

Plano de negócios para criação da Empresa Júnior do IFSC Campus Florianópolis-Continente

Acadêmica: Iasmin Duarte Demário¹

Orientadora: Prof^ª Dra. Jaqueline de Fátima Cardoso²

RESUMO

O trabalho teve por objetivo elaborar um plano de negócios para criação de uma empresa júnior (EJ) dos cursos Superiores de Tecnologia em Gastronomia, Hotelaria e Gestão de Turismo, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC) Campus Florianópolis-Continente, por meio de um projeto de extensão. Com esse fim foi realizada uma pesquisa descritiva de abordagem qualitativa. As informações e dados foram levantados por meio de pesquisa bibliográfica, documental e entrevista. O plano de negócios, adaptado para construção de uma EJ, apresenta as seções: descrição da empresa; produtos e serviços; mercado e competidores; marketing; análise estratégica; e plano financeiro. O resultado do estudo apresentou um plano de negócios a fim de nortear a implementação da EJ. Constatou-se que existem condições para a implementação da mesma desde que haja apoio do campus e adesão dos alunos.

Palavras-chave: Empreendedorismo; empresa júnior; turismo; hospitalidade.

ABSTRACT

The work aims to develop a business plan for the creation of a junior company (EJ) of the Higher Technology courses in Gastronomy, Hospitality and Tourism Management, from the Federal Institute of Education, Science and Technology of Santa Catarina (IFSC) Campus Florianópolis-Continent, through an extension project. EJ will be dedicated to consulting projects in the areas of the respective courses. To that end, a descriptive research with a qualitative approach was carried out. The information and

¹Graduanda do Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina. iasmin.d@aluno.ifsc.edu.br.

²Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina.

jaque@ifsc.edu.br.

Trabalho defendido em 13/04/2021.

data were collected through bibliographic, documentary and interview research. The business plan, adapted for the construction of an EJ, presents the sections: description of the company; products and services; market and competitors; marketing; strategic analysis; and financial plan. The result of the study presented a business plan in order to guide the implementation of EJ. It was found that the conditions for its implementation exist, provided that there is support from the campus and student adhesion.

Keywords: Entrepreneurship; junior company; tourism; hospitality.

1 INTRODUÇÃO

O recente crescimento do movimento de empreendedorismo no Brasil trouxe com ele esforços por parte do ambiente acadêmico em se adequar para formar alunos mais capacitados a empreender (DORNELAS, 2018). Alinhando a possibilidade de aplicação dos conhecimentos adquiridos em ambiente acadêmico e a possibilidade de adquirir experiência vivenciando o mercado, o modelo de negócio empresa júnior (EJ) ganhou adesão dentro das universidades na última década. Em 2020, segundo a Brasil Júnior (Federação Nacional), existiam cerca de 1.300 empresas desse modelo registradas.

O IFSC Campus Florianópolis-Continente apresenta três cursos superiores de tecnologia na área de turismo, hospitalidade e lazer, sendo eles: Gastronomia, Hotelaria e Gestão de Turismo. Por se tratar da formação de tecnólogos, os cursos apresentam currículo voltado para a prática e para ação dentro do mercado de trabalho. Seguindo essa premissa, a criação de uma EJ, como projeto de extensão, se mostra como instrumento para fomentar nos alunos o desenvolvimento de competências empreendedoras e oferecer para comunidade um serviço de consultoria de qualidade e acessível.

A importância deste estudo consiste em nortear a implementação de uma EJ no IFSC Campus Florianópolis-Continente. Dessa forma, os discentes dos referidos cursos terão acesso a um plano a ser executado de modo a implementar a EJ.

Em análise da pesquisa da Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina (Santur), realizada no segundo semestre de 2020, mesmo durante a pandemia 93% dos entrevistados tinham intenção de viajar para o Estado mostrando que a necessidade do mercado não diminuiu mesmo com o cenário mundial instável.

Ademais, apenas no município de Florianópolis, com cadastro ativo no Cadastur (sistema de cadastro do Ministério do Turismo), existem mais de 130 meios de hospedagem, 112 bares e restaurantes ou similares além do registro de quase 400 agentes de turismo entre agências e guias. Todos esses empreendimentos, e os que estão por vir, são potenciais clientes no setor de turismo e hospitalidade que está buscando se profissionalizar e se adaptar às novas tecnologias além de buscar alternativas e métodos para superar a crise gerada pela pandemia de Covid-19.

Diante desse contexto, o presente trabalho tem por objetivo elaborar um plano de negócios para criação de uma empresa júnior (EJ), com foco no desenvolvimento de projetos de consultoria, dos cursos Superiores de Tecnologia em Gastronomia, Hotelaria e Gestão de Turismo, do IFSC Campus Florianópolis-Continente, por meio de um projeto de extensão.

Somando-se a esta introdução, o trabalho é composto por referencial teórico que traz o conceito de EJ e seus reflexos na formação dos discentes participantes, apresenta as EJ do IFSC, e discorre sobre empreendedorismo e plano de negócios. Em seguida são mencionados os procedimentos metodológicos da pesquisa que tem caráter descritivo, o plano de negócios é apresentado e as considerações finais concluem o estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Serão apresentados neste referencial teórico conteúdos sobre definição de (EJ), pesquisas que versam sobre o desenvolvimento dos alunos participantes desse tipo de organização, empreendedorismo e plano de negócios.

2.1 Empresa júnior (EJ)

O Artigo 2º da lei nº 13.267, de 6 de abril de 2016 afirma que:

Considera-se empresa júnior 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.

