárias deverão ser separadas por sexo.

24.1.3 os locais onde se encontrarem instalações sanitárias deverão ser submetidos a processo permanente de higienização, de sorte que sejam mantidos limpos e desprovidos de quaisquer odores, durante toda a jornada de trabalho.

9. TI- TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Tecnologia da informação ou TI como é conhecida pode ser definida como o conjunto de todas as atividades e soluções providas por recursos computacionais que visam permitir a obtenção, o armazenamento, a proteção, o processamento, o acesso, o gerenciamento e o uso das informações.

Segundo Castells (1999) , “as novas tecnologias da informação não são simplesmente ferramentas a serem aplicadas, mas processos a serem desenvolvidos”.

9.1. Requisitos de Hardware

Computadores:

Configurações:

- Marca: Dell
- Modelo: Notebook Dell Inspiron I15-3583-D35P
- Processador: Intel Core i3
- RAM: 4GB
- Monitor de led: Tela HD de 15,6" (1366 x 768), antirreflexo e retroiluminação por LED

Impressora (xerocadora)

Configurações:

- Tipo de impressora: Multifuncional
- Tecnologia de impressão: laser
- Tipo de impressão: Cor
- Com USB: Sim
- Velocidade do processador: 800 MHz
- Velocidade máxima de impressão (cor): 30 ppm
- Tamanhos de papel: A4
- Capacidade máxima de folhas: 60

Celulares:

Configurações:

- Marca: Samsung
- Linha: Galaxy A03s
- Modelo: Octa Core

- Dual SIM: Sim
- Cor: Preto
- Memória Interna: 64 GB
- Memória RAM: 4GB

Máquina de cartão

Configurações:

- Marca: Mercado Pago
- Modelo: A910
- Tamanho da tela: 5 Polegadas
- Conexão sem fio: Sim
- Visor: Colorido
- Conectividade: Wi-Fi 2.4Ghz, Chip 4G e Bluetooth 4.0

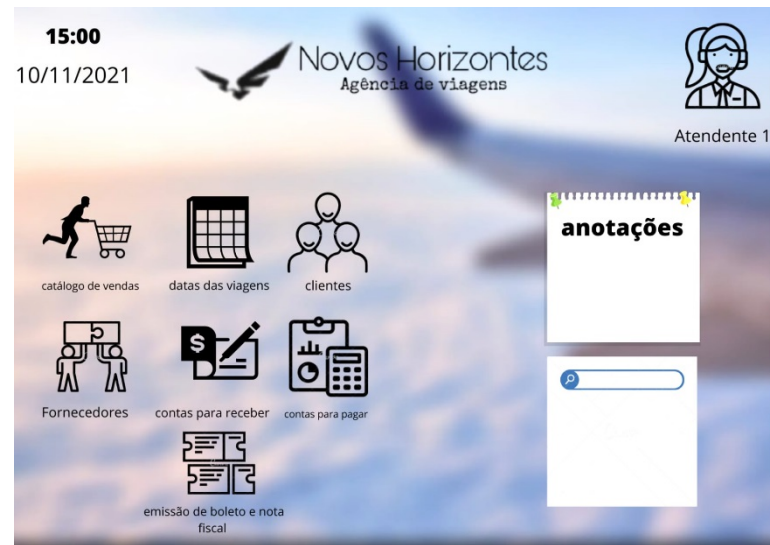
9.2. Requisitos de Software

- Sistema Operacional: Windows 10 Pro 64-bits.
- Software “The Best Tourism”
- Microsoft Office 365 (2019).
- Software de cópia de segurança (backup).
- Antivírus: Norton

9.3. Sistema de Informação Gerencial (SIG)

A empresa utiliza o Software “The Best Tourism” (“O Melhor Turismo”) que tem como função catalogar as vendas feitas em um determinado período, o cadastramento das datas de viagens marcadas, dos clientes e fornecedores, gerenciamento de contas para pagar e receber, agendamento das viagens e emissão do boleto e nota fiscal.

Figura 21 - The Best Tourism



Fonte: próprio autor, 2021.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A empresa surgiu por meio do sonho de cinco garotas que permaneceram em quarentena durante um ano e meio no auge da adolescência. O mundo pôde perceber o quão bem faz conhecer novos lugares e aproveitar bons momentos com seus entes queridos. As jovens gostariam de oferecer algo acessível para que todos pudessem ter essa experiência incrível pós-pandemia, portanto, decidiram empreender com a Novos Horizontes.

