



INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE

**PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO
DEPARTAMENTO DE PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE MESTRADO
PROFISSIONAL EM TURISMO**



WAHIB MAHMUD

**PLANETOUR: SISTEMA PARA ELABORAÇÃO DE ESTUDOS DE VIABILIDADE
ECONÔMICO-FINANCEIRA PARA EMPREENDIMENTOS E SERVIÇOS
TURÍSTICOS**

ARACAJU-SE
Outubro/2023

WAHIB MAHMUD

**PLANETOUR: SISTEMA PARA ELABORAÇÃO DE ESTUDOS DE VIABILIDADE
ECONÔMICO-FINANCEIRA PARA EMPREENDIMENTOS E SERVIÇOS
TURÍSTICOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe, como requisito para obtenção do título de Mestre em Turismo.

Linha de Pesquisa: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI).

Orientador(a): Prof. Dr. José Nilton de Melo

ARACAJU-SE
Outubro/2023

Mahmud, Wahib.

M215p Planetour: sistema para elaboração de estudo de viabilidade econômico-financeira para empreendimentos e serviços turísticos. / Wahib Mahmud. – Aracaju, 2023.

76f.: il.

Dissertação – Mestrado Profissional em Turismo – Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Sergipe – IFS.

Orientador: Prof. Dr. José Nilton de Melo.

1. Turismo-Empreendedorismo. 2. Administração-Turismo. 3. Turismo-viabilidade financeira. I. Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Sergipe - IFS. II. Melo, José Nilton de. III. Título.

CDU: 338.48

WAHIB MAHMUD

**PLANETOUR: SISTEMA PARA ELABORAÇÃO DE ESTUDOS DE VIABILIDADE
ECONÔMICO-FINANCEIRA PARA EMPREENDIMENTOS E SERVIÇOS
TURÍSTICOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe, como requisito para obtenção do título de Mestre em Turismo.

Aprovado em 16 de Outubro de 2023.

Prof. Dr. José Nilton de Melo
(Orientador e Presidente) PPMTUR - IFS

1º Avaliadora: Profa. Dra. Ilka Maria Escalante Bianchini
(Membro Interno) PPMTUR - IFS

2º Avaliador: Prof. Dr. José Franco de Azevedo
(Membro Externo) Instituto Federal de Sergipe - IFS

CESSÃO DE DIREITOS

É concedido ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo (PPMTUR) do Instituto Federal de Sergipe (IFS), responsável pelo Curso de Mestrado Profissional em Turismo, a permissão para disponibilizar, reproduzir ou emprestar cópias desse trabalho. O autor reserva outros direitos de publicação, sendo que nenhuma parte deste trabalho de conclusão de curso de mestrado pode ser reproduzida sem autorização por escrito do autor.

Prof. Dr. José Nilton de Melo
PPMTUR - IFS

WAHIB MAHMUD
PPMTUR - IFS

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela força, luz, condições de saúde, discernimento e oportunidade de seguir adiante num dos momentos mais desafiadores de minha vida.

Aos meus pais, Entesar Uthman Mahmud e Ahmad Yusuf Mahmud (In memoriam), por conduzir a família com muita fé e amor.

À minha esposa Fernanda de Almeida Santos Mahmud, meus filhos Caio Noletto Mahmud, Laura Almeida Mahmud, e meu caçulinha Kalil Almeida Mahmud, por apoiarem meus estudos na laboriosa missão de conciliá-lo com tempo dedicado à família, amigos e trabalho.

Aos meus irmãos Walid Mahmud e Chadia Othman Mahmud, estando sempre presentes e dispostos a ajudar nos momentos em que a vida lhe diz: é hora de somar esforços para vencer os obstáculos!

Ao corpo docente do Instituto Federal de Sergipe e do PPMTUR, excepcionalmente ao professor Dr. José Nilton de Melo, durante a graduação em Tecnologia em Gestão de Turismo e atuando como orientador nesta pós-graduação.

À Coordenação do PPMTUR através do Prof. Dr. Lício Valério Vieira durante o período que conduziu o Mestrado, passando o bastão para a atual Coordenadora Profa. Dra. Ilka Maria Escalante Bianchini, e aos demais membros da banca de Defesa de Mestrado.

Aos colegas de curso, Antônio Carlos Corrêa, Cleverton Costa Silva, Cristina Santos da Silva, Fernanda da Silva Vasco, Karinne Santiago Almeida e Maria Vanilúcia dos Santos, por todo apoio e contribuições durante nossa jornada.

Aos servidores e demais trabalhadores do PPMTUR-IFS por toda colaboração e atenção dispensada.

RESUMO

Elaborar um plano de negócios é fundamental ao iniciar um empreendimento, não apenas para aumentar as chances de sucesso, mas também como uma ferramenta crucial para o acompanhamento contínuo. É imprescindível que os empreendedores dediquem atenção especial a esta etapa, pois um plano bem estruturado desempenha um papel fundamental na atração de investidores e instituições financeiras, ou mesmo em caso de utilização de recursos próprios para ampliação ou criação de novos negócios. Nesse sentido, este estudo tem como objetivo desenvolver soluções tecnológicas para auxiliar micro e pequenos empresários da cadeia produtiva do turismo na criação de seus planos de negócios, estudos de viabilidade econômico-financeira e projetos de investimento. Esta pesquisa segue uma abordagem dedutiva, baseando-se em teorias econômicas para desenvolver e aplicar o sistema na prática. Ela possui uma natureza aplicada e incorpora tanto métodos qualitativos quanto quantitativos. Como resultado, foi criado o software denominado "Plano de Negócios para o Turismo" (PLANETOUR), que utiliza métodos e fórmulas cruciais para apoiar decisões empreendedoras, como a Taxa Interna de Retorno (TIR), Taxa Mínima de Atratividade (TMA), Valor Presente Líquido (VPL), Prazo de Retorno de Investimento (Payback), bem como outros indicadores contábeis, incluindo Ponto de Equilíbrio Contábil, Margem de Segurança e Margem de Contribuição. Para avaliar a eficácia do programa, realizou-se uma simulação com uma empresa fictícia. Após a inserção dos dados, o sistema demonstrou estar em conformidade com os objetivos estabelecidos. O relatório final gerado pelo sistema continha todas as informações relevantes necessárias para a análise da viabilidade econômico-financeira de um negócio. Por fim, como o PLANETOUR é um sistema *web* de acesso gratuito, espera-se que ele se torne uma ferramenta valiosa para empreendedores, auxiliando-os em diversas áreas, como gestão empresarial, empreendedorismo, planejamento estratégico e gestão de custos, entre outros aspectos relevantes para o sucesso de seus negócios.

Palavras-Chave: Turismo. Viabilidade econômico-financeira. Empreendedorismo. Sistema *web*.

ABSTRACT

Drawing up a business plan is essential when starting a venture, not only to increase the chances of success, but also as a crucial tool for ongoing monitoring. It is essential that entrepreneurs pay special attention to this stage, as a well-structured plan plays a fundamental role in attracting investors and financial institutions, or even in the case of using their own resources to expand or create new businesses. In this sense, this study aims to develop technological solutions to assist micro and small entrepreneurs in the tourism production chain in creating their business plans, economic-financial feasibility studies and investment projects. This research follows a deductive approach, drawing on economic theories to develop and apply the system in practice. It has an applied nature and incorporates both qualitative and quantitative methods. As a result, software called "Business Plan for Tourism" (PLANETOUR) was created, which uses crucial methods and formulas to support entrepreneurial decisions, such as Internal Rate of Return (IRR), Minimum Attractiveness Rate (MAR), Value Net Present (NPV), Investment Return Period (Payback), as well as other accounting indicators, including Accounting Break-Even Point, Safety Margin and Contribution Margin. To evaluate the effectiveness of the program, a simulation was carried out with a fictitious company. After data insertion, the system demonstrated compliance with the established objectives. The final report generated by the system contained all the relevant information necessary to analyze the economic and financial viability of a business. Finally, as PLANETOUR is a free access web system, it is expected that it will become a valuable tool for entrepreneurs, helping them in various areas, such as business management, entrepreneurship, strategic planning and cost management, among other aspects. relevant to the success of your business.

Keywords: Tourism. Economic-financial viability. Entrepreneurship. Web system.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- CDI - Certificado de depósito interbancário
- CLT - Consolidação das leis trabalhistas
- CNPJ - Cadastro nacional de pessoas jurídicas
- FGV - Fundação Getúlio Vargas
- IBGE - Instituto brasileiro de geografia e estatística
- IFEs - Instituições federais de ensino superior
- IFS - Instituto Federal de Sergipe
- IPCA - Índice nacional de preços ao consumidor amplo
- MEI - Micro empreendedor individual
- MPEs - Micro e pequenas empresas
- ME - Microempresa (Simples Nacional)
- MTUR - Ministério do turismo
- OMS - Organização mundial de saúde
- OMT - Organização mundial de turismo
- PHP - Pré-Processador de Hipertexto
- PPMTUR - Programa de pós-graduação de mestrado profissional em turismo
- Sebrae - Serviço brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas
- Selic - Sistema especial de liquidação e de custódia
- Setur - Secretaria de estado do turismo
- SGBD - Sistemas gerenciadores de banco de dados
- SWOT - *Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats*
- TDIC - Tecnologias digitais de informação e comunicação
- TIR - Taxa interna de retorno
- TMA - Taxa mínima de atratividade
- VPL - Valor presente líquido

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 - Expansão do número de MEIs no Brasil | 24 |
| Figura 2 - Matriz FOFA. | 50 |
| Figura 3 - Página inicial do sítio www.planetour.com.br | 52 |
| Figura 4 - Tela inicial do sistema PLANETOUR. (Adicionar novo usuário) | 53 |
| Figura 5 - Tela inicial do sistema PLANETOUR. MENU com opções | 54 |
| Figura 6 - Simulação de dados do empreendimento | 54 |
| Figura 7 - Simulação de repartição societária | 55 |
| Figura 8 - Simulação de investimentos | 56 |
| Figura 9 - Simulação de receitas | 56 |
| Figura 10 - Simulação dos custos | 59 |
| Figura 11 - Resultados dos indicadores de viabilidade e construção de cenários | 60 |
| Figura 12 – Elaboração da matriz SWOT | 61 |
| Figura 13 - Gerar/Imprimir relatórios | 62 |
| Figura 14 - Relatório gerado pelo PLANETOUR (Simulação) | 63 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|---|----|
| Quadro 1 - Cenário dos setores de atividades econômicas. | 21 |
| Quadro 2 - Classificação e Evolução das Empresas Segundo o Porte. | 22 |
| Quadro 3 - Relação porte da empresa e o número de trabalhadores. | 23 |
| Quadro 4 - Número de MEIs por estado. | 25 |
| Quadro 5 - Circunstâncias comuns de falhas nas Empresas. | 38 |
| Quadro 6 - Número de cursos de ensino superior no Brasil (graduação). | 39 |
| Quadro 7 - Competências essenciais na economia criativa. | 45 |
| Quadro 8 - Fórmulas dos indicadores e critérios de avaliação. | 48 |
| Quadro 9 - Definições e fórmulas dos indicadores contábeis. | 49 |

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| 1 INTRODUÇÃO..... | 13 |
| 2 OBJETIVOS..... | 15 |
| 2.1 Objetivo Geral: | 15 |
| 2.2 Objetivos Específicos: | 15 |
| 3. JUSTIFICATIVA..... | 16 |
| 4 REVISÃO TEÓRICA | 18 |
| 4.1 Turismo: Fundamentos e conceitos..... | 18 |
| 4.2 Empreendedorismo e turismo | 20 |
| 4.3 Planejamento..... | 25 |
| 4.4 Plano de Negócio | 29 |
| 4.4.1 Viabilidade econômico-financeira e gestão do plano financeiro. | 35 |
| 4.4.2 Falência das empresas: Causas e consequências..... | 38 |
| 4.5 Expectativas sobre o mercado do turismo..... | 42 |
| 4.6 Economia Criativa | 43 |
| 5 METODOLOGIA..... | 46 |
| 5.1 Etapas para construção do sistema..... | 51 |
| 6 RESULTADOS E DISCUSSÕES..... | 52 |
| 6.1 Sistema PLANETOUR | 52 |
| 6.2 Relatórios emitidos pelo Sistema PLANETOUR | 62 |
| 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS | 69 |
| REFERÊNCIAS | 71 |
| APENDICE A - Simulação de preenchimento da Empresa PPM Tour | 75 |

1 INTRODUÇÃO

Planejamento é uma ferramenta indispensável para a confiabilidade e sobrevivência de um projeto empreendedor de qualquer natureza. A sua ausência é uma das causas do encerramento precoce ou falência das empresas no Brasil. Chiavenato (2004) define o ato de planejar como traçar os objetivos e escolher antecipadamente o melhor curso de ação para alcançá-los. O planejamento define onde se pretende chegar, o que deve ser feito, quando, como e em que sequência. Assim como em outros ramos de atividades, no turismo, a atividade de empreender está cada vez mais difundida e posicionando-se entre as mais importantes no contexto da economia atual. Afinal, a maioria das grandes empresas cresceu de ideias e inovações. Segundo Wildauer (2011) empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa possui de formular uma ideia sobre um determinado produto ou serviço em um mercado, seja essa ideia nova ou não.

Já para Dolabela (1999, p. 87) a “oportunidade é uma ideia que está vinculada a um produto ou serviço que agrega valor ao seu consumidor, seja por meio da inovação ou da diferenciação”. Portanto, não basta apenas ter uma boa ideia ou capital para investir é necessário saber diferenciar uma oportunidade de mercado, e saber criar um planejamento previamente.

Dessa forma, para auxiliar na estruturação de uma nova empresa/empreendimento podemos contar com a ferramenta do plano de negócios, que tem como objetivo planejar e desenvolver um negócio verificando e mensurando os possíveis riscos desse empreendimento. Portanto, todas essas questões apontadas têm a sua função e relevância, mas cabe destacar a elaboração de um plano de negócio como uma das etapas mais importantes para o sucesso ou fracasso do empreendimento, pois este documento irá descrever quais os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas.

Um plano de negócio permite que, havendo erros ou equívocos nos processos, estes possam ser identificados e corrigidos ainda no papel, e não no mercado. SEBRAE (2019). Parte integrante de um plano de negócio, a avaliação de viabilidade econômica e financeira é o recurso norteador para tomada de decisão, pois, quando o empreendedor realiza um estudo nesse âmbito, ele estará diminuindo seu risco de colocar tempo e dinheiro em um negócio que poderá trazer prejuízos, ou que não trará o retorno esperado em termos de lucratividade, e consequentemente frustrações para continuar no ramo.