O principal objetivo de uma EJ é criar a oportunidade para os acadêmicos de um curso desenvolverem competências necessárias em sua área de atuação no mercado de trabalho, além de ser o ambiente propício para testar os conhecimentos adquiridos nas unidades curriculares.

2.2 Os reflexos da participação do acadêmico em uma EJ

O Quadro 1 demonstra pesquisas, ordenadas das mais recentes para as mais antigas, que têm como objeto de estudo EJ. No referido quadro são apresentados os objetivos dos artigos e seus principais resultados. Ressalta-se que foram selecionados artigos que buscavam identificar as consequências da participação de acadêmicos em uma EJ, as habilidades necessárias e desenvolvidas nessas instituições, bem como seu impacto no aprendizado dos discentes. A pesquisa foi realizada na ferramenta Google Acadêmico utilizando como palavras chaves: empresa júnior, empreendedorismo, turismo, plano de negócios e IFSC.

Autores	Objetivo do trabalho	Principais resultados
Franco e Seibert (2017)	Analisar, a partir das percepções expostas por participantes de uma EJ, de que forma a experiência de aprendizagem vivenciada pelos estudantes nessa organização pode se relacionar ou não com os princípios de uma aprendizagem andragógica.	<ul style="list-style-type: none"> ● Alunos membros de EJ costumam ser engajados e empenhados. ● A EJ é uma ferramenta para uma aprendizagem andragógica. ● A participação na EJ estimula a responsabilidade e autonomia, também fomenta a busca por aprendizagem para além da sala de aula. ● O estudo mostrou a importância de uma atividade mais prática para a formação do aluno.
Vieira <i>et al.</i> (2017)	Descrever as contribuições das EJ existentes nos municípios de Ribeirão Preto e Sertãozinho para o desenvolvimento das competências profissionais do estudante universitário.	<ul style="list-style-type: none"> ● A EJ oportuniza ao estudante contato direto com o mercado de trabalho. ● Estimula habilidades como: proatividade, dedicação, liderança e profissionalismo que estão alinhadas com o que as empresas buscam. ● O empreendedorismo é a competência mais citada entre os alunos entrevistados participantes de EJ.
Júnior; Almeida e Medeiros (2014)	Identificar e analisar competências desenvolvidas pelos egressos de uma EJ sediada em uma instituição federal em Minas Gerais, bem como verificar se as competências constituídas por esses egressos contribuíram para o desenvolvimento de sua carreira	<ul style="list-style-type: none"> ● A EJ analisada constitui-se de um espaço para construção de competências, bem como contribui para o desenvolvimento da carreira profissional de seus egressos. ● Foram identificadas seis dimensões de competências nos depoimentos dos ex-consultores, sendo elas: metacompetências e transcompetências, cognitivas, funcionais, comportamentais, éticas e

Autores	Objetivo do trabalho	Principais resultados
	profissional.	<p>políticas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Os entrevistados de forma unânime concordaram que a Ej é sim um espaço para construção de competências de forma relevante e que marcou suas vidas profissionais.
Dos-Santos <i>et al.</i> (2014)	Identificar qual abordagem traz uma maior contribuição ao aprendizado dos empresários juniores, individual-cognitiva ou sócio-prática.	<ul style="list-style-type: none"> ● A abordagem sócio-prática apresenta contribuição superior. ● Mentoria e comunidade prática foram as modalidades de maior expressão no estudo. ● A modalidade leitura de texto não teve grande expressão estática e serviu apenas de apoio em outras modalidades. ● O estudo reafirma a prática como diferencial para os graduandos.
Ferreira e Freitas (2013)	Identificar se a participação em atividades das EJ contribui para a propensão empreendedora dos alunos que a compõem, por meio do desenvolvimento de características comportamentais associadas ao empreendedorismo.	<ul style="list-style-type: none"> ● Quando comparados aos alunos não participantes de EJ os achados indicam que os alunos de EJ apresentam cinco médias significativamente superiores em itens de comportamento empreendedor. ● Existe maior propensão entre os voluntários da EJ de abrirem uma empresa, a longo prazo. ● É possível sugerir que a experiência em EJ influencia a propensão empreendedora dos estudantes, através do desenvolvimento de atitudes empreendedoras e do interesse em iniciar um novo negócio.
Zilliotto e Berti (2012)	Discutir as potencialidades de aprendizado oportunizado ao aluno mediante a sua inserção nesse tipo de organização, apontando as peculiaridades da estrutura e do funcionamento dessas instituições.	<ul style="list-style-type: none"> ● A EJ se mostra eficaz para inserir o aluno na realidade profissional, pois viabiliza potencializar habilidades e encontrar seu segmento de preferência no mercado. ● As consultorias prestadas de fato servem para potencializar o conteúdo aprendido na Instituição de Ensino Superior.
Silva e Pinto (2011)	Em que medida uma EJ caracteriza-se como uma organização de aprendizagem?	<ul style="list-style-type: none"> ● Entre as disciplinas de nível individual trabalhadas nas EJ estão: Domínio Pessoal e Modelos mentais, além de outras disciplinas de nível coletivo.

Autores	Objetivo do trabalho	Principais resultados
		<ul style="list-style-type: none"> ●A alta rotatividade pode ser considerada um obstáculo na aprendizagem. ●Estar no ambiente universitário traz para a empresa e seus colaboradores benefícios em seu desenvolvimento e oportunidades não encontradas em outras empresas.
Picchiai (2008)	Verificar e expor as experiências de duas EJ, a EJ e a Consultoria Júnior Pública, que são vinculadas à Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas.	<ul style="list-style-type: none"> ●A EJ contribui para o entendimento de gestão de pessoas, autonomia e maior participação dos colaboradores buscando seu comprometimento. ●Os colaboradores são dinâmicos e geram respostas mais rápidas. ●A falta de experiência e imaturidade trabalham contra as EJ, mas não significam falta de qualificação. ●A EJ traz o traço da cultura organizacional, inovação e empreendedorismo, além de inteligência emocional.