Perante as pesquisas de mercado e análise financeira, foi possível observar que o mercado de viagens seria ainda mais procurado depois das vacinas contra o COVID-19. Sendo assim, fizeram planos para que pudessem oferecer bons destinos e com segurança.

A Novos Horizontes tem sua sede localizada em São José do Rio Preto, mas oferece um site internacional para que todos tenham a possibilidade de expandir suas vivências. A empresa apresenta garantia em seu serviço e pacotes de alta qualidade e baixo custo, cativando um público cada vez maior, gerando assim, rápido retorno ao capital investido.

Referências:

ALBUQUERQUE, Antônio Carlos C. **Terceiro Setor: história e gestão de organizações**. Summus Editorial, 2006.

CASTELLS, Manoel. **A sociedade em rede**. V.I. São Paulo: Paz e terra, 1999.

CBO 1417-10 – Disponível em: <https://www.ocupacoes.com.br/cbo-mte/141710-gerente-de-agencia>

CBO 4221-05 – Disponível em: <https://www.ocupacoes.com.br/cbo-mte/422105-recepcionista-em-geral>

CBO 4132-05 – Disponível em: <https://www.ocupacoes.com.br/cbo-mte/413205-atendente-de-agencia>

CBO 4132-05 – Disponível em: <https://www.ocupacoes.com.br/cbo-mte/413205-faxineira>

CHIAVENATO, Idalberto. **Iniciação a Administração de Recursos Humanos**. 4ª edição. São Paulo: Manole, 2010

CORTE REAL, Mauro. **Gestão Empresarial**. Curitiba: IESDE Brasil, 2012.

DAVIS, M. M.; AQUILANO, N. J.; CHASE, R. B. **Fundamentos da administração da produção**. 3ª edição. Porto Alegre: Bookman Editora, 2003.

IBGE, **CNAE** – Disponível em: <https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?view=classe&tipo=cnae&versao=7.0.0&classe=79112&chave=Agencia%20>

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade Gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

ANEXO 1 - CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE SOCIEDADE LIMITADA COM A DENOMINAÇÃO OU RAZÃO SOCIAL DE BARÃO & GARCIA LTDA

- 1. ANALY BEATRIZ GARCIA**, brasileira, solteira, empresária, portadora do documento de identificação RG nº 59.157.678-8, SSP/SP e CPF nº 459.243.658-2, residente e domiciliada na rua Marechal Deodoro, nº 67, bairro Santa Cruz, São José do Rio Preto, CEP 12.900-000.
- 2. BEATRIZ HELENA PINTO FERREIRA**, brasileira, solteira, empresária, portadora do documento de identificação RG nº 58.939.687-0, SSP/SP e CPF nº 377.189.208-28, residente e domiciliada na rua Duque de Caxias, nº 32, bairro Jd. Bella Vista, São José do Rio Preto, CEP 12.900-000.
- 3. INGRID RAFAELA DE OLIVEIRA BENEDITO**, brasileira, solteira, empresária, portadora do documento de identificação RG nº 59.543.650-9, SSP/SP e CPF nº 635.890.358-3, residente e domiciliada na rua Tiradentes, nº 463, bairro Centro, São José do Rio Preto, CEP 12.900-000.
- 4. JÚLIA AUGUSTA BARÃO**, brasileira, solteira, empresária, portadora do documento de identificação RG nº 59.161.859-X, SSP/SP e CPF nº 254.265.798-0, residente e domiciliada na rua Prudente de Moraes, nº 54, bairro Vila Rosa, São José do Rio Preto, CEP 12.900-000.
- 5. LINDA MARIA DOS SANTOS PORTO**, brasileira, solteira, empresária, portadora do documento de identificação RG nº 64.682.818-6, SSP/SP e CPF nº 357.253.398-1, residente e domiciliada na rua Paes de Barros, nº1098, bairro Residencial Ipiranga, São José do Rio Preto, CEP 12.900-000.

Os sócios resolveram constituir uma sociedade limitada, regida pelos art. 1.052 a 1.087 do código Civil, mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA 1.º - DA DENOMINAÇÃO SOCIAL E DA SEDE DA SOCIEDADE

A sociedade girará com a denominação de Barão & Garcia e terá sede e domicílio na Rua Reinaldo Orlando Nogueira, 515 - Jardim Congonhas, São José do Rio Preto – SP, CEP - 15030-060.