Diante dessa realidade surgiu a pesquisa que deu origem a este estudo, que é buscar uma solução tecnológica para atender aos MEI (Microempreendedor Individual) e (MPE) Micro e

Pequena Empresa (MPE) do trade turístico na elaboração de plano de negócio, incluindo estudos de viabilidade econômico-financeira de seus projetos, por meio de um software intitulado de Plano de Negócios para o Turismo (PLANETOUR) sendo este um dos recursos para que consultorias e pesquisas acadêmicas sejam realizadas. A pretensão é que esta ferramenta possa gerar ou entregar informações para auxílio nas tomadas de decisão e para aplicação nas mais diversas áreas, tais como: gestão de negócios, empreendedorismo, planejamento estratégico, gestão de custos, entre outros, voltados principalmente para a cadeia produtiva do turismo.

A expectativa é que o PLANETOUR atenda aos MEIs e MPEs ligados direta ou indiretamente ao setor do turismo, proporcionando a criação de um plano de negócio e estudos de viabilidade econômico-financeira integrado em uma única solução, entregando relatórios como: Definição da atividade econômica, Identificação de clientes e parceiros/fornecedores, Estratégias de preços com análise de mercado e concorrência, plano financeiro; apuração dos custos (mão de obra, depreciação, custos fixos e variáveis); demonstrativo de resultados; construção de cenários; indicadores de viabilidade - Ponto de equilíbrio, lucratividade, rentabilidade, Taxa Interna de Retorno (TIR), prazo de retorno do investimento (Payback) e Valor Presente Líquido (VPL), e por fim a Matriz SWOT¹.

Ainda no Website do Planetour, disponibilizar serviços de consultoria para aqueles empreendedores que necessitarem contratar profissionais qualificados no assunto para que possam obter informações, detalhamentos, atualizações e pareceres que eventualmente não estiverem contemplados no projeto inicial.

Além do projeto que encontra-se finalizado em sua versão inicial Planetour 1.0 e disponibilizado por meio do sítio www.planetour.com.br, serão abordadas questões relacionadas ao tema, como plano de negócio, planejamento, oportunidades, empreendedorismo e viabilidade econômica de projetos de investimentos. O sistema foi submetido às fases de testes e validações, e finalmente colocado em produção para que os usuários possam elaborar seus estudos utilizando todas as suas funcionalidades, e assim, poderem contribuir com sugestões, críticas, elogios e questionamentos, visando a identificação de novas demandas e/ou ajustes contribuindo assim para o desenvolvimento de novas versões.

¹ *Matrix SWOT ou FOFA*. Técnica de planejamento estratégico utilizada para auxiliar pessoas ou organizações a identificar forças, fraquezas, oportunidades, e ameaças relacionadas à competição em negócios ou planejamento de projetos.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral:

Desenvolver solução tecnológica para auxiliar micro e pequenos empresários da cadeia produtiva do turismo na criação de seus planos de negócios, estudos de viabilidade econômico-financeira e projetos de investimento.

2.2 Objetivos Específicos:

- a) Analisar, à luz da literatura especializada, os métodos de elaboração de planos de negócios e de estudos de viabilidade econômico-financeira e suas possíveis aplicações para o *trade* turístico;
- b) Desenvolver e disponibilizar um sistema *web*, denominado "PLANETOUR", que seja acessível e fácil de usar, destinado aos empreendedores do setor de turismo, visando auxiliá-los na criação eficaz de seus planos de negócios, estudos de viabilidade econômico-financeira e projetos de investimento.
- c) Realizar uma simulação prática do sistema *web* "PLANETOUR" com uma empresa fictícia, a fim de avaliar sua funcionalidade e usabilidade, verificando se ele é capaz de gerar relatórios abrangentes e pertinentes para apoiar o processo de tomada de decisão de viabilidade econômico-financeira de um negócio no setor de turismo;

3. JUSTIFICATIVA

Elaborar um plano de negócios é a base para abrir um negócio com boas chances de sobrevivência, bem como uma ferramenta importante para monitorar o progresso e crescimento do empreendimento. São inúmeras as justificativas pelas quais os empreendedores deveriam estar atentos a esta questão, seja contando com o apoio e serviços de instituições como o Sebrae, ou contratando profissional especializado, ou ainda com sua própria equipe.

Entre os motivos ou justificativas, temos a de atrair os investidores e instituições financeiras. Investidores, assim como uma empresa, funcionam na base do retorno do investimento. Simplesmente dizer que sua empresa será lucrativa não atrairá investidores, sejam sócios ou instituições financeiras, é preciso apresentar planos e projetos.

Outra justificativa é saber se a ideia do negócio irá funcionar. Pensar no médio e longo prazo. Ao escrever detalhadamente um plano de negócios será possível determinar razoavelmente se a ideia é realmente viável; prever as possibilidades de sucesso da futura empresa, e ainda, definir a área de atuação, visto que um plano de negócios irá fornecer uma visão global de todos os aspectos da futura empresa, respondendo de forma detalhada os seguintes questionamentos: o quê, quem, onde, quando, porquê e quanto custa operar cada área da empresa, assim como o estabelecimento de objetivos procurando prever onde a empresa estará em seis meses, um ano, ou mais, dando um norte de como o empreendimento deverá estar no futuro, de acordo com os números e análises efetuadas, apresentando objetivos realistas para todos os envolvidos. E, mediante pesquisa externa, num ambiente micro, e se necessário macro, o plano de negócio deverá conter informações sobre o mercado em que atuará, avaliando e escrevendo sobre o mercado consumidor, concorrentes e fornecedores; detalhes estes que poderão se tornar uma vantagem competitiva se devidamente usados.

O fato é que o *Trade*² do turismo segue em ritmo de crescimento, demonstrando sua capacidade de recuperação diante de fatores extraordinários ou de força maior como é o caso da Pandemia da covid-19, fazendo com que empreendimentos voltados para este setor tenham reais perspectivas de sucesso.

A ideia de desenvolver o *software* PLANETOUR surgiu a partir de constatações das necessidades que os MPE's (micros e pequenos empreendedores) têm de elaborar estudos de viabilidade de seus negócios, e das dificuldades relatadas por considerável parte dos

² *Trade*. Tradução direta do inglês, que significa negócios.

empreendedores e acadêmicos em encontrar uma ferramenta tecnologia para atender tal demanda.

Os *softwares* disponibilizados no mercado com propostas de soluções para elaboração de plano de negócio e estudos de viabilidade econômica são complexos como o PNBOX do SEBRAE, ou ainda, disponibilizados por meio de planilhas eletrônicas. Existem também outras opções como programas de instalação no desktop (*softwares* executáveis), que rodam apenas no computador local, e que apresentam muitas vezes custos elevados frente à capacidade de investimento dos MPE's.

O fundamento para a criação do sistema denominado PLANETOUR é o de buscar auxiliar empreendedores atuantes no setor do turismo na construção de seus planos de negócio e projetos de investimento. O PLANETOUR será hospedado em *website* com nome de domínio www.planetour.com.br, onde inicialmente qualquer usuário poderá se cadastrar e fazer uso do sistema, contando ainda com serviços de consultoria, mediante contratação e definição de acordo comercial entre as partes.

4 REVISÃO TEÓRICA

4.1 Turismo: Fundamentos e conceitos

De acordo com Boiteux (2019) na evolução histórica do homem, a vontade de conhecer outros lugares, por inúmeros motivos, deve ter surgido com os babilônios, por volta de 4000 a.C.

Estudos apontam que no Egito, em 3000 a.C., já se acarretavam deslocamentos através do rio Nilo, com embarcações com cabines confortáveis. Os fenícios, oriundos de uma região pouco propícia para a agricultura, foram obrigados a desenvolver o comércio internacional, que os levou a grandes viagens para a China e para a Índia. A Grécia antiga registra viagens organizadas para a participação em jogos olímpicos, e o Império Romano, as primeiras viagens de lazer dos nobres que queriam visitar os grandes templos.

Na Idade Média, haviam hábitos da nobreza, que consistia em enviar seus filhos para estudar nos grandes centros europeus, nascendo os primeiros registros de "intercâmbio acadêmico e cultural". Todavia,

Podemos vislumbrar o conceito moderno de viagem quando, em 1841, Thomas Cook realizou uma viagem de trem com 570 passageiros entre as cidades de Leicester e Loughboroug, na Inglaterra. Tal viagem se revestiu de um sucesso tão grande, que a empresa de Cook passou a oferecer excursões para a parte continental da Europa e para os Estados Unidos. É considerada a primeira agência de viagens do mundo. (BOITEUX, COULLO E WERNER, 2009, p.07).

Os norte-americanos McIntosh, Goeldner e Ritchie (2002) conceituam que o turismo como a ciência, a arte e a atividade de atrair e transportar visitantes, alojá-los e cortesmente satisfazer suas necessidades e desejos; enquanto Beni (2001 p. 36) nos lembra que Jafar Jafari entende que, é o estudo do homem longe de seu local de residência, da indústria que satisfaz suas necessidades, e dos impactos que ambos, geram sobre o ambiente físico, econômico e sociocultural da área receptora.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo, podemos definir tal atividade como aquela desenvolvida por pessoas durante suas viagens e estadias em lugares distintos de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano para fins de ócio, negócios ou outros.

A OMT ainda se refere a que todo deslocamento para fora do local de residência por período superior a 24 horas e inferior a 60 dias, motivado por questões não-econômicas, pode ser entendido como turismo. Já aquele que viaja e permanece menos de 24 horas em local que

não seja de sua residência fixa ou habitual, com as mesmas finalidades do turista é denominado de excursionista.

Dentre as inúmeras definições defendidas por diversos autores, há uma certa convergência para a definição de que o turismo é a ação ou efeito de viajar, basicamente com fins de entretenimento e eventualmente com outras finalidades (p.ex., culturais, negócios, etc.). De acordo com Beni (2021), turismo é a soma dos fenômenos e das relações resultantes da viagem e da permanência não-residente, na medida em que não leva a residência permanente e não está relacionada a nenhuma atividade remuneratória.

Para quem usa o termo no cotidiano, esta definição é suficiente. No entanto, no meio acadêmico e profissional esbarramos com várias definições diferentes.

Segundo a definição da Embratur³ (2023), turismo é uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações (compra e venda de produtos e serviços turísticos) efetuadas entre os agentes econômicos do turismo.

Ainda, é gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que têm residência fixa, por qualquer motivo, excetuando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local de visita.

Silva, (2004) entende que o turismo é uma atividade marcante nas sociedades pós-industriais, um fenômeno econômico, político, social e cultural dos mais significativos que se originou e se desenvolveu principalmente com o capitalismo. Ele tem representado nas últimas décadas como uma das mais promissoras atividades econômicas mundiais, geradora de postos de trabalho e de riquezas.

Desde o surgimento das primeiras viagens até os dias atuais, o turismo vem movimentando a economia em praticamente todo o mundo criando oportunidades para que novos empreendimentos sejam criados, gerando emprego e renda para considerável parcela da população (SILVA, 2004).

O turismo gera atividades indiretas que atingem os mais variados setores da economia, como a indústria, agricultura, transportes, entre outros, gerando oportunidades para os mais diversos enquadramentos tributários e formas jurídicas, principalmente para os MEIs e MPes, especialmente os enquadrados no setor terciário (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2021).

Ao analisar o turismo sob os aspectos econômico e social, é possível avaliar a sua capacidade de gerar empregos, distribuir renda, captar divisas e proporcionar a melhoria da

³ Embratur. Empresa Brasileira de Turismo, cujo nome atual é Instituto Brasileiro de Turismo e está vinculado ao Ministério do Turismo do Brasil.

qualidade de vida das comunidades. Assim, o turismo é visto como parte constitutiva de um processo de desenvolvimento sustentável.

Para que os novos empreendedores do turismo possam ingressar neste universos com maiores chances de sucesso, o presente estudo tem como designo disponibilizar sistemas *web* que seja acessível e fácil de usar, destinados aos empreendedores do turismo, visando auxiliá-los na criação de seus planos de negócios, estudos de viabilidade econômico-financeira e projetos de investimentos (DORNELAS, 2014).

4.2 Empreendedorismo e turismo

Ser empreendedor é detectar uma oportunidade e criar um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. De acordo com DORNELAS, (2008, p.23), em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor:

- a) Tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz;
- b) Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive;
- c) Aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

O empreendedorismo é um processo que consegue enxergar oportunidade, em que a grande maioria vê dificuldade. O empreendedor é alguém que inova algo já banalizado, que conquista e fideliza clientes inacessíveis, que tem iniciativa e paixão pelo seu empreendimento, além de não ter medo em assumir riscos (CHIAVENATO, 2012).

Um importante passo ao decidir por empreender é saber detectar uma oportunidade e diferenciá-la de uma simples ideia. Segundo Dornelas (2014, p. 47), uma ideia isolada não tem valor se não for transformada em algo cuja implementação seja viável, visando atender a um público-alvo que faça parte de um nicho de mercado mal explorado. Isso é detectar uma oportunidade.

As profissões mais promissoras concentram-se no setor terciário (de serviços), que tem passado por um processo consistente e duradouro de crescimento, conquistando espaço do setor secundário da economia (indústria), num processo de migração da Terceira Revolução Industrial de 1969 e entrando na indústria 4.0 (dias atuais), com destaque para as Empresas de Micro e pequeno portes (MPEs) onde grande partes destes profissionais atuam, nas seguintes proporções (PANOSSO NETTO, 2009):

Quadro 1 - Cenário dos setores de atividades econômicas.

| SEGUIMENTO | CRESCIMENTO (2002 - 2012) |
|--|--------------------------------------|
| Serviços de educação e saúde | 31,8% |
| Serviços profissionais e <i>business</i> ⁴ | 30,4% |
| Tecnologia da Informação (Internet/Softwares) | 18,5% |
| Lazer e hospitalidade (de forma direta: Turismo) | 17,8% |
| Comércio e Transporte (considerável participação: Turismo) | 14,1% |
| Atividade Financeira (de forma indireta: Turismo) | 12,3% |
| Área governamental (de forma indireta: Turismo) | 11,8% |
| (Outros) Exceto Governo | 15,7% |

Fonte: Adaptado de PANOSSO NETTO, (2012, p. 195).