Quadro 1 – Artigos pesquisados sobre EJ
Fonte: Elaborado pela autora

Analisando o Quadro 1, é possível perceber as habilidades comportamentais que se destacam, entre os alunos participantes de uma EJ, são elas: proatividade, responsabilidade, liderança e empreendedorismo. Saindo da ótica comportamental, é possível concluir que em se tratando de ferramenta de aprendizagem, uma EJ estimula a interdisciplinaridade sendo relevante para fixação do conteúdo trabalhado com os alunos pelos professores em sala de aula. É possível também associar o trabalho em uma EJ a maior interesse e desempenho do aluno em unidades curriculares ao longo do curso. Os artigos analisados também indicam uma maior tendência de alunos participantes de empresa júnior de abrirem seu negócio se comparado a alunos que não tiveram essa vivência.

2.3 EJ do IFSC

Atualmente o IFSC conta com 10 EJ federadas à FEJESC, aqui elas serão brevemente apresentadas constando localização, principais atividades e os cursos aos quais pertencem:

- A3 Design – pertence ao Curso de Design de Produtos do IFSC- Campus Florianópolis, realiza projetos como desenvolvimento e redesign de produtos,

projetos de desenvolvimento e redesign de embalagens, desenvolvimento de peças gráficas e mídias digitais.

- Ampère Jr – pertence ao Curso de Engenharia Elétrica do IFSC- Campus Itajaí, realiza projetos de consultoria e soluções tecnológicas.
- ContrAut Jr – pertence ao Curso de Engenharia de Controle e Automação do IFSC-Campus Chapecó, realiza projetos nas áreas de elétrica, eletrônica, mecânica, software e automação.
- iDEV – pertence ao Curso de Produção de Multimídia do IFSC- Campus Palhoça-Bílingue, realiza projetos de desenvolvimento web e de aplicativos, criação de identidade visual, consultoria tecnológica e de acessibilidade bilíngue (LIBRAS/Português).
- iModa Jr – pertence ao Curso de Superior Tecnologia em Design de Moda do IFSC-Campus Araranguá, realiza projetos como direcionamento criativo, elaboração de ficha técnica, desenvolvimento de coleção, workshops, visual merchandising e assessoria a eventos de moda.
- Eumeca JR – pertence ao Curso de Engenharia Mecatrônica do IFSC-Campus Florianópolis, realiza projetos nas áreas de planejamento e controle de produção, engenharia da qualidade, sensoriamento e automação de processos.
- Lamp Engenharia – pertence ao Curso de Engenharia Elétrica do IFSC-Campus Florianópolis, realiza projetos elétricos residenciais e prediais; projetos fotovoltaicos – viabilidade e sistema de geração fotovoltaico; projeto, laudo e instalação de Sistema de Proteção Contra Descargas Atmosféricas (SPDA); consultoria em eficiência energética e análise tarifária.
- Mecatrônica e Automação Júnior (MAJ) - pertence ao Curso de Engenharia Mecatrônica do IFSC – Campus Criciúma, realiza projetos e consultorias nas áreas da mecatrônica, como mecânica, elétrica, eletrônica, e controle e automação, para empresas de médio e pequeno porte, pequenos negócios, indústrias, bem como instituições de ensino públicas e privadas.
- Nexus Jr – pertence ao Curso de Engenharia de Produção e Sistemas de Informação do IFSC – Campus Caçador, realiza projetos como pesquisa, consultoria e desenvolvimento de produtos.
- Triade – pertence ao Curso de Engenharia Civil do IFSC-Campus Florianópolis, realiza consultorias e projetos diversos na área.

2.4 Empreendedorismo

O empreendedorismo vem ganhando cada vez mais importância e destaque, podendo ser comparado a grandes movimentos dentro da administração (DORNELAS, 2018). Todavia, esta movimentação é recente fazendo com que os sistemas educacionais não estivessem preparados para a capacitação de jovens empreendedores. Projetos que visam a formação de novos empreendedores capazes de inovar se iniciaram a partir da década de 1990 e vem se intensificando (DORNELAS, 2018).

Aveni (2014) aponta algumas instituições que movem a sociedade e também o empreendedorismo, são elas: as legais, de ordenamento de mercado e as tecnológicas. As influências dessas instituições podem ser ensinadas nas instituições de ensino superior, porém os projetos práticos permitem ao aluno experienciar essas influências tornando mais apto a empreender (AVENI, 2014).

Neste sentido, unindo teoria e prática, o plano de negócios é uma projeção teórica de um empreendimento que por meio de pesquisa de mercado, ferramentas de marketing e financeiras faz uma estimativa para implementação de uma empresa (DORNELAS, 2018). Este documento é uma ferramenta importante para quem vai iniciar no empreendedorismo e busca fazer isso de forma profissional (DORNELAS, 2018), por isso muitas instituições de ensino incorporaram a elaboração do plano de negócios a seus planos de ensino.

2.5 Plano de negócios

Uma das ferramentas que podem ser utilizadas para planejar um negócio é o plano de negócios. Segundo Bizzotto (2008), o plano de negócios pode ser considerado um documento vivo com função de descrever os aspectos principais de uma empresa, tal documento deve ser continuamente atualizado, para refletir as alterações da organização, podendo ser considerado um processo e não um produto. Lenzi (2009) afirma que o plano de negócios é uma ferramenta dinâmica que permite constante avaliação das ações para construção de uma empresa sendo um bom suporte para o sucesso da empresa.