Parágrafo único – Observada as disposições da legislação aplicável, a sociedade poderá abrir filiais, sucursais, agências e escritórios em qualquer parte do território nacional, a critério dos sócios.

CLÁUSULA 2.º - DO OBJETIVO DA SOCIEDADE

A sociedade ora constituída terá como objeto social: Agência de viagens e turismo.

CLÁUSULA 3.º - DO PRAZO DE DURAÇÃO DA SOCIEDADE

A sociedade será iniciada em 1 de janeiro de 2022 e terá prazo INDETERMINADO.

CLÁUSULA 4.º - DO CAPITAL SOCIAL

O capital social é de R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais) dividido em 100 quotas de R\$800,00 (oitocentos reais) cada uma, subscritas pelos sócios, a saber:

VALOR QUOTAS

Analy Beatriz Garcia.....20 quotas.....R\$ 16.000,00

Beatriz Helena Pinto Ferreira.....	20 quotas.....	R\$ 16.000,00
Ingrid Rafaela de Oliveira Benedito.....	20 quotas.....	R\$ 16.000,00
Júlia Augusta Barão.....	20 quotas.....	R\$ 16.000,00
Linda Maria dos Santos Porto.....	20 quotas.....	R\$ 16.000,00
Totalizando.....	100 quotas.....	R\$80.000,00

§ 1º - Os sócios integralizam neste ato, em moeda corrente do País, o valor total das quotas subscritas.

§ 2º - A responsabilidade dos sócios é restrita ao valor de suas quotas, haja visto a total integralização do Capital Social, conforme artigo 1.052 da Lei 10.406/2002.

CLÁUSULA 5.º - DA ADMINISTRAÇÃO DA SOCIEDADE

A sociedade será gerida e administrada pelos sócios em conjunto ou separadamente, e a eles caberá a responsabilidade ou representação ativa ou passiva da sociedade, judicial e extrajudicialmente, podendo praticar todos os atos compreendidos no objeto social, sempre no interesse da sociedade, ficando vedado, entretanto, o uso da denominação social ou firma em negócios estranhos aos fins sociais.

§ 1.º - Nos termos do artigo 1.061 da Lei 10.406/2002, fica permitida a alteração deste contrato para a nomeação de administradores não integrantes do quadro societário, desde que aprovado por dois terços dos sócios.

§ 2.º - Fica facultado aos administradores, atuando em conjunto, nomear procuradores para um período determinado, nunca excedente a um ano, devendo o instrumento de procuração especificar os atos a serem praticados pelos procuradores.

§ 3.º - Os administradores declaram, sob as penas da Lei, que não estão impedidos de exercerem a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente o acesso a cargos públicos, ou por crime de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa de concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou a propriedade (art. 1.011, § 1º do CC).

CLAUSULA 6.º - DA RETIRADA DE PRÓ LABORE

Pelo exercício da administração, os dirigentes terão direitos a uma retirada mensal a título de pró labore, cujo valor será livremente convencionado entre eles, de comum acordo.

CLÁUSULA 7.º - DAS REUNIÕES DOS SÓCIOS

Os sócios reunir-se-ão sempre que for necessário, mediante convocação do sócio gerente ou pelos sócios minoritários quando necessário, e suas resoluções ou decisões constarão no livro de "Atas de Reuniões da Diretoria". Para deliberação válida será necessária a presença da maioria societária e o "quórum" para decisão

será a maioria simples. No caso de empate, o sócio majoritário terá o direito do segundo voto de desempate.

CLÁUSULA 8.º - DA ALTERAÇÃO CONTRATUAL

Os sócios que representam a maioria do capital social poderão promover a alteração do contrato social, independentemente do consentimento expresso ou tácito, por parte dos demais sócios, especialmente no que tange a exclusão de sócio que passe a colocar em risco a continuidade da empresa, em virtude de atos de inegável gravidade.

§ único: A exclusão somente poderá ser determinada em reunião especialmente convocada para esse fim, ciente o acusado em tempo hábil para permitir seu comparecimento e o exercício do direito de defesa.