As MPE possuem relevância para a nação, absorvendo grande parte da mão de obra disponível envolvendo as mais diversas profissões e movimentando todos os setores da economia (CUNHA; SOARES, 2011). Para José Júnior e Klippel (2011), essas empresas contribuem significativamente para o desenvolvimento econômico e social dos países da América Latina.

Levantamentos realizados pelo IBGE (2003), confirmam que as MPEs auxiliam o crescimento e desenvolvimento do Brasil, gerando ocupação profissional e absorvendo grande parcela da força de trabalho que não encontra emprego nas empresas de maior porte.

É possível compreender as MPE, estudando o seu tamanho por meio do porte e, com isso, podem se destacar dos outros grupos empresariais. O porte das empresas pode revelar comportamentos sociais e econômicos diferenciados, conseqüentemente, apresentar problemas diferentes, além de recursos distintos para solucioná-los. Os padrões que definem o tamanho e as características das empresas variam de acordo com os diferentes propósitos existentes e,

⁴ *Business* - é uma palavra da língua inglesa que traduzida para o português pode significar "comércio" ou "negócio".

também, de elementos como número de empregados, faturamento, valor e representatividade da marca no mercado, público alvo, abrangência/raio de ação.

No Brasil, o governo federal por intermédio da Lei Complementar nº 123/2006, instituiu o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, classificando as MPE com base na receita bruta auferida em cada ano-calendário (BRASIL, 2006), contudo, essa legislação acabou extrapolando seu objetivo inicial (simplificar o sistema simples, mediante a instituição do Super Simples).

Neste sentido, as microempresas e empresas de pequeno porte possuem fórum distinto no âmbito dos poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, sendo considerada MPE a sociedade empresarial, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário a que se refere o art. 966 do Código Civil (BRASIL, 2002), devidamente registrados no registro de empresas mercantis ou no registro civil de pessoas jurídicas, conforme Histórico das classificações de porte.

A classificação de portes de empresas no BNDES sofreu alterações ao longo do tempo, em função da edição de normativos externos, somados à visão do BNDES sobre como melhor atender a cada segmento de cliente para oferecer suas linhas, programas e condições específicas. O quadro a seguir apresenta as classificações e evolução de portes por ano, desde 1995:

Quadro 2 - Classificação e Evolução das Empresas Segundo o Porte.

| ANO | Micro | Pequena | Média I | Média II | Grande |
|---------------|-----------|------------|------------|-------------|-------------|
| | Até R\$ | Até R\$ | Até R\$ | Até R\$ | Superior a |
| 1995 até 1996 | - | 400.000 | 15.000.000 | - | 15.000.000 |
| 1997 até 1998 | - | 700.000 | 15.000.000 | - | 15.000.000 |
| 1999 | - | 720.000 | 15.000.000 | - | 15.000.000 |
| 2000 até 2001 | 700.000 | 6.125.000 | 35.000.000 | - | 35.000.000 |
| 2002 | 900.000 | 7.875.000 | 45.000.000 | - | 45.000.000 |
| 2003 | 1.200.000 | 10.500.000 | 60.000.000 | - | 60.000.000 |
| 2010 | 2.400.000 | 16.000.000 | 90.000.000 | 300.000.000 | 300.000.000 |
| 2017 até 2021 | 360.000 | 3.600.000 | 90.000.000 | 300.000.000 | 300.000.000 |

Fonte: BNDES. Guia do financiamento, 2021.

Os valores estão em reais, com base na receita operacional bruta das empresas; considera-se como o valor mínimo de cada porte o valor imediatamente superior ao valor máximo do porte que o antecede; a denominação de “Média” foi alterada para “Média I”, em 2016; o porte “Médias II” foi criado em 2009, com a denominação de “Média-Grande”. Em 2016, a denominação foi alterada para “Média II”; quando o BNDES criou o porte “Média-Grande”, este seguia as mesmas regras de grandes empresas. Ao mudar o nome do porte para “Média II”, este passou também a ter novas regras, equiparando-se às “MPMEs”. Dessa forma, quando o banco divulga estatísticas por porte de empresas, “Média-Grande” é tratada como "Grande" e “Média II” é tratada como “MPME”.

Outra classificação das MPE brasileiras é apresentada pelo SEBRAE (2012), na qual o foco está no número de trabalhadores empregados, ocupados formalmente por meio da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT.

Quadro 3 - Relação porte da empresa e o número de trabalhadores.

| Porte | Setores |
|--|---------------------------------|
| Indústria | Comércio e Serviços |
| Microempresa Até 19 pessoas ocupadas | Até 9 pessoas ocupadas |
| Pequena empresa De 20 a 99 pessoas ocupadas | De 19 a 49 pessoas ocupadas |
| Média empresa De 100 a 499 pessoas ocupadas | De 50 a 99 pessoas ocupadas |
| Grande empresa De 500 pessoas ocupadas ou mais | De 100 pessoas ocupadas ou mais |

Fonte: Classificação segundo critério do SEBRAE, 2012.

Entretanto, as mudanças políticas em favor dos micro e pequenos negócios, têm provocado alterações no ambiente desses empreendimentos (SEBRAE, 2013). Essas modificações beneficiam as MPE nas questões relacionadas à regulamentação, priorização, desoneração e simplificação dos processos e procedimentos, contribuindo desta forma para o desenvolvimento dessas empresas.

As MPE podem ser consideradas como elementos importantes na composição do cluster turístico, principalmente nas regiões indutoras, e à medida que avançam em seu

desenvolvimento, ampliam-se as tendências de manter o seu espaço no mercado devido às suas características próprias.

O número de microempreendedores individuais (MEIs) no país ultrapassou pela primeira vez a marca de 10 milhões. Somente em abril, o número de brasileiros que decidiram optar por essa modalidade de atuação no mercado de trabalho já chega a 98 mil. No ano, os novos registros superam 586 mil.

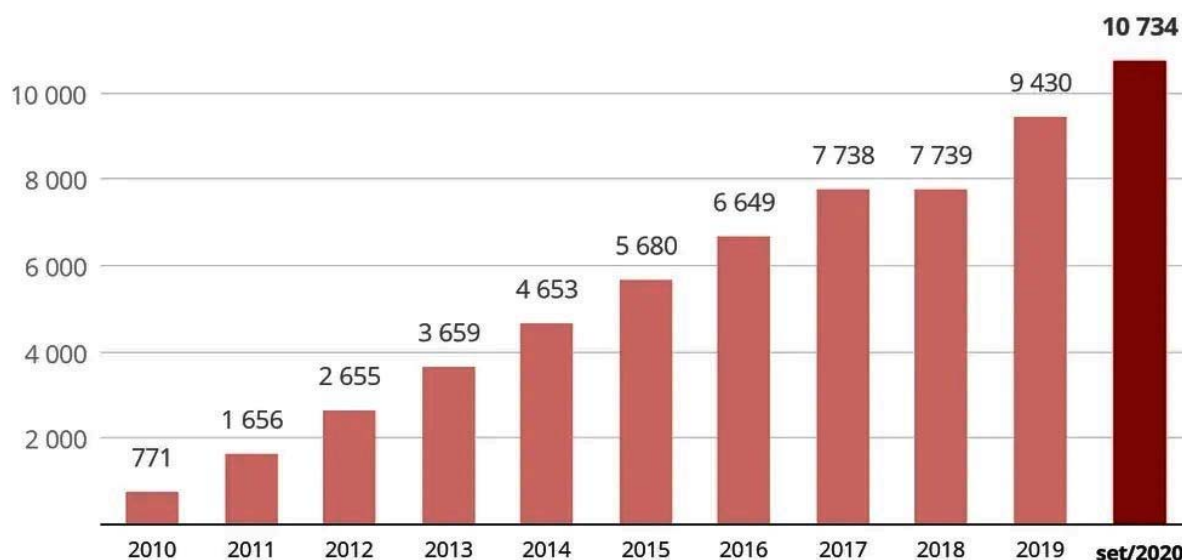
Apesar do aumento do número de MEIs no país em plena pandemia de Corona vírus, o ritmo de novas formalizações está abaixo do registrado em Março de 2019, quando houve um acréscimo de 169 mil trabalhadores. Segundo dados do Portal do Empreendedor do governo federal, o número total de registros de MEIs atingiu 10,016 milhões até Abril de 2020, o que representa uma alta de 10,6% na comparação com o final do ano de 2019 (9,43 milhões).

O MEI é um regime tributário simplificado criado para incentivar e facilitar a formalização de pequenos negócios e de trabalhadores autônomos, como vendedores, manicures, cabeleireiros e prestadores de serviços autônomos principalmente no setor do turismo, foco deste projeto de pesquisa.

Figura 1. Expansão do número de MEIs no Brasil.

Número de MEIs no Brasil

Total de registrados, em milhares



Fonte: Portal do Empreendedor

Fonte: Portal do empreendedor, 2021, em <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>

O programa completou 12 anos em 2021. Com o registro, o microempreendedor pode ter CNPJ, emitir notas fiscais e ter acesso a direitos e benefícios previdenciários.

Com as mudanças das relações de trabalho e com o desemprego em nível elevado, o MEI tem se transformado não só em uma opção de ocupação temporária ou estratégia de sobrevivência, o chamado "empreendedorismo por necessidade", como também uma maneira prestar serviços a terceiros, realizar diferentes trabalhos e obter renda atuando como pessoa jurídica a um custo baixo. (GOV.BR. Portal do empreendedor, 2021)

Quadro 4. Número de MEIs por estado.

| Número de MEI's por estado | | | |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------------|
| SP - 2.703.178 | GO - 348.340 | MS - 141.976 | |
| RJ - 1.161.510 | PE - 316.091 | PB - 137.725 | TO - 68.131 |
| MG - 1.135.773 | CE - 316.005 | RN - 127.494 | SE - 62.963 |
| PR - 626.595 | ES - 256.305 | MA - 117.113 | RO - 58.467 |
| RS - 608.490 | PA - 212.181 | AL - 96.864 | AP - 16.878 |
| BA - 540.064 | DF - 179.154 | AM - 87.746 | RR - 15.275 |
| SC - 413.468 | MT - 173.532 | PI - 80.310 | |

Fonte: GOV.BR Receita Federal, 2023. Disponível em:
<http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemi/private/pages/relatorios/opcoesRelatorio.js>

Na economia brasileira, os microempreendedores exercem um papel importante no desenvolvimento do país, gerando oportunidades de emprego e reduzindo as desigualdades sociais (CUNHA; SOARES, 2011). Os autores ainda indicam que não devem ser desconsideradas as complexidades encontradas no processo de tomada de decisão, bem como, os problemas e dificuldades de gestão que colocam em risco a continuidade dessas empresas.

4.3 Planejamento

Planejar significa desejar que algo aconteça dentro do esperado, sem surpresas desagradáveis no percurso, significa perceber a realidade, avaliar os caminhos, construir um referencial futuro, o trâmite mais adequado e reavaliar todo o processo sempre que necessário. Planejamento é uma ferramenta indispensável para a confiabilidade e sobrevivência de um projeto empreendedor de qualquer natureza. A sua ausência é uma das causas do encerramento precoce ou falência das empresas no Brasil. (MAXIMIANO, 2011).

Chiavenato (2004) define o ato de planejar como traçar os objetivos e escolher antecipadamente o melhor curso de ação para alcançá-los. O planejamento define onde se pretende chegar, o que deve ser feito, quando, como e em que sequência.

O planejamento estratégico é a forma de posicionamento da empresa diante do mercado, com o caminho a ser seguido para a realização de seus objetivos, metas, valores, visão e missão (BIAGIO E BATOCCHIO, 2005).

O planejamento pode ser entendido como um processo gerencial que direciona as organizações, visando à integração da empresa com o ambiente mercadológico. A interação da organização com o ambiente pode se tornar positiva, neutra ou até mesmo negativa, levando-se em conta o comportamento e o planejamento adotado pela organização quando se depara com o mercado (KOTLER, 2006).

Com relação ao planejamento é comum as empresas analisarem os dados e as informações referentes ao presente e passado das organizações e, desta forma, sendo avaliadas as possíveis consequências dos desdobramentos futuros, possibilitando a execução de ações que contribuam para o sucesso do negócio. Neste contexto, podem ser projetadas ações a serem executadas de acordo com os cenários e condições estabelecidas pela organização, presumindo os recursos financeiros necessários e definindo as responsabilidades para atingir os objetivos fixados. (CHIAVENATO, 2012).

As decisões empresariais que influenciam o futuro das empresas devem ser tomadas de acordo com o planejamento do negócio. Assim, o planejamento pode ser entendido como uma ferramenta de controle que deve ser utilizada pelos gestores para gerenciar as relações pessoais e organizacionais das entidades (MAXIMIANO, 2011).

Hoji (2004) define que o planejamento empresarial indica as ações que devem ser realizadas pelas empresas, possibilitando o alcance do público alvo e das metas institucionais.

Nesse sentido, Braga (1995) entende que o planejamento deve ser efetuado com antecedência, objetivando o alcance das metas e resultados almejados para o negócio, sendo projetadas as necessidades organizacionais de recursos físicos, tecnológicos, humanos, financeiros e prazos, além de definir os responsáveis pela implantação do plano.

Uma divisão hierárquica em três níveis de planejamento é citada por Oliveira (2013) como uma condição necessária a todas as organizações. Como primeiro nível, o autor cita que o planejamento empresarial deve ser visto como o método gerencial que direciona a organização na busca por resultados que atenda suas necessidades, sendo habitualmente de responsabilidade dos níveis mais altos de gestão.

O segundo nível de planejamento define o emprego de um planejamento tático que tem a função de alinhar determinada área da organização ao planejamento empresarial e não a organização como um todo. E o terceiro nível, sendo entendido pelo autor como a formalização do planejamento empresarial por intermédio de documentos e implantação de metodologias estabelecidas nas áreas ligadas à produção.

Dutra e Previdelli (2010) citam que as MPE são gerenciadas por um grupo pequeno de empresários que acumulam as funções administrativas e operacionais, destinando pouco tempo para o planejamento empresarial. Podemos citar como exemplo um micro empreendimento do tipo agência de passeios turísticos, onde comumente o proprietária executa diversas funções e responsabilidades como a de gerir o negócio, realizar o atendimento presencial e pela internet, efetuar as vendas, limpeza do ambiente, finanças, bancos, ações de marketing, e demais tarefas administrativas extraordinárias.