Essa ferramenta pode servir para testar a viabilidade de um conceito de negócio, guiar o desenvolvimento de estratégias e operações, atrair capital, desenvolver uma equipe alinhada de gestão e transmitir credibilidade. É preciso considerar também que a ferramenta será útil não só para o empreendedor, mas também para parceiros,

incubadoras, bancos comerciais, investidores (bancos, acionistas, investidores anjos), fornecedores e até clientes potenciais (DORNELAS, 2016).

Não há uma estrutura padrão para um plano de negócios, visto que existem os mais diversos tipos de empresa. Nesse caso, a ferramenta deve se adequar aos objetivos de cada uma delas, entretanto há componentes necessários para uma construção lógica de um plano de negócios que possibilite a qualquer pessoa compreender seu conteúdo (DORNELAS, 2018). É fundamental o entendimento da organização da empresa, os objetivos, produtos e serviços ofertados, o mercado em que está inserida, a estratégia de marketing adotada e a situação financeira (DORNELAS, 2018). Esses conceitos devem ser mostrados sempre se moldando à personalidade da organização, no caso aqui apresentado, ele busca traçar o planejamento de uma EJ.

O plano de negócios elaborado neste trabalho tem sua estrutura baseada em Dornelas (2018), em uma versão adaptada à projeção de uma EJ, apresentando as seções: descrição da empresa, produtos e serviços, mercado e competidores, plano de marketing, análise estratégica e plano financeiro.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O método científico define os instrumentos utilizados e a forma de proceder de um cientista criando um conjunto de etapas operacionais que almejam o alcance de um objetivo, desse modo é possível interpretar o método como a estratégia de validação utilizada pelo cientista (FACHIN, 2017).

A abordagem deste estudo é qualitativa, em conformidade com Matias-Pereira (2019), pois os dados não são estatísticos e suas análises são feitas de forma indutiva. Do ponto de vista de seus objetivos, a pesquisa é de natureza descritiva, pois descreve características de um fenômeno (MATIAS-PEREIRA, 2019).

Também foi realizada pesquisa de artigos que tinham como objeto de estudo EJ na qual foram selecionados oito artigos. Esse material bibliográfico foi analisado e serviu de base para a construção do Quadro 1.

Para a coleta de dados primários, utilizou-se roteiro de entrevista que foi realizada com o professor responsável pela EJ Nexus do IFSC-Câmpus Caçador. Foi utilizado também um questionário enviado ao aluno diretor da referida EJ. A escolha de entrevista da Nexus Jr aconteceu por ser uma empresa recente do IFSC em um campus de também três cursos superiores, sendo a empresa pertencente aos três cursos proposta

essa que se assemelha a desse projeto. As entrevistas servirão como base para o início da pesquisa trazendo informações sobre a federação, a execução de projetos e o processo seletivo dos funcionários da empresa.

Também foram realizadas pesquisas em sites e redes sociais de empresas do ramo de consultoria a fim de levantar informações sobre o mercado para análise da concorrência, formação de preços e definição dos serviços a serem ofertados pela EJ. A consulta *on-line* se estendeu a outras EJ do estado de Santa Catarina. Também foram sondados sites e perfis de redes sociais de clientes potenciais.

O plano de negócios foi estruturado com base em Dornelas (2016 e 2018).

Para análise estratégica foi utilizada a matriz FOFA (forças, oportunidades, fraquezas e ameaças) essa ferramenta também é originalmente conhecida por matriz SWOT.

O plano financeiro foi adaptado ao modelo de negócio da EJ, tendo em vista que não visa remuneração do capital investido, pois não há investidores. A construção da lista de serviços de consultoria sugerida foi criada com base nos estudos acadêmicos teóricos e práticos desenvolvidos pela pesquisadora ao longo da graduação tecnológica em Hotelaria e do *networking* com alunos de outros cursos, associados a análise de concorrência feita *on-line* nos sites das empresas.

4 APRESENTAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS

Esta seção será dedicada a apresentar o plano de negócios da EJ constituído de: descrição da empresa, produtos e serviços, mercado e competidores, plano de marketing, análise estratégica e plano financeiro.

4.1 Descrição da empresa

A EJ do IFSC Campus Florianópolis-Continente será uma empresa de consultoria voltada para meios de hospedagem, estabelecimentos da área de A&B (Alimentos e Bebidas) e empresas de turismo ou ligadas a esse setor. Inicialmente, os projetos de consultoria terão foco no desenvolvimento, atualização ou incremento de produtos e/ou atividades ofertadas no empreendimento, buscando assim profissionalizar o setor de turismo, hospitalidade e lazer.

O intuito principal da EJ será oferecer, por meio de projetos, os conhecimentos adquiridos no meio acadêmico na busca de solucionar problemas para a comunidade,

fomentando o mercado da região e criando um espaço para os alunos adquirirem experiência ao realizarem trabalhos junto ao mercado de trabalho auxiliados pelos professores-tutores responsáveis que são de importância fundamental para validação do trabalho realizado. Dentro desse plano de negócios não foi escolhido um nome para EJ. A sugestão é que os fundadores escolham em conjunto com os discentes uma denominação que contemple os três cursos, neste caso é indicada a realização de uma enquete entre os alunos para realização dessa escolha.