CLÁUSULA 9.º - DO FALECIMENTO DE SÓCIO

Falecendo ou tornando-se interditado qualquer um dos sócios não implicará dissolução da sociedade, que prosseguirá com os sócios remanescentes, devendo ser pago aos herdeiros do falecido o valor correspondente às suas quotas de capital e à sua participação nos lucros líquidos apurados até a data do falecimento, mediante levantamento de balanço geral específico para este fim.

§ 1º - O valor devido aos herdeiros do sócio falecido será pago da seguinte forma: 40 (quarenta por cento) no prazo de dois meses; 30% (trinta por cento) no prazo de seis meses; 30% (trinta por cento) no prazo de doze meses.

§ 2º- Os herdeiros poderão optar por sua participação na sociedade ou pelo recebimento do capital e lucros, na forma do parágrafo primeiro.

CLÁUSULA 10.º - DO TÉRMINO DO EXERCÍCIO SOCIAL E LEVANTAMENTO DO BALANÇO PATRIMONIAL

O exercício social terminará em 31 de dezembro de cada ano, quando serão levantados o balanço patrimonial e as demais demonstrações financeiras, bem como serão efetuados a apuração dos resultados com observância das disposições legais aplicáveis.

Parágrafo único: Os lucros ou prejuízos apurados serão distribuídos ou suportados pelos sócios na proporção de sua participação no capital social.

CLÁUSULA 11.º - DA ALIENAÇÃO DAS QUOTAS DO CAPITAL SOCIAL

As quotas de capital da sociedade não poderão ser alienadas a terceiros estranhos ao quadro social sem o prévio consentimento dos demais sócios, aos quais fica assegurada a preferência na aquisição, em igualdade de condições, devendo o sócio retirante oferecer aos demais sócios, sempre por escrito, em correspondência dirigida a cada sócio da qual constem as condições da alienação, para que estes se manifestem sobre o exercício da preferência no prazo de 30 (trinta) dias.

Parágrafo único: Findo o prazo de 30 (trinta) dias para o exercício da preferência sem que os sócios tenham se manifestado ou se houver sobras, as quotas poderão ser cedidas ou alienadas a terceiros.

CLÁUSULA 12.º - DA SAÍDA DE SÓCIO DA SOCIEDADE

O sócio que desejar retirar-se da sociedade deverá notificar os demais, por escrito, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias e seus haveres lhes serão pagos, após o levantamento de balanço geral da sociedade específico para este fim, em 24 (vinte e quatro) prestações mensais, iguais e sucessivas, vencendo-se a primeira no prazo de 60 (sessenta) dias contados da data da retirada do sócio.

CLÁUSULA 13.º - DA REGÊNCIA SUPLETIVA

A regência supletiva da sociedade limitada dar-se-á pelas normas regimentais da Sociedade Anônima, Lei 6.404/76.

CLÁUSULA 14.º - DA RESPONSABILIDADE DOS SÓCIOS PELAS OBRIGAÇÕES SOCIAIS

Segundo remissão determinada pelo artigo 1.054 da Lei 10.406/2002 ao artigo 997 da mesma legislação, fica expresso que os sócios não respondem subsidiariamente pelas obrigações sociais.

CLÁUSULA 15.º - FORO

Fica eleito o Foro desta Comarca para qualquer ação fundada neste contrato, renunciando-se a qualquer outro por muito especial que seja.

E, por estarem assim justos e contratados aceitam, ratificam e outorgam o presente instrumento particular de constituição de sociedade limitada, pelo que as partes o firmam em 6 (seis) vias, de igual e absoluto teor, e para um só efeito, na presença das testemunhas abaixo assinadas.

Taquaritinga, 13 de novembro de 2021.

X

Beatriz H. P. Ferreira
sócia

X

Analy B. Garcia
sócia

X

Ingrid R. O. Benedito
sócia

X

Júlia A. Barão
sócia

X

Linda M. S. Porto
sócia

Testemunhas:

X

Suellen do Carmo

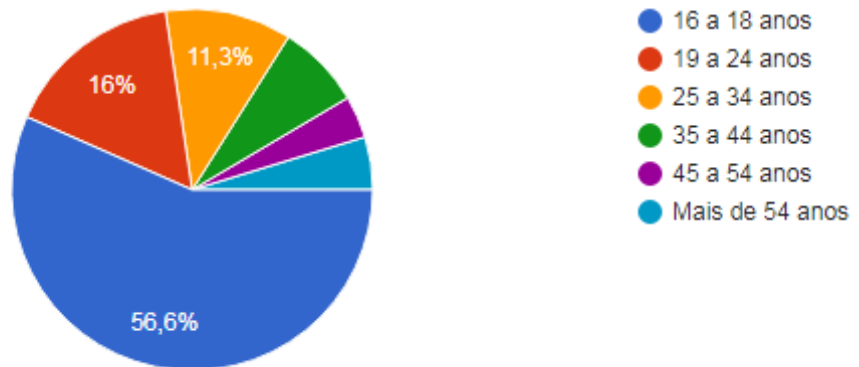
X

Vitor Andrade

Apêndice A – Pesquisa de mercado

Qual sua idade?

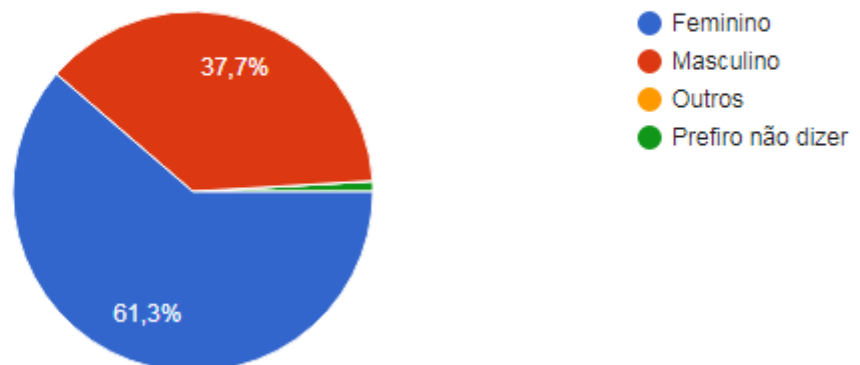
106 respostas



Fonte: Próprio autor, 2021.

Qual seu gênero?

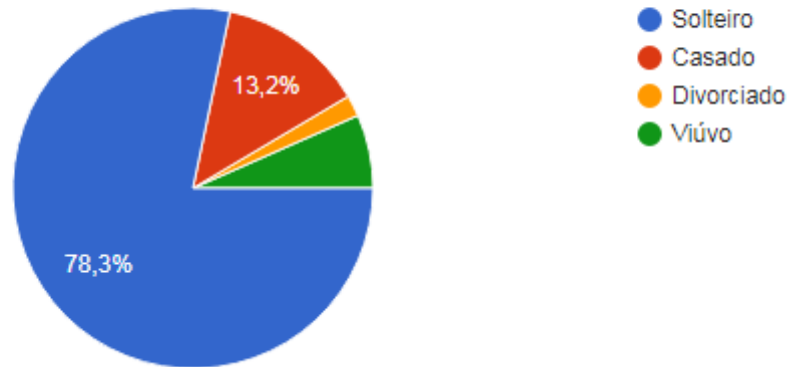
106 respostas



Fonte: Próprio autor, 2021.

Qual é o seu estado civil?

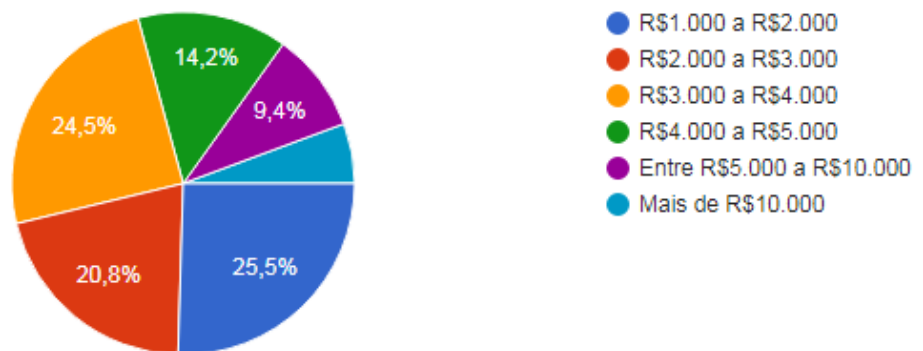
106 respostas



Fonte: Próprio autor, 2021.