Diante disso, os autores enfatizam que as deliberações são tomadas sem um embasamento e análise de dados e informações que subsidiem a decisão. Para Gitman (2010), o planejamento empresarial, em conjunto com o sistema de controle interno, pode auxiliar o gestor na condução ordenada do negócio, visto que, o planejamento estabelece metas e objetivos, e o controle interno comparar o planejado com a execução, gerando informações confiáveis para a implantação de ações que melhorem o desempenho financeiro da organização.

A gestão financeira envolve essencialmente a busca por resultados positivos para as empresas, devendo ser cuidadosamente planejada, executada, acompanhada e avaliada periodicamente (MONTEIRO; BARBOSA, 2011). Os autores destacam que o planejamento é uma das condições para que as MPE tenham resultados mais eficientes e eficazes. Braga (1995) comenta que o planejamento das finanças empresariais deve abranger todas as ações referentes à continuidade dos planos de gestão financeira, e a integração e coordenação desses planos com os objetivos operacionais de todas as áreas da organização.

Neste sentido, o plano financeiro pode ser efetuado mediante o planejamento de longo e curto prazo do negócio, onde as projeções financeiras de longo prazo tendem a cobrir um período de dois a dez anos. Entretanto, são implantados em média pelas empresas em um período de cinco anos, devendo ser revisto a cada informação relevante (GITMAN, 2010). O autor sinaliza que as organizações que apresentam incertezas operacionais ou com pequenos ciclos de produção como as MPE, tendem a projetar períodos menores.

Os planos financeiros operacionais caracterizam os impactos e as ações financeiras de curto prazo, geralmente compreendendo um período de dois anos sendo compostos por

informações básicas de previsão da receita, despesa e diversas espécies de dados operacionais e financeiros (GITMAN, 2010).

Informações contábeis como o fluxo de caixa podem auxiliar nos casos de detalhamentos dos planos de negócios e nos estudos de viabilidade econômico-financeira sendo um instrumento de planejamento financeiro que evidencia efetivamente as informações de caixa das empresas e subsidia os empresários nas estimativas de caixa do negócio (SANTOS, 2010).

Desta forma, segundo Nazareth, Gustavo e Carvalho (2013), o fluxo de caixa é entendido como o mecanismo gerencial de programação financeira que representa as projeções de entradas e saídas de caixa, gerando resultados relacionados à maximização do lucro, seguindo padrões de segurança, da manutenção do nível de caixa desejado, das aplicações com máximo de liquidez do excedente, com a fixação de limites mínimos e consecução de ajustes quando necessário, e investimento de parte dos recursos disponíveis, respeitando padrões de segurança, e mantendo os recursos necessários para suas atividades operacionais.

Braga (1995) define que as demonstrações financeiras devem auxiliar o gestor no processo decisório, classificando de diferentes formas e dividindo-as em gerenciais de uso interno e contábeis para divulgação externa. O autor ressalta que existem demonstrações que exibem informações históricas, outras que projetam as consequências de novas decisões mediante futuros cenários e aquelas que comparam as projeções com o que foi efetivamente realizado.

Os demonstrativos financeiros gerenciais de uso interno são elaborados fora da área contábil, devido à necessidade de informações diárias como faturamento, cobranças, saldos bancários e compras (SANTOS, 2010). As principais demonstrações financeiras de uso interno das empresas são:

- a) Fluxo de caixa;
- b) Entradas e baixas de estoques;
- c) Controle de contas a pagar e a receber;
- d) Movimentação de contas patrimoniais;
- e) Vendas por produtos;
- f) Departamentalização das despesas;
- g) Controle do tempo de execução de tarefas;
- h) Controle de horas trabalhadas; etc.

Mediante a análise e interpretação das demonstrações contábeis, é possível verificar como está a situação financeira e econômica das organizações (MATARAZZO, 2010). Para o

autor, estas características da situação das entidades podem ser analisadas por intermédio de indicadores de rentabilidade, estrutura de capital, liquidez e de atividade.

As informações financeiras permitem que seja efetuado o planejamento das ações que vão contribuir para a obtenção da liquidez adequada, com a simultaneidade da geração de lucro das MPE, sendo possível mensurar as receitas, despesas, custos e analisar as demonstrações financeira e econômica do empreendimento (MONTEIRO; BARBOSA, 2011). Destacam ainda que em decorrência das exigências mercadológicas, e das crescentes formas de competição, os gestores das MPE brasileiras, necessitam buscar cada vez mais informações e ferramentas gerenciais que auxiliem as decisões e contribua para o sucesso do negócio, assim como, sirvam de auxílio para um melhor posicionamento frente às necessidades e expectativas do mercado.

4.4 Plano de Negócio

O Plano de Negócios é um mapa de percurso que guia o empreendedor para que o mesmo entenda a sua empresa, buscando conduzi-lo da melhor maneira possível, ajudando-o na coleta e avaliação de questões que são fundamentais para o bom funcionamento de uma organização e para sobrevivência em um mercado cada vez mais dinâmico e competitivo. É também um instrumento de planejamento indispensável para aqueles que desejam iniciar seu próprio negócio, sendo assim, podemos afirmar que um plano de negócios bem elaborado deve conter um estudo de viabilidade econômica e financeira em suas etapas para que se possa ter uma resposta sobre o seguinte questionamento: quais são os riscos para abrir, manter ou ampliar o meu negócio?

O processo de organizar um plano de negócios, incluindo as reflexões que você faz antes de começar a registrá-lo por escrito, obriga-o a assumir um posicionamento não emocional, crítico e objetivo em relação ao seu projeto como um todo; o produto acabado - o seu plano de negócios - é um instrumento operacional que, se usado de forma apropriada irá auxiliá-lo a gerenciar o seu negócio e a trabalhar efetivamente para seu sucesso; o plano de negócios concluído transmite suas ideias para outros e fornece a base para sua proposta de financiamento (BANGS, 2002, cap. 1 pag. 19).

O plano de negócio pode ser utilizado para atender objetivos de uma empresa DORNELAS (2011, p.6) - menciona que o plano de negócio precisa atender cinco itens:

1) Testar a viabilidade do conceito do negócio: após a finalização do plano de negócios, o empreendedor terá em mãos uma ferramenta de análise da viabilidade econômica do negócio ou unidade empresarial. A fundamentação dessa análise expõe duas conclusões: se o negócio é

viável ou não. Entretanto, mesmo se o negócio apresentar inviabilidade, o empreendedor evitará prejuízos financeiros ao investir em um negócio que se apresentou inviável já no planejamento.

2) Orientar o desenvolvimento da estratégia e operações: por se tratar de uma ferramenta de gestão estratégica, o plano de negócios propicia o desenvolvimento e estratégia da empresa, a ponto de possibilitar planos táticos (nível intermediário de gestão - a nível de gerente) e operacional (plano detalhado das operações da empresa - a nível de linha de produção).

3) Atrair recursos financeiros: em alguns locais que oferecem recursos financeiros, tais como: Bancos, fundos de investimentos, entre outros, há solicitação de um plano de negócios, pois será objetivo de análise. Sem o plano de negócios, raramente o empreendedor terá acesso aos recursos oferecidos por essas fontes. O Plano de Negócio é uma ferramenta importante também para obter um eventual empréstimo ou financiamento, segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2013, p. 17) “Um plano de negócio pode ser usado para se conseguir novos sócios e investidores, para estabelecer parcerias com fornecedores e clientes ou mesmo apresentado a bancos para a solicitação de financiamentos”.

4) Transmitir credibilidade: ao desenvolver o plano de negócios, o empreendedor evidencia a importância do planejamento para gestão e ascensão da empresa. Por se tratar do mundo dos negócios, o erro pode ser irreversível, e ao planejar, as probabilidades de insucesso tendem a diminuir.

5) Desenvolver equipe de gestão: em fase inicial, um negócio dificilmente atrai recursos humanos, visto que a incerteza de insucesso é fator presente. Com o plano de negócios bem estruturado, há um poder de barganha com talentos em potencial, visto que ao propor inclusive participação nos resultados ou até mesmo na sociedade da empresa, os talentos podem manifestar interesse em fazer parte da empresa.

O plano de negócios pode ser considerado uma ferramenta de planejamento de uma organização, por apresentar um panorama das particularidades do empreendimento, tais como: diagnóstico de mercado para inscrição de produtos e serviços; definição do público alvo; procedimentos de vendas e produção aderente ao mercado e a cenários futuros; composição do capital; e projeções de faturamento do negócio (DOLABELA, 2008).

No Brasil, devido a programas específicos de capacitação de empreendedores, em que o plano de negócios se tornou o foco principal, o cuidado a ser tomado deve ser em escrever um plano com conteúdo que se aplique diretamente ao negócio, e que não contenha números e informações fora da realidade. Nesse caso, pior que não planejar é fazê-lo erroneamente e, pior ainda, conscientemente (SANTOS; SILVA, 2012).

Ao utilizar o plano de negócios, o empreendedor terá em mãos uma ferramenta que descreve o empreendimento, e o modelo de negócio que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento e, ainda, permite ao gestor situar-se no seu ambiente de negócios (SEBRAE, 2013). O plano também pode ser entendido como uma bússola, ou até mesmo a mola propulsora do negócio. Caso não seja corretamente visualizado e entendido, além de deixar de ser revisto, pode levar a resultados indesejados ou até mesmo ao fechamento da empresa, pois o plano deve ser compreendido como uma foto do empreendimento e, com isto, o fator temporal deve ser levado em consideração, e ciclicamente deve-se refazer e rever todo o plano.

As MPE brasileiras costumam ser rápidas e flexíveis no processo de estruturação empresarial, inovando os produtos e serviços de acordo com o seu modelo de negócio (SANTOS; SILVA, 2012). Neste contexto, surge a necessidade dos gestores dessas empresas compreenderem a importância da realização do planejamento empresarial, mediante ao uso da ferramenta de gestão plano de negócios simplificado, que é um formato customizado do plano de negócios, para o alcance dos objetivos organizacionais das MPE.

O planejamento pode se tornar um processo contínuo para responder as condições de mercado que mudam com velocidade (KOTLER, 2006). Em um mercado competitivo em que as ações e planejamentos ocorrem quase que em tempo real, as MPE não têm mais a oportunidade de refletirem por um longo tempo sobre seus planejamentos e decisões, devido aos anseios da demanda ocorrerem na mesma velocidade.

Planejar as finanças empresariais é um aspecto importante das atividades das empresas porque oferece orientação para direcionar, coordenar e controlar as providências a serem tomadas pela organização para obtenção dos objetivos projetados (GITMAN, 2010). O plano de negócios simplificado serve como balizador para as MPE não somente para ações a curto, médio e longo prazo, mas também como uma ferramenta para medir as reações das ações ora projetadas, e o seu reflexo financeiro na empresa, por meio de indicadores, e até mesmo na simulação de cenários pode-se visualizar os impactos que a empresa terá pela frente.

O PLANETOUR em sua versão 1.0 irá disponibilizar recursos e funcionalidades para elaboração de planos de negócios simplificados, com foco nos MEI (Micro empreendedor individual) e ME (Microempresa, optantes pelo Simples Nacional) que, segundo Bernardi (2009) o plano de negócios simplificado pode ser considerado como uma ferramenta de gestão que permite identificar os objetivos do negócio, avaliando a sua situação atual e futura, além de desenvolver estratégias para atingir os objetivos empresariais.

O autor ainda destaca ser possível alcançar resultados como melhora no entendimento do negócio, determinação e compreensão de variáveis importantes e críticas do empreendimento, melhorar os níveis de clareza quanto ao que fazer e ao que não se deve fazer, permitir uma abordagem criativa e inovadora, além de auxiliar na definição de objetivos.

Como ferramenta gerencial, o plano de negócios simplificado pode auxiliar o empreendedor a apurar a viabilidade dos seus projetos, servindo também para apresentar o empreendimento a potenciais parceiros, prováveis sócios, assim como, a instituições financeiras, objetivando aquisição de linhas de crédito, captação de investimentos, além de poder orientar os colaboradores a trabalharem alinhados com a missão da organização (CLEMENTE, 2004)

Dolabela (2008) ressalta três principais razões para que os empreendedores elaborem um plano de negócios simplificado, a primeira razão está na redução dos riscos do negócio, uma vez que sua elaboração possibilita ao empreendedor analisar a viabilidade do seu projeto perante diversos aspectos, a segunda pode ser entendida como a melhora na comunicação empresarial, e a terceira nas oportunidades de elementos relevantes para o exercício da liderança, por meio da fundamentação das metas, e da visão de futuro da empresa. Contudo o plano pode ser elaborado antes da execução do projeto empresarial, como também, quando for verificada a necessidade de reestruturação e avaliação dos processos de uma organização que esteja em atividade, possibilitando desta forma a verificação da necessidade de novos processos e investimentos (LACRUZ, 2008).

Dornelas (2008) afirma que não existe uma estrutura rigorosa para se escrever um plano de negócios simplificado, uma vez que cada empreendimento possui a sua particularidade, podendo haver apenas algumas semelhanças entre os negócios.

O plano de negócios sintetizado embora possa conter algumas particularidades distintas no que se refere à estrutura documental, deve ser composto pelo menos com um sumário executivo, com uma descrição do negócio, com uma análise do mercado, com um plano de marketing, com uma análise estratégica, com a descrição dos produtos e serviços, e com um plano financeiro (SANTOS; SILVA, 2012; BERNARDI, 2009; CHIAVENATO, 2012; SEBRAE, 2013b; DOLABELA, 2008).

No sumário executivo o ramo de atividade da empresa, e a caracterização do negócio são efetuados de uma forma bem sucinta, uma vez que no item de descrição do negócio haverá uma descrição do empreendimento de uma forma mais detalhada, abordando geralmente os seguintes aspectos: classificação empresarial, objeto social, composição do capital social,

atividades empresariais, responsáveis pelas áreas funcionais, missão, visão e valores do negócio (OLIVEIRA, 2013).

As empresas que já estão em atividade quando elaboram um plano do empreendimento também devem descrever a sua evolução financeira ao longo dos últimos anos, a razão social e o montante de impostos pagos, para que seja possível comparar os cenários projetados com os realizados em períodos anteriores (BERNARDI, 2009).