4.1.1 Equipe gerencial

A equipe será formada por alunos dos três cursos superiores de tecnologia alocados no IFSC Florianópolis-Continente, a saber: Hotelaria, Gastronomia e Gestão de Turismo. Os cargos gerenciais serão eletivos com período de mandato a ser definido no estatuto da EJ que deve seguir a cartilha da Brasil Júnior, federação nacional, sendo eles:

- Diretor-presidente: cargo de hierarquia mais alta, responsável por gerir, coordenar e motivar todos os funcionários; é também o responsável por manter contato com a federação estadual e com as outras EJ da instituição garantindo um bom *networking* para a empresa.
- Diretor de marketing: responsável pela divulgação da empresa, captação de clientes, análise de mercado e concorrência, análise de tráfego, interpretação e incorporação de *feedback*, pós atendimento e gerenciamento de equipe e *customer success* (processo aprofundado de pós atendimento que busca cativar e fidelizar os clientes, além de trazer informações para melhora da empresa).
- Diretor de projetos: analisar os pedidos recebidos, traçar estratégia de execução, definir prazos, supervisionar o desenvolvimento dos projetos, avaliar e aprovar o trabalho final.
- Diretor financeiro: responsável por precificar projetos, emitir notas fiscais, realizar cobranças, fazer compras de insumos necessários e passar os dados financeiros da empresa para contabilidade.

4.1.2 Estrutura legal

A estrutura legal da EJ está amparada na Lei Nº 13.267, de 6 de abril de 2016 que determina a classificação da EJ como associação civil no Registro Civil das Pessoas Jurídicas e no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica. Também é decretado que o

trabalho desenvolvido pelos alunos contratados pela empresa é de caráter voluntário nos termos da Lei nº 9.608, de 18 de fevereiro de 1998.

4.1.3 Quadro de funcionários

Cada diretoria, citada no item 4.1.1, terá voluntários trabalhando em conjunto, serão necessários no mínimo dois voluntários por setor. Esses alunos voluntários escolherão seu setor por afinidade ao se inscrever para o processo seletivo regido por edital, podendo explorar os três durante o período *trainee*, suas tarefas serão executar o que for delegado por seus diretores. Os voluntários da diretoria de projetos podem ser subcategorizados, conforme seu curso para atender às especificidades de conhecimento técnico necessário para cada cliente.

O processo seletivo de voluntários será formado por três etapas: análise de currículos, entrevistas e, por fim, um período de *trainee* no qual será oportunizado ao candidato contato com todas as áreas da EJ. No período de *trainee* o comprometimento e comportamento do voluntário serão avaliados pelos diretores. Caberá à diretoria determinar a duração do período destinado à fase de *trainee* que deverá ser suficiente para tal avaliação.

O serviço de contabilidade será terceirizado, conforme orienta a cartilha da federação nacional, para isso se utilizará verba proveniente de edital destinado à EJ do IFSC.

4.1.4 Localização e infra-estrutura

O escritório da empresa ficará alocado em sala cedida pelo IFSC Campus Florianópolis-Continente, sendo seu endereço R. Quatorze de Julho, 150 – Coqueiros, Florianópolis – SC, 88075-010. Sua infraestrutura também será cedida pelo campus, sendo mesas, cadeiras, computadores e materiais de escritório em geral. A sala cedida precisa atender o mínimo de dez alunos, com, pelo menos, três mesas separadas para melhor autonomia dos setores, é preciso também um mínimo de quatro computadores para as três equipes e um para o diretor-presidente. Os alunos voluntários também poderão levar notebook e materiais próprios, se assim desejarem.

4.1.5 Parcerias estratégicas

As parcerias principais se darão com IFSC e suas EJ; Federação de Empresas Juniores do Estado de Santa Catarina (FEJESC); EJ de outras instituições de ensino

superior. Destacando como principal parceria estratégica o relacionamento com os professores-tutores, sendo um de cada curso superior presente na EJ. Essas parcerias visam *networking* para captação de clientes e também estrutura (seja física ou intelectual) para o desenvolvimento de projetos.

4.2 Produtos e serviços

Aqui são listados os serviços que poderão ser ofertados pela EJ:

- Criação de Procedimento Operacional Padrão (POP) para atividades da hotelaria como, por exemplo, atendimento telefônico, realização de reservas, limpeza de unidades habitacionais (UH), atendimento de *room service*, dentre outras.
- Criação de POP para atividades executadas em restaurantes, tais como atendimento de mesas, montagem de mesa, limpeza da cozinha pós-serviço, estocagem de insumos e demais funções.
- Elaboração de fichas técnicas para restaurantes, bares, lanchonetes, padarias e similares ou setores de A&B de meios de hospedagem. A ficha técnica contribui para padronização e agilidade na execução das preparações, bem como calcula o custo da matéria-prima.
- Construção/revisão de cardápios.
- Aplicação da engenharia de cardápio.
- Planejamento e organização de estoques para meios de hospedagem e estabelecimentos de A&B.
- Orientação para escolha de fornecedores.
- Revisão ou criação de roteiros turísticos que podem ser ofertados em meios de hospedagem e até restaurantes.
- Marketing turístico para meios de hospedagem.
- Precificação de diárias das unidades habitacionais.
- Revisão de roteiros turísticos voltados para o setor público.

Caberá aos alunos fundadores definir quais opções desta lista efetivamente serão ofertadas após o primeiro ano de trabalho, tendo em vista as aptidões dos integrantes da EJ, e adicionar novas conforme a demanda. É válido lembrar que os projetos devem ser executados pelos alunos com maior afinidade na área de demanda e que com o tempo de mercado a empresa poderá definir áreas de atuação específicas. O preço do projeto será calculado conforme a quantidade de horas nele trabalhadas.

4.2.1 Produção e distribuição

Os projetos são criados sob medida para cada cliente buscando atender sua demanda. O pedido do cliente será apresentado a um funcionário do setor de projetos que será responsável por compreender o problema do cliente. Após esse contato inicial o funcionário montará o plano de ação do projeto, que deve ser aprovado pelo diretor de projetos que contará com os conhecimentos do diretor-financeiro e sua equipe de voluntários para precificação final. Caberá ao diretor de projetos decidir quantos e quais funcionários serão necessários para atender cada projeto. Os planos de ação deverão passar pela revisão dos professores-tutores antes de serem apresentados para os clientes.