Indique a faixa de renda que sua família possui:

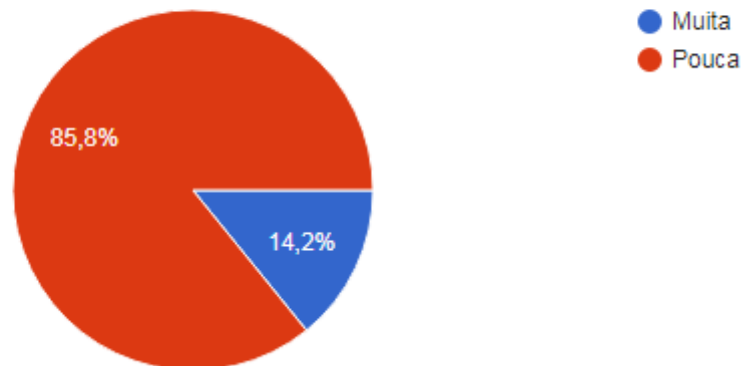
106 respostas



Fonte: Próprio autor, 2021.

Com que frequência você costuma viajar?

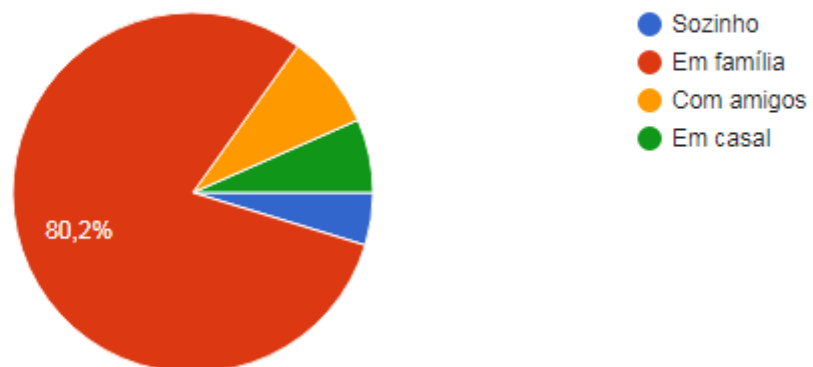
106 respostas



Fonte: Próprio autor, 2021.

Você viaja na maioria das vezes:

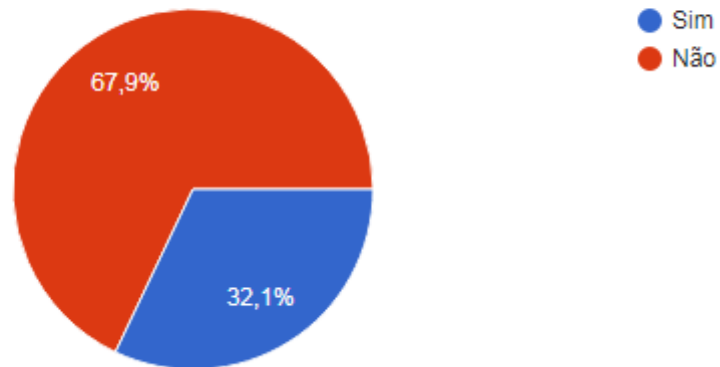
106 respostas



Fonte: Próprio autor, 2021.

Você já utilizou serviços de uma agencia de viagens?

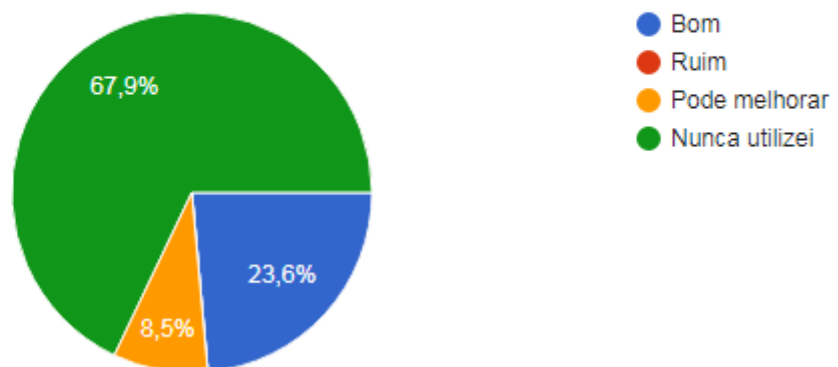
106 respostas



Fonte: Próprio autor, 2021.

Se sua resposta anterior for sim, o que você achou?