A descrição dos empreendimentos deve ser composta por dados dos empreendedores, constando a experiência profissional e atribuições no negócio, dados do empreendimento, definição da missão da empresa, caracterização dos setores de atividade, descrição da forma jurídica, enquadramento tributário, composição do capital social, e as fontes de recursos empregados no negócio (SEBRAE, 2013). Para Dornelas (2008), a existência da organização e a necessidade de capitalização do empreendimento, contendo as previsões para a aplicação dos recursos, natureza dos serviços, forma de execução, organograma, funcionograma, infraestrutura e os seus diferenciais, devem ser evidenciados no plano de negócios simplificado no item de descrição do negócio.

Posteriormente à descrição do empreendimento, é importante que seja realizada uma avaliação de mercado consumidor, a fim de ser possível definir o público alvo, produtos e serviços a serem ofertados, estratégias mercadológicas e os principais concorrentes (BERNARDI, 2009).

A análise de mercado pode ser considerada uma das fases mais importantes do plano de negócios simplificado, pois caso não exista clientes para adquirir os produtos e soluções que atendam aos seus anseios e desejos, ou até mesmo um dimensionamento equivocado, isso poderá comprometer a existência da empresa (SEBRAE, 2013).

Segundo Dornelas (2008), a análise de mercado contribui diretamente para a definição das estratégias, e dos métodos de abordagem mais adequados para o empreendimento atingir seu público consumidor, possibilitando à empresa se destacar junto aos seus concorrentes, e agregar valor aos seus produtos e serviços. E, desta forma, Lacruz (2008) descreve que os produtos e serviços devem ser apresentados e descritos evidenciando as vantagens, e benefícios que os mesmos poderão proporcionar aos seus consumidores.

As empresas devem ofertar para o mercado consumidor produtos e serviços que estejam de acordo com expectativas e necessidades dos seus clientes, sendo inovadoras e estando em conformidade com as metas e diretrizes institucionais (SEBRAE, 2013). Ainda é destacado ser importante que as organizações projetem sua capacidade de produção e atendimento, para que

seja possível diminuir a ociosidade e os desperdícios, podendo até reduzir desta forma os possíveis impactos negativos nas finanças do negócio.

O plano financeiro do empreendimento tende a demonstrar em números toda a situação do negócio, apresentando as ações planejadas por intermédio de projeções, contendo a descrição dos investimentos em obras civis, instalações, equipamentos, custos fixos, custos com mão de obra, comissões, despesas com vendas e matéria-prima, depreciações, além da previsão de faturamento e carga tributária, entre outros (DORNELAS, 2008).

Gitman (2010) afirma que o empreendedor consegue apurar o montante de recursos financeiros necessários para a implantação do empreendimento por intermédio do plano financeiro, sendo também possível comparar o investimento que se pretende realizar com alternativas existentes no mercado financeiro.

O plano de negócios simplificado tende a demonstrar a necessidade de capital do empreendimento, bem como a rentabilidade, o ponto de equilíbrio das vendas e a viabilidade do projeto (DOLABELA, 2008). Os gestores das empresas de maneira em geral utilizam o plano de negócios para detectar situações que não estão atendendo aos objetivos institucionais, diante disso, o plano de negócios simplificado passa a ser uma ferramenta preventiva e corretiva de circunstâncias esperadas ou não, como também poderá ser um instrumento de avaliação dos resultados obtidos, aferindo o desempenho do negócio e projetando cenários futuros (BERNARDI, 2009).

Santos e Silva (2012) afirmam que no Brasil poucas MPE utilizam o plano de negócios como ferramenta de gestão, sendo que nos Estados Unidos e na Europa a utilização dessa metodologia gerencial é comum entre os empresários de todas as categorias empresariais.

O plano de negócios de uma MPE deve ser simplificado e a aplicação do mesmo precisa ser direta (CECCONELLO; AJZENTAL, 2008). Contudo, os autores ressaltam que no caso das empresas de grande porte, o plano de negócios necessita de informações gerenciais e detalhadas. O plano de negócios simplificado descreve o projeto de forma sintetizada demonstrando os riscos e benefícios do empreendimento, seu uso e emprego podem aumentar nas MPE, a partir do momento que os empreendedores entenderem que a utilização do plano de negócios simplificado é uma ferramenta de gestão que contribui para a continuidade da empresa (CANTELLI; JUNIOR, 2008).

Desta forma, o plano de negócios simplificado pode ser entendido como uma ferramenta gerencial importante para as MPE, uma vez que na maioria dos casos essas empresas são constituídas sem nenhum planejamento, simplesmente nascidas pela vontade do empreendedor,

que em muitas vezes não tem conhecimento de ferramentas gerenciais que possam contribuir para o gerenciamento e consolidação dessas empresas no mercado (SEBRAE, 2013).

Importante ressaltar que no empreendedorismo, ao propor a abertura de um novo negócio, há necessidade do uso de habilidades que enfatizam o planejamento e a capacidade de usar todo o conhecimento teórico como ferramenta para resolver problemas. Assim, durante a formação do microempreendedor é essencial aproximá-lo tanto quanto possível dos desafios que existem na prática, em situações reais. (SEBRAE, 2013).

Para contornar essa necessidade, existem várias formas de ensino de empreendedorismo, como seminários, resumo de leituras, exposições e discussões de conteúdo, entre outras. Algumas formas procuram a imitação da realidade, como por exemplo, o uso de estudos de casos que refletem problemas empresariais reais, se possível, trabalhar ou estagiar em empresas já consolidadas atuando no mesmo ramo pretendido, e buscar por artigos acadêmicos relacionados ao tema. (DORNELAS, 2008).

Os empreendedores, ao iniciarem um projeto de investimento, necessitam de informações que subsidiem suas decisões, isso porque, uma vez definido os valores e fontes de financiamento seguido da alternativa de investimento, e havendo desistência, prejuízos serão inevitáveis, daí a importância de compreensão do tema. De acordo com Biagio (2012, p.3), empreendedorismo significa:

[...] executar, pôr em prática ou levar adiante uma ideia, com a intenção de atingir objetivos e resultados. Definindo tecnicamente, empreendedorismo é a área do conhecimento dedicada a estudar os processos de idealização de empreendimentos, destacando tanto o valor de uma ideia como a sua capacidade de agregar valor ao que já existe (produto e processo).

4.4.1 Viabilidade econômico-financeira e gestão do plano financeiro.

Já o estudo de viabilidade econômico-financeira é a parte final do planejamento de um negócio, sendo esta a fase de avaliação do projeto, explica Molinari (2014). Encaixam-se nessa fase diversos tipos de projetos, tais como: expansão de uma empresa, abertura de novos negócios, criação de um novo bem ou serviço, investimento para compra de máquinas e equipamentos (ASSAF NETO, 2008).

Assaf Neto e Lima (2009) corroboram ainda a mesma ideia, afirmando que em toda decisão de investimento, exige-se que o empreendedor elabore, avalie e selecione as propostas de aplicação de capital com o objetivo de mensurar os resultados de caixa derivados da proposta de investimentos e avaliar sua atratividade econômica pela comparação com o custo do dinheiro.

De acordo com Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2013), o plano financeiro deve determinar o total de recursos a ser investido para que a empresa comece a funcionar. Onde o investimento total é formado pelos: investimentos fixos, capital de giro e investimentos pré-operacionais.

Para Dornelas (2001), o plano financeiro deve refletir em números tudo o que foi escrito nas outras seções do plano, incluindo investimentos, gastos com marketing, despesas com vendas, gastos com pessoal, custos fixos e variáveis, projeção de vendas, análises de rentabilidade do negócio, entre outros.

Os principais demonstrativos a serem apresentados em um plano de negócios são: Balanço Patrimonial, Demonstrativo de Resultados e Demonstrativo de Fluxo de Caixa, a recomendação é de que todos sejam projetados com um horizonte mínimo de 36 meses. No caso do fluxo de caixa, o detalhamento deverá ser mensal.

Por meio desses demonstrativos, é possível efetuar uma análise de viabilidade do negócio e o retorno financeiro proporcionado. Para essas análises, geralmente se usam os seguintes métodos: análise do ponto de equilíbrio, prazo de payback, TIR (Taxa Interna de Retorno) e VPL (Valor Presente Líquido). (DORNELAS, 2001, p.162).

Diante dessas proposições e de acordo com as técnicas de gestão de negócio defendidas por diversos autores da área, é notório e indispensável a elaboração de um bom planejamento e gerenciamento das despesas e receitas decorrentes da atividade empresarial, utilizando técnicas que permitam avaliar os custos e a rentabilidade do empreendimento; seja de micro, pequena, média ou grande porte (DORNELAS, 2001).

Um questionamento comum no ambiente de negócios é o porquê algumas empresas permanecem por muito tempo no mercado e outras não conseguem sobreviver. Certamente a resposta é muita ampla e depende de diversos fatores, como porte da empresa, segmento, localização geográfica, grau de inovação, dentre outros (SEBRAE, 2013).

Frezatti (2008) salienta que diversas são as técnicas que podem ser usadas para determinar a viabilidade econômica de um projeto de investimento, desde os mais simples até alguns demasiadamente sofisticados. O objetivo de todos eles é um só: auxiliar na tomada de decisão de investir ou não no projeto.

Contudo, apesar de sua importância, Ferreira (2009) salienta que a sua elaboração exige o conhecimento de uma diversidade de conceitos técnicos e a aplicação de métodos de análise de engenharia econômica que estão fora do alcance de muitos empreendedores, seja por razões de tempo ou mesmo de conhecimento técnico do assunto. Circunstâncias externas também devem ser consideradas.

Trazendo um exemplo recente, podemos citar: a pandemia causada pelo Coronavírus ou COVID-19; as oscilações de humor dos mercados econômicos; políticas econômicas que resultam no enfraquecimento da economia e suas moedas; alta nos preços dos combustíveis, afetando toda uma cadeia de produtiva, etc.

Analisando-se pelo critério do porte, percebe-se que as microempresas são as mais afetadas no quesito mortalidade. Para as empresas que iniciaram suas atividades em 2012, por exemplo, 45% delas não conseguiram romper o segundo ano de existência. Tomando como base os setores em que as empresas estão inseridas, percebe-se que o setor mais afetado pela mortalidade dos negócios é o de serviços, seguido pelo de construção civil (SEBRAE 2012).

Motivos? Além da falta de planejamento, para Cezarino e Campomar (2006), as MPE possuem como característica a baixa qualidade gerencial, gestão informal, número excessivo de colaboradores com laços familiares, ausência de processos e controles gerenciais, desconhecimento do mercado, dificuldade de tomada de decisão e avaliação de riscos.

Durante a busca pela independência financeira e da realização de ser dono do seu próprio negócio, os empreendedores têm estruturado suas empresas sem o conhecimento necessário sobre gestão, ou até mesmo sem planejar o empreendimento (DUTRA; PREVIDELLI, 2010). Em muitos casos, os gestores das MPE possuem conhecimento técnico e operacional do negócio, porém, na maioria das vezes, não possuem formação e conhecimento de gestão, deixando a área administrativa desestruturada e vulnerável (OLIVEIRA, 2010). Contudo, o autor ainda afirma que existe falta de utilização, por parte dos proprietários das MPE, de instrumentos e técnicas gerenciais que os auxiliem no processo de tomada de decisão.

Nas MPE brasileiras, o processo decisório costuma ser complexo, devendo os gestores estar atentos para tomarem ações que possibilitem a conquista de um espaço no mercado, não só para evitar o fechamento das organizações, como também para desenvolver e projetar crescimentos (OLIVEIRA; SIMONETTI, 2010).

O estudo sobre a sobrevivência das MPE no Brasil realizado pelo SEBRAE (2013) constatou que 24,4% dessas empresas encerram o seu ciclo de funcionamento em até dois anos após iniciarem suas atividades, sendo creditada grande parcela deste insucesso à falta de planejamento e à deficiência na gestão.

A falta de planejamento e a falta de visão na aplicação dos lucros no próprio negócio, aliado a ausência de capital de giro e a capacidade de liderança dos gestores, podem ser consideradas como os principais fatores que contribuem para o insucesso das MPE brasileiras (NASCIMENTO et al., 2013).

4.4.2 Falência das empresas: Causas e consequências

Na prática, falência é o processo pelo qual uma empresa fecha as portas devido a problemas financeiros, ou seja, quando não há mais recursos para pagar as dívidas.

Outra situação possível é a concordata, pois falência e concordata são estágios de uma empresa em crise. Embora sejam estágios distintos, eles estão conectados. A falência representa o fim da empresa quando não há chances de recuperação. Já a concordata trata-se de uma empresa em crise, mas que ainda há uma possibilidade de reabilitação adotando-se diversos recursos como: acordo com clientes e fornecedores, empréstimos, pedido de recuperação judicial, etc.

Segundo Chiavenato (2012), o fechamento prematuro das novas empresas pode ser entendido como alto, devido aos grandes riscos a que essas empresas estão submetidas e também aos constantes perigos do mercado. Neste contexto, o autor ainda aponta algumas prováveis causas para tal insucesso.

Quadro 5. Circunstâncias comuns de falhas nas Empresas.

| FALHAS | CONSEQUÊNCIAS |
|----------------------------|--|
| Inexperiência - 72% | Incompetência do empreendedor; Falta de experiência de campo; Falta de experiência profissional; Experiência desequilibrada. |
| Fatores econômicos - 20% | Lucros insuficientes; Juros elevados; Perda de mercado. Mercado consumidor restrito; Nenhuma viabilidade futura. |
| Vendas insuficientes - 11% | Fraca competitividade; Recessão econômica; Vendas insuficientes; Dificuldade de estoques. |
| Despesas excessivas - 8% | Dívidas e cargas demasiadas; Despesas operacionais. |
| Outras causas - 3% | Negligência; Capital insuficiente; Clientes insatisfeitos; Fraudes; Ativos insuficientes. |

Fonte: Adaptado de Chiavenato, 2012.

A falta de formação dos empresários na área de gestão, assim como, a ausência de utilização de ferramentas gerenciais que auxiliem no processo de tomada de decisão, também são fatores que podem ser apontados como responsáveis pelo fechamento das MPE brasileiras (SANTOS; SILVA, 2012).