O passo seguinte é apresentar o plano de ação, com prazos, e o orçamento do projeto para o cliente, após a aceitação por parte do cliente, se dará início a execução do projeto por parte do setor responsável. Reuniões com clientes também poderão ser realizadas por videoconferências e/ou presencialmente.

As entregas dependerão da complexidade de cada pedido, processos mais documentais poderão ser entregues via correspondência eletrônica, processos de cunho mais prático poderão necessitar inclusive de visita dos alunos ao empreendimento para melhor desenvolvimento e implementação das ações planejadas.

4.3 Mercado e competidores

4.3.1 Análise de setor

De acordo com a Brasil Júnior (2021), confederação nacional das EJ, atualmente existem mais de 1300 EJ no país as quais movimentaram cerca de 32 milhões de reais em 2020, mas ainda há espaço para crescimento. Em Santa Catarina, a FEJESC contabiliza mais de 50 EJ no Estado. Tais empresas obtiveram faturamento de 1,9 milhão no ano de 2018, dinheiro que é reinvestido na empresa, fomentando a capacitação dos alunos voluntários e o aumento no número de projetos.

4.3.2 Público-alvo

O público-alvo da EJ se caracteriza por meios de hospedagem, empresas do setor de A&B e agências turísticas. Instituições públicas, como prefeituras, por exemplo, também fazem parte do público-alvo, pois nessas instituições há necessidade de elaboração de projetos para participar de editais de fomento ao turismo, bem como

projetos independentes das próprias prefeituras. Para isso, é necessário mão de obra especializada, o que nem sempre os municípios dispõem. Inicialmente o foco será a região de Florianópolis, podendo se estender para demais regiões do estado de Santa Catarina.

4.3.3 Análise de concorrência

A concorrência direta se dá com empresas catarinenses de consultoria dos três setores como, por exemplo, MKA consultoria, Easyprocessos Hoteleiros, TourQual, Girus, Olaechea Sanchez, dentre outras. Porém, por se tratar de empresas com funcionários altamente qualificados, anos de experiência e longos currículos, seus preços são elevados e podem não atender jovens empresas, empreendedores e pequenos municípios que não dispõem de alto valor para investimento. Sendo assim, o principal diferencial da EJ é o preço, que promove acesso a serviços de consultoria especializados com baixo custo.

4.4 Marketing

4.4.1. Produto e preço

O produto principal é o serviço de consultoria, por se tratar de uma empresa que por sua natureza não visa remuneração do capital investido, o preço será abaixo do praticado pelo mercado, sendo este o grande diferencial. Por se tratar de consultoria recomenda-se remuneração por hora destinada à consultoria. O valor sugerido é de R\$40,00 a hora, tal valor foi estimado com base em pesquisa realizada em revistas de empreendedorismo, artigos em portais sobre consultorias e análise de concorrentes. A quantidade de horas a ser trabalhada varia de acordo com a complexidade do projeto de consultoria. O intuito é levar trabalho técnico a pequenas e micro empresas/organizações que não têm fácil acesso a esse tipo de serviço.

4.4.2 Praça

O foco da empresa serão empreendimentos localizados em Florianópolis e região, podendo se estender às demais regiões de Santa Catarina. Além disso, a FEJESC costuma indicar clientes para suas federadas. Também é possível fechar parceria com a Associação Brasileira da Indústria Hoteleira – Florianópolis (ABIH – Florianópolis) e o Florianópolis e Região Convention & Visitors Bureau (Floripa Convention), sendo esses

canais de prospecção de clientes. Para alcance das empresas fora da cidade de Florianópolis poderá fazer uso de atendimento telefônico e correio eletrônico, sendo essas também importantes ferramentas de prospecção.

4.4.3 Propaganda

A divulgação da EJ se dará por meio das mídias sociais (*Instagram e Facebook*). A comunicação via redes sociais será realizada pelos próprios alunos do setor de marketing e terá por objetivo engajar para promover. Outra forma de divulgação será a presença no site da FEJESC e do IFSC. Também o estímulo aos clientes atendidos e satisfeitos, que façam recomendações do trabalho da EJ, tal estímulo será feito por meio do pós-atendimento.

4.5. Análise estratégica

I N T E R N O S	FORÇAS	FRAQUEZAS
	<ul style="list-style-type: none"> ●Conhecimento técnico. ●Profissionais atualizados. ●Profissionais motivados, pois estão ali voluntariamente. ●Preço abaixo e, portanto competitivo. ●Três áreas de atuação (Gastronomia, Hotelaria e Turismo) dentro de uma única empresa, podendo um cliente aliar todas as áreas. 	<ul style="list-style-type: none"> ●Inexperiência na gestão. ●Alta rotatividade na equipe devido ao período de três anos de curso. ●Inexperiência na execução de projetos de consultoria. ●Insegurança dos voluntários.
E X T E R N O S	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
	<ul style="list-style-type: none"> ●Crescimento dos setores de hospitalidade. ●Busca pela profissionalização e conhecimento técnico aumentando nos empreendimentos. ●Procura por melhora na gestão. ●Modernização das atividades e procura por capacitação atualizada. ●Empresas buscando alternativas para a retomada no pós-pandemia. 	<ul style="list-style-type: none"> ●Clientes conservadores e desconfiados. ●Clientes que subestimam os projetos por serem executados por estudantes sem experiência profissional. ●Crises externas que abalam o mercado como, por exemplo, a pandemia de Covid-19.