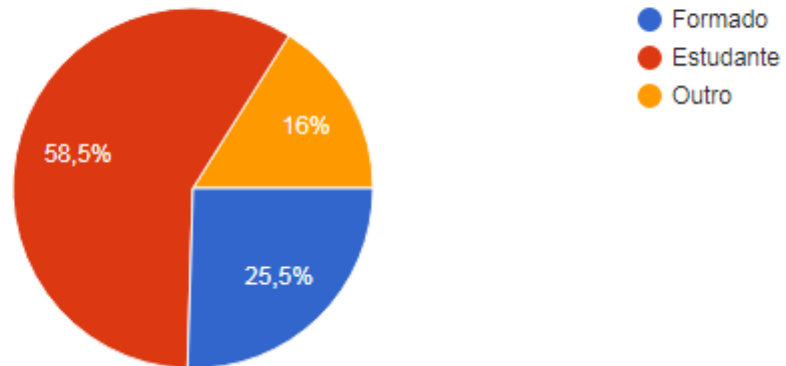
106 respostas



Fonte: Próprio autor, 2021.

Você é:

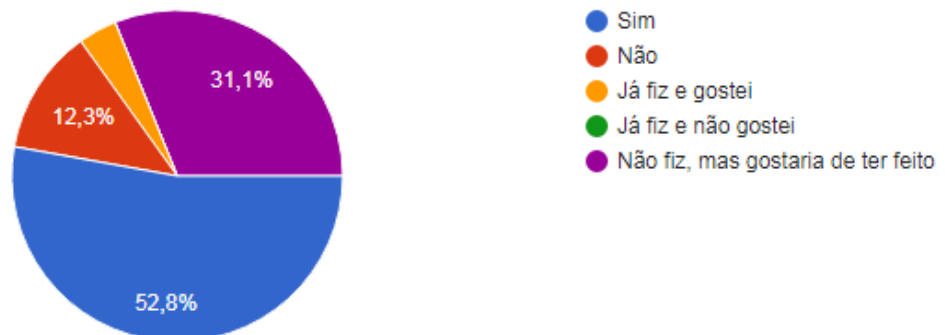
106 respostas



Fonte: Próprio autor, 2021.

Gostaria de fazer uma viagem de formatura?

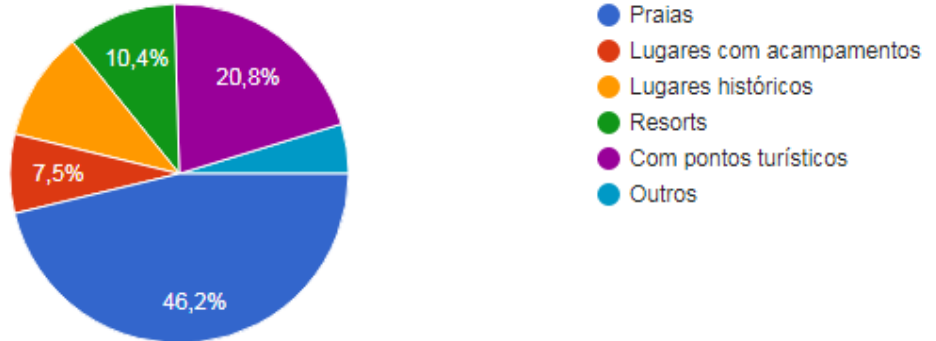
106 respostas



Fonte: Próprio autor, 2021.

Quais tipos de lugares você gostaria de viajar?

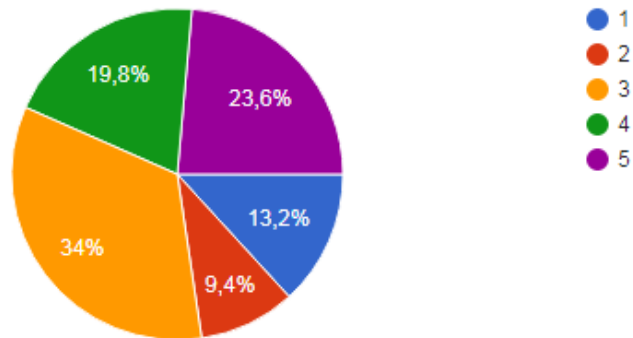
106 respostas



Fonte: Próprio autor, 2021.

Sendo 5 a maior probabilidade e 1 a menor, qual a chance de você fazer uma viagem com uma agencia de viagens?

106 respostas



Fonte: Próprio autor, 2021.