Estudos apontam que a partir da década de 90 (1990), área acadêmica vem crescendo significativamente, representando uma importante vertente para o turismo, ou seja uma expansão expressiva de cursos (técnicos, tecnológicos e bacharelados), com importante

participação dos IFEs - Institutos Federais de Ensino. Neste contexto, Panosso Netto (2012) destaca que o segmento de cursos voltados para o turismo foi o que mais cresceu no Brasil, conforme o quadro a seguir:

Quadro 6 - Número de cursos de ensino superior no Brasil (graduação).

| SEGUIMENTO | 1991 | 2012 | Crescimento |
|-----------------------|-------------|-------------|--------------------|
| Turismo | 28 | 396 | 1.314% |
| Comunicação social | 82 | 478 | 482% |
| Engenharias | 149 | 809 | 443% |
| Fisioterapia | 48 | 255 | 431% |
| Ciência da computação | 59 | 272 | 631% |
| Matemática | 118 | 539 | 356% |
| Ciências biológicas | 92 | 411 | 346% |
| Administração | 333 | 1.413 | 324% |
| Farmácia | 49 | 187 | 281% |

Fonte: Adaptado de PANOSSO NETTO (2012, p 199).

Mesmo com o crescimento apontado, muitos dos empreendedores não possui experiências ou estudos voltados para a área de gestão de negócios, colocando em cheque a qualidade na prestação de seus serviços e/ou produtos, comprometendo a sobrevivência de seu empreendimento.

Campos (2004) afirma que os problemas de baixa qualidade dos produtos e serviços, reclamações dos clientes, custo elevado que impossibilitam preços competitivos, demora na entrega de produtos e na prestação de serviços, insatisfação dos colaboradores e número elevado de acidentes, representam uma disfunção empresarial, que nem sempre são reconhecidas pelos gestores das empresas.

As atividades gerenciais, isto é, o método de gestão que envolve planejamento, controle, direção e resultados, também são indicados como fatores responsáveis pelo insucesso das MPE, seguidos pela falta de formação em gestão e a inexperiência dos empresários na condução dos negócios (PADOVEZE; DE BENEDICTO, 2013; MONTEIRO; BARBOSA, 2011; FIORIN; DE MELLO; MACHADO, 2011; DA COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011). A ausência de métodos e procedimentos de controle dificulta a gestão estratégica das MPE brasileiras. O

sucesso empresarial e a comercialização dos produtos e serviços ficam comprometidos devido à ineficiência na gestão (VIEIRA, 2002)

A prolongação do ciclo de vida das MPE brasileiras está ligada à capacidade empreendedora do gestor, à logística operacional e às habilidades gerenciais (DUTRA; PREVIDELLI, 2010).

Neste contexto, Chiavenato (2012) aponta que os empresários devem ter aptidão para identificar as oportunidades em meios conturbados, além de um planejamento alicerçado em um diagnóstico consistente que possa embasar a continuação do negócio.

O diagnóstico empresarial pode ser considerado uma ferramenta gerencial que indica características do negócio, contudo, não deve ser utilizado somente por empresas que estejam enfrentando problemas, mas por todas que desejam corrigir suas falhas, alcançar e melhorar resultados, além de terem maiores chances de se manterem competitivas no mercado (CAMPOS, 2004; DORNELAS, 2008; KOTLER, 2006; CHIAVENATO, 2012).

Silva (2010) afirma que a análise empresarial pode demonstrar a condição da empresa em um determinado momento e indicar métodos adequados para reduzir os impactos de uma possível crise. Com esta visão, podem-se verificar processos, controles e problemas que surgem, tendo desta forma maiores elementos para tomada de decisão.

O diagnóstico admite uma visão geral da empresa ou de uma dificuldade específica, resultando em mais conhecimento que pode auxiliar na superação de problemas, como também em investimentos que gerem rentabilidade para o empreendimento (ROSA, 2001). Por meio desta ferramenta, é possível constatar a existência de problemas ou disfunções que podem influenciar os resultados das empresas, bem como, assinalar ações interventivas que colaborem com a solvência desses problemas e possíveis disfunções empresariais

Para Silva (2010), antes das empresas tomarem as medidas necessárias para resolverem as suas dificuldades, como por exemplo, altos custos operacionais, falta de qualidade dos produtos e serviços, insatisfação dos colaboradores, depreciação acentuada, baixa liquidez, entre outros problemas, cabe analisar por meio de um diagnóstico empresarial as razões que geraram tais problemas.

Azevedo (2002) destaca que os gestores das MPE brasileiras têm dificuldade para distinguir as causas dos seus problemas e avaliar as consequências dos seus efeitos. O autor ainda afirma que o diagnóstico empresarial auxilia na resolução da maior parte dos problemas das MPE, devido às técnicas de identificação e solução de problemas permitirem aos gestores acompanhar suas atividades, facilitando mudanças estruturais e estratégicas na empresa, sempre que estas se fizerem necessárias.

Sendo uma ferramenta gerencial, o diagnóstico pode ser visto como uma técnica para obtenção e verificação de dados gerenciais, por meio de questionários e elementos qualitativos e quantitativos, das circunstâncias que limitam a produção, performance da gestão e capacidade do negócio.

Cury (2005) destaca que o diagnóstico empresarial possui diversas aplicações e pode ser utilizado pelas MPE e empresas de médio e grande porte, objetivando atender a múltiplos interesses, como por exemplo:

- a) Reorganizações estruturais;
- b) Identificação e planejamento de soluções para os problemas de conflitos organizacionais;
- c) Implantação de novas técnicas gerenciais e operacionais;
- d) Levantamento das necessidades de capacitação e qualificação;
- e) Elaboração ou revisão de instrumentos normativos como manuais, normas, instruções e rotinas;
- f) Planejamento e revisão do quadro de colaboradores.

Ao utilizar o diagnóstico empresarial na gestão do negócio, espera-se alcançar resultados que possam contribuir com o desenvolvimento empresarial. Tais resultados devem assinalar problemas, desvios ou falta de desempenho, causas prováveis e consequências futuras (BERTI, 2012)

Neste contexto, o diagnóstico empresarial pode auxiliar as empresas na verificação e alinhamento estratégico da organização, com os recursos existentes, indicando possíveis fatores críticos de sucesso relacionados à tecnologia, processo produtivo, recursos humanos, organização, serviços, produtos, distribuição, assistência técnica, localização, marketing, dentre outros detectados segundo cada realidade, que podem colocar em risco a continuidade da empresa. (SILVA, 2010).

No Brasil, as MPE estão presentes em 99% dos negócios e em 2011 geraram 15,6 milhões de empregos formais (SEBRAE; DIEESE, 2012). Além disso, 59% do pessoal ocupado no mercado têm empregabilidade nesse segmento (FERREIRA et al., 2012), ressaltando a importância de mantê-las 'vivas', e a representatividade que estas empresas possuem na economia brasileira.

Por certo, esses dados refletem a ausência, ou a ineficiência de planejamento de negócios adequado. Em um mercado onde o risco é real, estudos e análises de viabilidade econômica e

financeira tornam-se vital para manter uma empresa viva no mercado em que atua. Vale destacar também a importância de ferramentas tecnológicas para o planejamento empresarial.

Há tempos deixamos de usar as máquinas de datilografias, devido aos acelerados processos de mudanças, principalmente no que diz respeito aos avanços da tecnologia atrelado a era da informação, a utilização de sistemas de informação é fator preponderante na tomada de decisão.

Um desenvolvimento gerencial minimamente aceitável pressupõe, na grande maioria dos negócios, a existência de computadores e programas (*softwares*) para obtenção de tomadas de decisão de forma ágil e segura. Por meio das entregas, como relatórios contendo cálculos, gráficos, planilhas, etc., o empreendedor/investidor poderá ter uma visão mais abrangente do negócio, o que facilita a tomada de decisões estratégicas e a correção de rumos a serem tomados ainda na fase de planejamento, mitigando ainda mais a possibilidade de fracasso.

4.5 Expectativas sobre o mercado do turismo

No segmento do turismo, há um futuro próspero considerando um cenário de pós-pandemia. As demandas são crescentes, e com elas, as oportunidades, uma vez que a atividade turística internacional vem apresentando ampla recuperação e já atinge números próximos aos registrados antes da pandemia de Covid-19. O mais recente Barômetro Mundial do Turismo, divulgado pela Organização Mundial do Turismo (OMT), apontam que as chegadas de turistas internacionais em viagens por todo o mundo quase triplicaram de janeiro a julho de 2022 (172% maior) em relação ao mesmo período de 2021. O número é 57% dos níveis pré-pandemia.

Especialistas da OMT indicam que quase 70% dos envolvidos nos estudos sobre economia e o mercado do turismo esperam um melhor desempenho no período que compreende maio até agosto de 2023, ganhando força no PIB global com recuperação pós pandemia

A estimativa é de que 474 milhões de turistas internacionais tenham viajado nos sete primeiros meses deste ano, número bem superior aos 175 milhões computados nos mesmos meses de 2021. Só entre junho e julho foram 207 milhões de chegadas, 44% do total registrado de janeiro a julho de 2022 e mais do que o dobro registrado no mesmo período do ano passado. (Ministério do Turismo. gov.br, 2022).

Segundo a OMT, a recuperação constante é reflexo da forte demanda reprimida por viagens, lazer, entretenimento, bem como da flexibilização das restrições de viagem.

Em sua obra *Análise Estrutural do Turismo*, BENI traz a análise do setor turístico brasileiro e representa uma contribuição que favorece aos profissionais que trabalham no setor, haja vista a necessidade de estudos científicos que auxiliem o desenvolvimento dessa área a

partir da relação teoria e prática. Nesse sentido, é válido esclarecer que para Beni (1998, p. 37) o turismo é “um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica.” Ainda,

Que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transportes e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional, e de expansão de negócios.

Tal demanda é feita por meio de roteiros interativos espontâneos ou dirigidos, contemplando aquisições de bens e serviços da oferta original e diferencial das atrações e dos equipamentos a ela agregados em mercados globais com produtos de qualidade e competitivos. (BENI, 1998).

No caso das MPE, a complexidade da decisão é maior, porque um equívoco pode levar ao fechamento destas empresas (OLIVEIRA; SIMONETTI, 2010). As decisões normalmente envolvem riscos, e com isso, a falta de utilização de ferramentas gerenciais pode impactar negativamente na gestão.

Cunha e Soares (2011) destacam que a falta de planejamento pode ser considerada como o principal problema que tem levado as MPE brasileiras a fecharem as portas. Logo, o emprego de uma ferramenta de gestão que possa interagir com mercado e ao mesmo tempo permitir a empresa ser mais competitiva, pode direcioná-la a obter melhores resultados.

Devido ao dinamismo, e ao conjunto de informações existentes em um plano de negócios simplificado, o mesmo poderá auxiliar os empresários na resolução de problemas de gestão (CANTELLI; JÚNIOR, 2008), sendo esta uma das propostas do projeto PLANETOUR.

Como visto, apropriar-se das oportunidades exige preparação, uso das tecnologias corretas e amplo conhecimento sobre o mercado de atuação, que somados a um bom plano de negócios certamente resultarão em maiores chances de sucesso.

Portanto, quando há um crescimento no turismo, os impactos positivos chegam a todos. Para grandes e pequenos empresários, para cada atrativo, para cada destino que recebe os turistas, para cada empreendimento, independentemente do porte da empresa.

4.6 Economia Criativa

Em tempos de transformação digital, muito tem se falado sobre a economia criativa. No entanto, sua definição muitas vezes não é bem conhecida. Apesar de ser comumente associada apenas às invenções tecnológicas, o uso da criatividade na economia é muito mais abrangente.

O desenvolvimento criativo está presente em diversas áreas, tanto nos setores culturais quanto nas indústrias, sendo responsável pela geração de milhões de empregos. Também incluem todas as atividades que contribuem para a produção, venda, desempenho, distribuição de obras protegidas (UNCTAD, 2010).

Nesse contexto, no turismo, a criatividade não se restringe somente à atividade econômica, pois ela está presente na prestação de serviços e na oferta de produtos, estando em constante transformação, (se reinventado) e oferecendo atrativos cada vez mais específicos, procurando atender aos mais diferenciados perfis de sua clientela.

Economia criativa é um conceito amplo que pode ser resumido como a utilização da criatividade humana nos processos de desenvolvimento de produtos ou serviços. Segundo Costa e Santos (2011), a economia criativa, está fundamentada em várias dimensões baseadas na concepção individual das ideias geradas, podendo articular-se com diferentes áreas criativas desde científica, tecnológica, cultural e econômica.

Machado (2012), afirma que o homem finalmente se deu conta da relevância da criatividade para aprimorar seu próprio conhecimento. Historicamente, o potencial de imaginação é componente indispensável para a trajetória do ser humano, em seus aspectos coletivos e individuais.

Das pinturas rupestres até os softwares de Inteligência Artificial, a criatividade está ancorada na proposta de novos olhares para a realidade e seus problemas. No entanto, estamos falando de setores que abrangem mais do que o capital intelectual em si, envolvendo também todas as áreas de suporte. Machado, (2012).

As atividades consideradas criativas estão ligadas não somente às manifestações artísticas, mas também à toda rede de indústrias, mídia e tecnologia por trás das inovações. No universo do empreendedorismo, o uso da Tecnologia da Informação emerge como apoio a estratégia para ganhar vantagens competitivas sustentáveis.

As organizações utilizam as informações sobre os clientes, fornecedores, situação contábil, tributação, políticas de preços, entre outras que servirão de subsídio para constantes atualizações do plano de negócio aliando-os aos seus produtos.

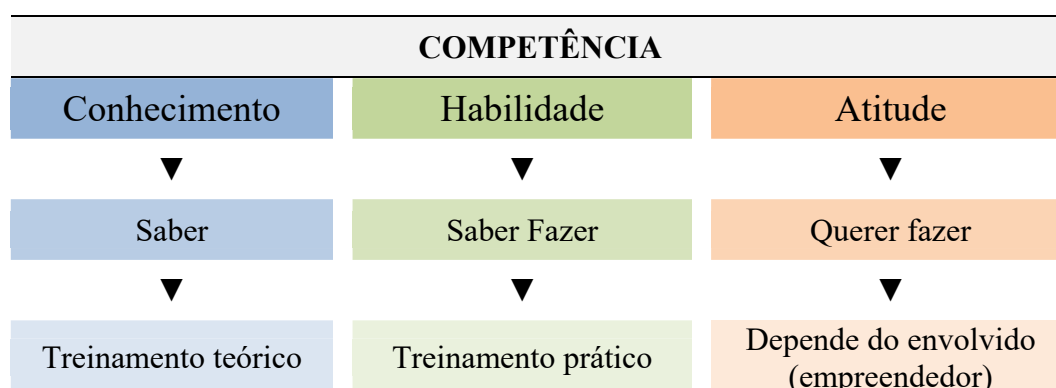
Segundo Porter (2006) a utilização efetiva da Tecnologia da Informação está diretamente ligada à sobrevivência e a estratégia competitiva das organizações. Torquato e Silva (2000), ao esclarecerem a ligação entre tecnologia e estratégia, afirmam que, na criação e renovação de vantagens competitivas, fatores necessários à sobrevivência das empresas, a tecnologia surge como um elemento-chave na busca de peculiaridades que as distingam favoravelmente de seus concorrentes.