Quadro 2 – Matriz FOFA.

Fonte: Elaborado pela autora

Levando em consideração o conteúdo do quadro é preciso adotar estratégias que evidenciem as forças e oportunidades, para isso os participantes da EJ devem se manter comprometidos com seus estudos e buscarem capacitação constante, demonstrar sempre clareza e confiança nos atendimentos. Nos processos de promoção evidenciar a presença de consultores de três diferentes áreas, respaldados por docentes qualificados, que podem trabalhar juntos e usar o preço abaixo do mercado como atrativo, principalmente para negócios pequenos negócios ou empreendedores iniciantes.

É preciso também se apropriar da necessidade do mercado de modernização e melhorias na gestão, para isso se apresentar para os clientes potenciais por meio de um bom trabalho de pré-venda onde a empresa entra em contato com o cliente para descobrir suas dores e despertar o interesse dele em seu produto.

Para atenuar as fraquezas será preciso que os diretores busquem trazer sinergia para equipe, precisarão também se apropriar dos processos para se colocarem a disposição dos funcionários para tirar dúvidas, manter uma boa relação com os professores-tutores também é fundamental essas atitudes trarão confiança para os novos funcionários mesmo que estejam em fases iniciais do curso, além de passar segurança aos clientes. A captação de alunos a partir da segunda fase dará a eles mais tempo para participarem da empresa evitando problemas de rotatividade e aumentando a interação. Funcionários comprometidos e confiantes farão melhores atendimentos e terão *know-how* para lidar inclusive com clientes mais conservadores e desconfiados enfraquecendo as ameaças.

4.6. Plano financeiro

O plano financeiro aqui apresentado foi adaptado para uma EJ cujo foco não é a remuneração do capital investido. Sendo assim, não houve elaboração de viabilidade econômico-financeira para o negócio.

4.6.1 Investimento inicial

Para estimar o investimento inicial foi tomado como base no Edital PROEX nº 29/2018, último edital lançado pelo IFSC, de incentivo a EJ cuja vigência encerrou em 2020. O valor determinado para repasse ao projeto foi de R \$1.500,00 para o docente orientador e R\$1.200,00 para o discente bolsista da fase inicial de execução, em repasse único para ambos. A somatória do repasse R\$2.700,00 representa o valor do investimento inicial da EJ. Esses valores deverão ser utilizados para iniciação do projeto, servindo de reserva para arcar com os primeiros custos e destinados para capital de giro até que a empresa se torne auto suficiente.

4.6.2 Custos e despesas fixos

Em conformidade com o edital citado no item anterior, o espaço físico da EJ, bem como móveis e equipamentos serão cedidos pelo campus responsável pela sua criação. Para isso deverá ser entregue o Termo de Permissão de Uso Não Remunerado com duração de no máximo 12 meses, podendo ser renovado após esse período. Esse termo livra a empresa de arcar com custos de aluguel, água, luz, internet e depreciação.

Será de responsabilidade financeira da EJ o pagamento de serviço ao contador; das viagens e alimentação dos integrantes da EJ durante a execução das consultorias, como por exemplo, visitas técnicas e reuniões com clientes, dentre outras viagens profissionais que se fizerem necessárias.

A EJ poderá destinar recursos para custear capacitação de seus integrantes, bem como a participação dos mesmos em eventos acadêmicos e relacionados com a EJ.

4.6.3 Custos de mão de obra

Os funcionários da EJ assinam termo de voluntariado, sendo assim a empresa não tem custo com mão de obra. Os voluntários poderão receber capacitação, bem como participar de eventos voltados a EJ, sendo essa a contrapartida financeira ao trabalho realizado.

4.6.4 Custos e despesas variáveis

Em empresas de consultoria, o custo variável é o valor pago por hora trabalhada aos consultores. Como não haverá remuneração da mão de obra, não há custos variáveis.

4.6.5 Projeção de vendas

Projetar as vendas neste caso é uma tarefa complexa. Portanto, foi feito um cálculo com base na carga horária total de trabalho na empresa e chegou-se a estimativa de vender, no primeiro ano de funcionamento da EJ, um projeto de cada área (hotelaria, gastronomia e turismo). Cada projeto com estimativa de no mínimo 10 horas trabalhadas. Essa projeção de vendas pode aumentar ou diminuir, de acordo com a quantidade de voluntários disponíveis e conforme a necessidade percebida pelo diretor-presidente. É importante que o diretor-presidente atualize essa projeção de vendas após o início das atividades da EJ e estipule, junto com a equipe de trabalho, metas de vendas adequadas para a estrutura de mão de obra efetivamente disponível.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Existe crescente aumento da iniciativa empreendedora que trouxe consigo esforços das instituições de ensino superior em formar alunos capacitados para acompanhar essa tendência. Junto a isso o segmento de turismo e hospitalidade se mostra com expressivo impacto na economia e com necessidade constante de aperfeiçoamento e expansão. Florianópolis é uma capital de relevância nesses aspectos.

Observa-se que tal segmento possui muitas micro e pequenas empresas com recursos e acesso limitados a conhecimentos técnicos. Essas empresas necessitam de profissionalização para poderem se manter no mercado. Os serviços de consultoria da EJ poderão contribuir nesse sentido, levando conhecimento para esse tipo de empresa.

Levando em consideração esses elementos é possível entender que a criação de uma EJ é uma oportunidade para os alunos do IFSC Campus Florianópolis-Continente justificando o presente estudo.

O objetivo deste trabalho consistiu em elaborar um plano de negócios para criação de uma empresa júnior (EJ) dos cursos Superiores de Tecnologia em Gastronomia, Hotelaria e Gestão de Turismo, do Instituto Federal de Educação, Ciência

e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC) Campus Florianópolis-Continente. O plano aqui apresentado atendeu ao objetivo e trouxe um norte para implementar a EJ no IFSC Campus Florianópolis-Continente.

É possível concluir que a criação de uma EJ é viável existindo incentivo da instituição e interesse dos discentes, espaço competitivo em sua localização e demanda pelos serviços de consultoria devido ao grande movimento turístico da capital catarinense. Para além, por se tratar de uma empresa que não têm por objetivo remuneração do capital investido, o trabalho nela realizado têm por intuito servir à comunidade, profissionalizando o mercado e aprimorando as competências empreendedoras dos alunos voluntários.

Como limitantes deste estudo tiveram fatores como a dificuldade de contato com as federações devido ao período de pandemia e a dificuldade de desenvolvimento de um plano financeiro tradicional, já que uma EJ tem proposta diferente das empresas privadas e há pouco material disponível nesse aspecto. Por conseguinte, fica como sugestão para futuros estudos pesquisa que acompanhe a criação da EJ IFSC Campus Florianópolis-Continente, bem como estudo de caso sobre seus primeiros anos de funcionamento. Estudos voltados para a área financeira de uma EJ também seriam interessantes para contribuir ao desenvolvimento deste tipo de negócio.

REFERÊNCIAS

AVENI, Alessandro. **Empreendedorismo contemporâneo: teorias e tipologias**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

BRASIL. **Disciplina a criação e a organização das associações denominadas empresas juniores, com funcionamento perante instituições de ensino superior**. Brasília, DF, 2016.

BRASIL JUNIOR. **Contrate uma empresa júnior**. Disponível em: <www.brasiljunior.org.br>. Acesso em: 22 jan. 2021.

BIZZOTTO, Carlos Eduardo Negrão. **Plano de negócios para empreendimentos inovadores**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

CADASTUR. **Pesquisa de prestadores**. Disponível em: <<https://cadastur.turismo.gov.br/>>. Acesso em 03 abr. 2021.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018.

DORNELAS, José. **Plano de negócios: seu guia definitivo: o passo a passo para você planejar e criar um negócio de sucesso**. 2. ed. São Paulo: Empreende, 2016.

DOS-SANTOS, M. G.; PEREIRA, F. A.; SOUZA-SILVA, J. C.; RIVERA-CASTRO, M. A. Aprendizagem socioprática e individual-cognitiva na empresa júnior brasileira. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 16, n. 2, p. 309-339, 30 jun. 2015.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

FEJESC. **Sobre nós**. Disponível em: <<https://www.fejesc.com.br>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

FERREIRA-DA-SILVA, R. C.; PINTO, S. R. DA R. Organização de aprendizagem em uma empresa júnior. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 12, n. 1, p. 11-39, 31 mar. 2011.

FERREIRA, Emanuel Renato Andrade; FREITAS, Ana Augusta Ferreira de. Propensão empreendedora entre estudantes participantes de empresas juniores. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, [S.l.], v. 2, n. 3, p. 3-32, abr. 2014. ISSN 2316-2058. Disponível em: <<https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/69>>. Acesso em: 18 dez. 2020. doi: <http://dx.doi.org/10.14211/regepe.v2i3.69>.

FRANCO, David Silva; SEIBERT, Andressa Zorzo. A importância da Empresa Júnior para uma aprendizagem andragógica. **Revista Brasileira de Ensino Superior**, Passo Fundo, v. 3, n. 4, p. 59-78, dez. 2017. ISSN 2447-3944. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/REBES/article/view/2113>. Acesso em: 17 dez. 2020. doi: <https://doi.org/10.18256/2447-3944.2017.v3i4.2113>.

IFSC. **EDITAL PROEX nº 29/2018**. Disponível em: <<https://www.ifsc.edu.br/oportunidades-editais-encerrados>>. Acesso em: 05 fev 2021.

IFSC. **Oportunidades**. Disponível em: <<https://www.ifsc.edu.br>> Acesso em: 05 fev 2021.

LENZI, Fernando César. **A Nova Geração de Empreendedores: guia para elaboração de um plano de negócios**. ed.1. São Paulo: Atlas, 2009.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2019.

PICCHIAI, D. **Empresa Júnior: um exemplo de pequena empresa**. EGEPE, 5., 2008, São Paulo, Anais. São Paulo, 2008.

VALADÃO JÚNIOR, V. M.; ALMEIDA, R. C. DE; MEDEIROS, C. R. DE O. Empresa júnior: espaço para construção de competências. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 15, n. 4, p. 665-695, 31 dez. 2014.

VIEIRA, Amanda Ribeiro; SOUZA, Beatriz Peccia; PARÃO, Emanuele Oliveira André; SANTOS, Tânia Kelly Andrade. As contribuições da empresa júnior para o desenvolvimento das competências profissionais do estudante universitário: um estudo nos municípios de Ribeirão Preto e Sertãozinho. **Revista Iuminart**, Sertãozinho, v. 15, p. 123-138, 22 dez. 2017. Semestral.

SANTUR. **Pesquisa de intenção de viagens**. Disponível em: <<http://www.santur.sc.gov.br/>>. Acesso em: 03 abr 2021.

ZILIOOTTO, D. M.; BERTI, A. R. **A aprendizagem do aluno inserido em empresa júnior**. **Conexão UEPG**, Ponta Grossa, v. 8, n. 2, p. 210-217, 2012. Disponível em: <<http://revistas2.uepg.br/index.php/conexao/article/viewFile/4554/3096>>. Acesso em: 17 dez. 2020.