Para que as organizações se mantenham competitivas em ambientes caracterizados por constantes mudanças, elas precisam acompanhar eventos e tendências significativas que estão ocorrendo no ambiente externo e criatividade para superar obstáculos provocados pelas constantes transformações no mercado, em especial, no turismo. Esta necessidade pode implicar um estudo para monitoração ambiental (BARBOSA, 1997).

O que a criatividade tem a ver com a economia criativa?

Competências: C+H+A

Quadro 7. Competências essenciais na economia criativa.



Fonte: Adaptado de www.gestor.turismo.gov.br/unidade/194/atividade/Tjy1dbITCXY. (2022)

Uma sociedade que valoriza e estimula a criatividade certamente conta com diversos benefícios. Além da evidente vantagem do enriquecimento cultural, a economia criativa assegura melhor qualidade de vida aos indivíduos. Afinal, tanto o entretenimento quanto a produção de soluções tecnológicas tendem a aumentar o grau de conforto na vida das pessoas.

A constante geração de conhecimento promovida pelas inovações criativas permite acesso a novos mercados, criando uma economia mais abrangente e diversificada. Neste contexto, o empreendedor brasileiro, em especial o nordestino é beneficiado pela natural capacidade de ser criativo, sabendo usufruir deste dom, poderá converter em inúmeras possibilidades financeiras.

A geração de renda vinda das atividades criativas é um excelente atrativo para a abertura de micro empreendimentos individuais (MEI), que formalizam o trabalhador e garantem acesso a benefícios previdenciários. Desta forma, milhões de empregos podem ser gerados a partir do grande leque de atividades envolvendo imaginação, como artesanato, música, cinema e toda a infraestrutura ao redor destas áreas.

5 METODOLOGIA

O PLANETOUR foi idealizado e desenvolvido com o intuito de ser uma ferramenta tecnológica voltada para elaboração do estudo de viabilidade econômico-financeiro com foco nas MPEs da cadeia produtiva do turismo.

Existem duas formas de se abordar uma pesquisa: qualitativa ou quantitativa. Uma forma de diferenciar estes dois tipos de pesquisa é que a primeira lida com a interpretação das realidades sociais e a segunda lida com números, utilizando modelos com fórmulas matemática, estatísticas, etc., para explicar os dados e obter resultados. Refere-se também a um estudo dedutivo e de uma pesquisa aplicada. Dedutivo, pois parte de uma teoria ou hipótese geral, usando como eixo principal, teorias econômicas para guiar o desenvolvimento do sistema e, em seguida, testá-los na prática, coletando dados para aferir ou confirmar essa teoria; e pesquisa aplicada, pois visa resolver um problema específico ou fornecer informações, mediante a correta utilização das ferramentas para criar estudos de viabilidade econômica resolver um desafio real.

Por ser baseada em estatísticas, números, métricas e cálculos matemáticos, o projeto de pesquisa utilizou o método quantitativo, assim como lançou mão da pesquisa qualitativa, por conter caráter subjetivo, ideias e experiências individuais dos participantes a fim de proporcionar melhor visão e compreensão do contexto do problema.

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica e uma revisão de literatura visando compreender diferentes formas de contribuições científicas sobre os temas e fenômenos abordados neste trabalho. Ademais, a pesquisa caracteriza-se pela sua natureza construindo um arcabouço, composto principalmente por livros, artigos científicos e complementada por textos acadêmicos extraídos de publicações como periódicos e sites de universidades nacionais e internacionais. Para Lakatos e Marconi (2001, p. 183):

[...] abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema estudado, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, materiais cartográficos, etc. [...] e sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto.

Métodos e fórmulas são utilizados nos diversos sistemas para avaliação de viabilidade econômico-financeira, dentre elas, destacamos e implementamos no PLANETUR Versão 1.0 as que consideramos indispensáveis para tomadas de decisão, como:

Taxa Interna de Retorno (TIR). Aplicando-se a fórmula, retorna uma sequência de fluxos de caixa representada pelos números em valores. Estes fluxos de caixa não precisam ser iguais

como no caso de uma anuidade. Entretanto, os fluxos de caixa devem ser feitos em intervalos regulares, como mensalmente ou anualmente. A TIR é a taxa de juros recebida para um investimento que consiste em pagamentos (valores negativos) e receitas (valores positivos) que ocorrem em períodos regulares. Sintaxe: TIR(valores, [suposição])

A sintaxe da função TIR tem os seguintes argumentos:

- a) Valores Obrigatórios. Uma matriz ou uma referência a células que contêm números cuja taxa interna de retorno se deseja calcular.
- b) Valores devem conter pelo menos um valor positivo e um negativo para calcular a taxa interna de retorno.
- c) TIR usa a ordem de valores para interpretar a ordem de fluxos de caixa. Certifique-se de inserir os valores de pagamentos e rendas na sequência desejada.
- d) Se uma matriz ou argumento de referência contiver texto, valores lógicos ou células em branco, estes valores serão ignorados.
- e) Estimativa Obrigatória. Um número que se estima ser próximo do resultado de TIR.

Taxa Mínima de Atratividade (TMA). A Taxa de Desconto do VPL (Valor Presente Líquido) ou TMA é a taxa de rendimento que indica o mínimo que um investidor aceitaria ganhar quando faz um investimento.

No Brasil, muitas pessoas utilizam, por exemplo, o rendimento (juros) da poupança como sua taxa mínima de atratividade, ou seja, ao fazerem investimentos as pessoas "comparam" a taxa de juros destes investimentos com a taxa de juros da poupança. Outras taxas mais elevadas também são utilizadas como referência, como o IPCA (inflação) ou o CDI (certificado de depósito interbancário).

Assim, a TMA é uma "escolha pessoal", onde cada cliente pode ter em mente um valor de taxa de rendimento que considere como valor mínimo para investir.

Valor Presente Líquido (VPL). A função VPL calcula o atual de um investimento utilizando a taxa de desconto e uma série de futuros pagamentos (valores negativos) e receita (valores positivos). Sintaxe: VPL(taxa,valor1,[valor2],...)

A sintaxe da função VPL tem os seguintes argumentos:

- a) Taxa Obrigatório. A taxa de desconto sobre o intervalo de um período.
- b) Valor1; valor2; ... Valor1 é necessário, valores subsequentes são opcionais. Argumentos de 1 a X, que representam os pagamentos e a receita.
- c) Valor1; valor2;...devem ter o mesmo intervalo de tempo entre eles e ocorrer ao final de cada período.

Retorno do investimento (*PAYBACK*). Determina o período de tempo necessário para que a empresa recupere o valor inicialmente investido. Este método é utilizado pelas pequenas empresas, devido a sua facilidade de cálculo. Sua regra básica é a seguinte: quanto mais tempo a empresa precisar esperar para recuperar o investimento, maior a possibilidade de perda. Por outro lado, quanto menor for o período de *payback*, menor será a exposição da empresa aos riscos.

Para a realização dos cálculos, existem fórmulas específicas. Os conceitos básicos da matemática financeira são: capital, acréscimos, descontos, lucros, juros, taxa de juros e montante. As fórmulas matemáticas representam uma síntese do desenvolvimento de um raciocínio e são constituídas por números e letras. Conhecê-las é necessário para resolução de problemas e obtenção de resultados. Para os indicadores de viabilidade, as seguintes fórmulas são utilizadas nos algoritmos e no programa fonte do PLANETOUR:

Quadro 8- Fórmulas dos indicadores e critérios de avaliação.

| Indicador | Fórmula | Crítérios de avaliação |
|----------------|---|---|
| VPL | $VPL = \sum_{t=1}^n \frac{FC_t}{(1+i)^t}$ | VPL > 0 = viável; VPL < 0 = inviável; VPL = 0 = decisão cabe ao investidor. |
| | O Valor Presente Líquido (VPL) determina o valor presente de pagamentos futuros descontados a uma taxa de juros estipulada menos o custo do investimento inicial. | |
| TIR | $TIR = \sum_{i=1}^n \frac{FC_i}{(1+TIR)^i} - Invest. inicial = 0$ | TIR > TMA = viável; TIR < TMA =inviável |
| | A taxa interna de retorno (TIR), é uma taxa presumida que impõe ao total do fluxo de caixa um desconto, onde o resultado, faz com que tal valor seja igual ao investimento inicial. | |
| <i>PAYBACK</i> | $Payback = \frac{Investimento inicial}{ganhos do periodo}$ | Retorno abaixo do horizonte do projeto é viável. Retorno acima, inviável. |
| | <i>Payback</i> - determina com exatidão o ano, o mês e o dia, dentro do horizonte de tempo onde o status passa a ser positivo. | |

Fonte: elaboração própria, a partir da pesquisa bibliográfica.

O sistema utiliza ainda os seguintes indicadores contábeis como Ponto de equilíbrio (*Break Even Point*); Margem de segurança e margem de contribuição, conforme quadro de fórmulas a seguir:

Quadro 9 - Definições e fórmulas dos indicadores contábeis.

| Indicador | Fórmula | Definição/Aplicação: |
|------------------|--|---|
| PEC Qtd | $PECQ = \frac{CF}{PREÇO - CVUnit}$ | PECQ: Ponto de Equilíbrio Contábil medido em Qtd. Apresenta o ponto de equilíbrio em quantidade de produtos e/ou serviços a serem negociados. Também chamado de <i>break-even point</i> , ponto de ruptura, ou, ainda, ponto crítico, onde o lucro da empresa é zero, ou seja, é um indicador de segurança do negócio, pois mostra o quanto é necessário vender para que as receitas se igualem aos custos. Também indica em que momento, a partir das projeções de vendas do empreendedor, a empresa estará igualando suas receitas e seus custos. |
| PEC \$ | $PEC\$ = PREÇO \times PECQ$ | PEC\$, apresenta o Ponto de Equilíbrio Contábil em valores monetários. |
| PEC % | $PEC\% = \frac{PEC\$}{RECEITA} \times 100$ | PEC%, apresenta o Ponto de Equilíbrio Contábil na forma de porcentagem. |
| MS Qtd | $MSQ = QTD - PECQ$ | MSQ: É a Margem de Segurança em quantidade de produtos e/ou serviços que deve ser comercializados pela empresa para garantir a sustentabilidade do negócio. |
| MS \$ | $MS\$ = RECEITA - PEC\$$ | MS\$ ou MSR\$: É a Margem de Segurança em valores monetários para garantir a sobrevivência do negócio. |
| MS % | $MS\% = \frac{MS\$}{RECEITA} \times 100$ | MS%: É a Margem de Segurança apresentada na forma percentual. |
| MCUnit | $Preço_{(MC)} = \frac{CUnit}{100\% - MC\%} \times 100$ | MCUnit: Margem de Contribuição Unitária indica quanto cada produto ou serviço contribui para o pagamento de todos os gastos fixos da empresa. Logo, o cálculo é feito a partir da subtração entre o preço de venda unitário e os custos e despesas variáveis unitários. |
| MCTotal | $Preço_{(MKP)} = MCUnit \times QTD$ | MCTotal: Margem de Contribuição Total resulta na multiplicação da margem de contribuição unitária pela quantidade de produtos/serviços vendidos. |

Fonte: elaboração própria, a partir da pesquisa bibliográfica.

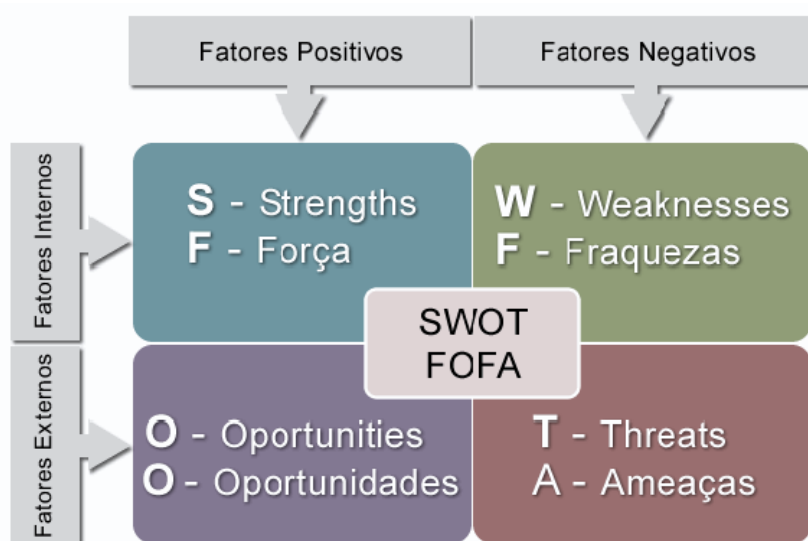
Exemplo: Se uma determinada empresa possui um ponto de equilíbrio de R\$ 7.000,00, mas o faturamento médio do último semestre chegou a R\$ 10.000,00, significa que a margem de segurança do negócio é de 30%; ou seja, há uma margem de segurança de até 30% no faturamento para que você reduza as receitas (no caso de precisar investir em maquinário ou contratações, por exemplo) ou mesmo para que se tenham recursos em momentos de crise.

Ao analisar a margem de segurança, o empreendedor pode tomar decisões de forma antecipada, sem sacrificar a lucratividade do negócio.

Outra importante funcionalidade incorporada ao software PLANETOUR é a matriz FOFA ou análise SWOT⁵ como ferramenta de gestão, com objetivo de analisar cenários de um projeto, de forma a direcionar melhor as ações antes de implementar algo novo ou ao realizar o planejamento estratégico.

De acordo com o SEBRAE (2019), a matriz FOFA serve para analisar os pontos fortes e fracos, e as oportunidades e ameaças de um negócio, possibilitando que o empreendedor elabore um plano de ação para reduzir os riscos e aumentar as chances de sucesso da empresa.

Figura 2. Matriz FOFA.



Fonte: Nomus Sistemas - ERP Industrial, 2021.

Vale destacar que é separada em análise interna e externa. Na interna, encontram-se as forças e as fraquezas, ou seja, os pontos positivos e negativos da empresa ou do projeto. Na externa, analisam-se as oportunidades e ameaças que o negócio pode encontrar, por meio de pesquisa de mercado, macroambiente político, econômico e social.

⁵ SWOT é a sigla formada pelas iniciais das palavras *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças).

5.1 Etapas para construção do sistema

Em relação à construção do sistema web PLANETOUR, as seguintes etapas de implementação foram seguidas:

- a) Planejamento para elaboração do Website e do Sistema PLANETOUR, onde será hospedado;
- b) Construção de escopo;
- c) Definição de requisitos;
- d) Construção de diagramas e entidades para o SGBD⁶;
- e) Protótipos e testagem utilizando planilhas eletrônicas;
- f) Algoritmos e construção do sistema (códigos fonte);
- g) Implantação (fases de teste e produção);
- h) Construção de web site utilizando o *Wordpress*; com o sistema PLANETOUR desenvolvido com *HTML, CSS, JavaScript e PHP*⁷, sendo este, o sistema de estudo de viabilidade econômico-financeira.
- i) Criação de *Startup/Spin Off*, inscrição e Registro de marca.

⁶ SGBD - Sistema gerenciador de banco de dados;

⁷ HTML, CSS, JavaScript e PHP - linguagens de programação open source, ou seja, de código aberto e conta com grande comunidade de pessoas desenvolvedoras.

6 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Ao elaborar o presente estudo, observou-se que não basta apenas o desejo para empreender, é preciso contar com conhecimento técnico e recursos específicos para elaboração de um bom plano de investimento, seja por meio das habilidades e conhecimentos do próprio empreendedor ou com auxílio de consultores e recursos tecnológicos disponíveis, como o proposto nesta pesquisa. O Planetour é composto por diversos indicadores econômicos e financeiros, que possibilitam construir um Plano de Negócios com sua devida avaliação de viabilidade.

6.1 Sistema PLANETOUR

Em sua versão 1.0, o PLANETOUR está hospedado no site www.planetour.com.br, onde qualquer usuário poderá se cadastrar e fazer uso do sistema. De maneira sucinta, apresentamos a seguir os principais elementos do website o do sistema PLANETOUR.

Simulamos um projeto de estudo de viabilidade econômica de uma Microempresa (ME) optante pelo simples nacional, e pertencente ao Trade turístico⁸, mais especificamente um empreendimento voltado à prestação de serviços de passeios turísticos no Estado de Sergipe, e que daremos o nome Fantasia de PPMTour - Turismo com responsabilidade socioambiental.

Figura 3 - Página inicial do sítio www.planetour.com.br



Fonte: Sistema Planetour. www.planetour.com.br.

⁸ O Trade Turístico é o conjunto de equipamentos da superestrutura constituintes do produto turístico.

Ao entrar no web site <http://planetour.com.br/>, o usuário tem contato com a página da PLANETOURL.

De início o objetivo é informar sobre o foco da empresa e do seu principal produto. O sistema PLANETOURL Versão 1.0, estará disponível gratuitamente para que os usuários possam realizar testes e enviar sugestões e contribuições de melhorias.

O novo usuário será convidado a fazer um breve cadastro com informações básicas, clicando no link cadastrar, sendo indispensável para que possa utilizar o sistema. As informações serão sigilosas e de acordo com as leis em vigor no país, sobretudo sobre a ótica da (LGPD⁹).

Figura 4 - Tela inicial do sistema PLANETOURL. (Adicionar novo usuário)

A imagem mostra duas telas de uma interface web. A tela da esquerda é o formulário de login, com o logo 'Sistema Planetour' no topo. Abaixo do logo, há um campo de entrada para 'CPF (Apenas números)' com o placeholder 'Digite seu CPF', um campo para 'Senha' com o placeholder 'Digite sua senha', e uma opção 'Lembre-me' com uma caixa de seleção vazia. Abaixo desses campos, há dois botões azuis: 'Entrar' e 'Cadastrar'. Abaixo dos botões, há um link azul 'Esqueci minha senha' e o copyright '© 2023 - Planetour'. A tela da direita é o formulário de 'Adicionar NOVO USUÁRIO'. Ela contém campos para 'CPF* (Apenas números)', 'Nome completo*', 'E-mail*', e 'Senha*'. Abaixo desses campos, há um menu suspenso para 'Formação acadêmica' com a opção 'Selecione sua formação' e um botão azul 'Cadastrar' no rodapé.

Fonte: Sistema Planetour, www.planetour.com.br.

Ao entrar no sistema, o menu na lateral esquerda será exibido, contendo todas as opções para elaboração passo a passo do plano de negócio e estudo de viabilidade econômico-financeira.

⁹ LGPD. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

Figura 5 - Tela inicial do sistema PLANETOUR. MENU com opções.



Fonte: Sistema Planetour, www.planetour.com.br.

Uma vez cadastrado, o usuário é convidado a informar o nome do empreendimento ao qual deseja realizar a simulação, inserir informações sobre sócios (se houver), em seguida, o valor total do investimento, e sobre os produtos e serviços que serão oferecidos.

Figura 6 - Simulação de dados do empreendimento.

A imagem mostra a tela de simulação de dados do empreendimento no sistema Planetour. A tela é dividida em duas partes principais: um menu lateral à esquerda e uma área de formulário principal à direita. O menu lateral contém os seguintes itens: 'Empreendimento' (destacado), 'Repartição societária', 'Investimentos', 'Receitas e custos', 'Indicadores', 'SWOT', 'Gerar relatório' e 'Atualizar senha'. A área de formulário principal contém o seguinte conteúdo: 'PLANETOUR: PLANOS DE NEGÓCIOS PARA EMPREENDIMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS', 'Nome do empreendimento' (campo de texto com o valor 'PPM TOUR - Turismo e Responsabilidade Sócio-ambiental. ME'), 'Nomes dos empreendedores' (campo de texto com o valor 'ADRIANO SILVA' e um botão 'Adicionar' ao lado), 'Remove' (botão), 'ANA CLARA' (campo de texto), 'Remove' (botão), 'Investimento Total/Capital Social' (campo de texto com o valor '30.000,00'), 'Produtos e serviços' (campo de texto com o valor 'Turismo no estado de Sergipe.'), 'Salvar' (botão) e '© 2023 - Planetour' (rodapé).

Fonte: Sistema Planetour, www.planetour.com.br.

Caso deseje, o usuário poderá incluir a repartição societária na simulação, inclusive indicando outras possíveis fontes de recursos, como empréstimos, por exemplo.

No estudo apresentado na figura 6, temos a composição de uma sociedade com dois sócios, envolvendo um capital de R\$ 30.000,00. A empresa fictícia PPMtour não contará com funcionários, pois os próprios sócios envolvidos executarão as atividades e gestão do negócio.

Importante: Em todas as etapas em que o botão salvar for exibido, será necessário clicar, pois do contrário, as informações não serão gravadas no banco de dados, e conseqüentemente perdidas.

Figura 7 - Simulação de repartição societária

| Nome do empreendedor | Investimento (R\$) | Participação (%) |
|----------------------|--------------------|------------------|
| ADRIANO SILVA | 21.000,00 | 70 |
| ANA CLARA | 9.000,00 | 30 |
| Total | | 100 |

| Fonte | Valor (R\$) |
|-------|-------------|
| BNDES | 30.000,00 |

Fonte: Sistema Planetour, www.planetour.com.br.

No item investimentos, o usuário precisará incluir as estimativas de investimento do projeto. Podem ser incluídos investimentos pré-operacionais, como reformas e instalações, e também os investimentos em mobílias, equipamentos, capital de giro, dentre outros.

A PPMTour - ME iniciará seus investimentos com a aquisição de todos os móveis e equipamentos necessários para abertura do negócio para prestação dos serviços, e deverão ser lançados na opção do menu principal Investimentos.

Figura 8 - Simulação de investimentos

| Descrição | Valor (R\$) |
|---------------------------|-------------|
| COMPUTADOR | 1.900,00 |
| IMPRESSORA | 1.450,00 |
| MESA COM GAVETAS | 600,00 |
| CADEIRAS DIRETOR | 700,00 |
| POLTRONAS | 399,00 |
| CENTRAL DE AR 9000BTUS | 1.250,00 |
| ARQUIVO BAIXO 04 GAVETAS | 930,00 |
| REFORMAS E ADAPTAÇÕES | 17.000,00 |
| PAINEL COMUNICAÇÃO VISUAL | 3.500,00 |
| BEBEDOURO | 250,00 |

Fonte: Sistema Planetour, www.planetour.com.br.

Fase importante na elaboração do projeto, a estimativa das receitas e dos custos (figura 6), são essenciais para a veracidade e relevância das informações. De maneira intuitiva, o usuário poderá adicionar quantos elementos de receitas e custos fixos e variáveis desejar, dentro das características próprias do empreendimento que deseja montar.

Figura 9 - Simulação de receitas

| Descrição | Valor (R\$) | Quantidade | Total (R\$) |
|-------------------------------------|-------------|------------|-------------|
| CANYONS XINGÓ | 235,00 | 10 | 2.350,00 |
| MANGUE SECO TRANSPORTE E EMBARCAÇÃO | 130,00 | 20 | 2.600,00 |
| PRAIA DO SACO | 80,00 | 25 | 2.000,00 |
| CROA DO GORÉ | 80,00 | 30 | 2.400,00 |
| PARQUE DOS FALCÕES | 85,00 | 20 | 1.700,00 |
| CIDADES HISTÓRICAS | 70,00 | 45 | 3.150,00 |
| CITYTOUR ARACAJU | 50,00 | 50 | 2.500,00 |

Fonte: Sistema Planetour, www.planetour.com.br.

A correta classificação dos custos é de fundamental importância para os resultados da avaliação, pois tanto os custos fixos quanto os variáveis são de grande importância para uma gestão eficiente do negócio, com objetivo de analisar o comportamento e condições da empresa

e, assim, saber em quais setores será possível investir em melhorias e criar estratégias. Souza (2009) destaca que custo é considerado o montante de recursos que são utilizados para a obtenção de outros recursos para a empresa.

Classificar os custos (ou despesas) entre fixas e variáveis é essencial para entender a fundo os resultados financeiros obtidos e realizar uma melhor tomada de decisão no negócio.

Os custos fixos são aqueles que não variam de acordo com o volume de produção ou vendas do negócio. Ao contrário do que o nome sugere, o valor dos custos fixos não é inalterável, pois apesar de não se relacionarem diretamente à produção ou ao faturamento, esses gastos podem ter outras variáveis, oscilando de mês a mês, sendo assim, gastos recorrentes e previsíveis, necessários para manter a estrutura da operação. Logo, mesmo em um mês em que o empreendimento não produza ou venda nenhum produto ou serviço, terá tais despesas. (MOLINARI, 2014).

A classificação dos custos fixos depende do funcionamento da operação de cada negócio. Os principais exemplos são:

- a) Salário dos colaboradores;
- b) Aluguel de equipamentos utilizados;
- c) Serviços de limpeza;
- d) Serviços de segurança;
- e) Vale-refeição, alimentação e outros benefícios;
- f) Contas de telefone, luz e internet;
- g) Seguros;
- h) Aluguel, Taxas Condominiais e IPTU;
- i) Licença para uso de softwares e sistemas, entre outros.

Já os custos (ou despesas) variáveis dependem diretamente do volume de produção ou vendas do negócio. Ou seja, elas podem aumentar ou diminuir conforme a quantidade de produtos e/ou serviços vendidos no período. Dessa forma, o valor desses gastos pode ser bastante inconstante, devendo ser frequentemente calculado para manter o planejamento financeiro da empresa. (MOLINARI, 2014).

Dentre as principais despesas variáveis que podem existir em uma empresa, estão:

- a) Matéria prima para produção de produtos;








- b) Repasses para parceiros terceirizados Ex. Guias, Veículos para passeios e traslados, etc.;
- c) Comissões de vendas;
- d) Reembolso de gastos de funcionários;
- e) Impostos sobre vendas, como ICMS e ISS;
- f) Combustível;
- g) Despesas administrativas;







Diferenciar os custos fixos e variáveis do empreendimento é uma prática essencial para ter uma visão mais aprofundada dos resultados financeiros do negócio, ajudando a identificar quais foram as alavancas para um determinado lucro ou prejuízo obtido (SEBRAE, 2019). Além disso, ela contribui para uma tomada de decisão mais assertiva, permitindo reduzir os gastos e calcular o preço de venda dos produtos com mais eficiência, além de ser utilizado para o cálculo de importantes indicadores financeiros, como a margem de contribuição e o ponto de equilíbrio do empreendimento.

Sintetizando, temos os custos fixos como sendo aqueles que são menos suscetíveis a apresentar variações de acordo com o volume de produção ou de vendas, já os custos variáveis correspondem aos gastos que aumentam ou diminuem de forma proporcional ao nível de atividade. No caso do ramo de atividade do turismo, haverá possibilidade de sofrer consideráveis oscilações devido à sazonalidade entre baixa estação, alta estação, grandes eventos, férias, etc. (SOUZA, 2009).

É importante lembrar que custos são aqueles custos necessários para produzir os produtos de uma empresa, ou seja, são custos relacionados direta ou indiretamente ao processo de produção de um produto ou prestação de um serviço. Também pode ser definido como o valor total dos bens e serviços consumidos e aplicados na obtenção de novos bens ou serviços ou definido como os custos e/ou sacrifícios econômicos associados à conversão de ativos. (CREPALDI, 2002, p. 17), Despesas são os custos necessários para vender e transportar produtos, muitas vezes relacionados às áreas administrativa e comercial, ou seja, são custos necessários para a empresa desenvolver suas atividades diárias, atividades alheias ao processo produtivo; produzir o produto ou serviço fornecido (CREPALDI, 2002, p. 17).

Figura 10 - Simulação dos custos

| Custos fixos | | | | |
|-------------------------------------|-------------|------------|-------------|---|
| <input type="button" value="Novo"/> | | | | |
| Descrição | Valor (R\$) | Quantidade | Total (R\$) | |
| ALUGUEL SALA COMERCIAL | 650,00 | 1 | 650,00 |  |
| ENERGIA | 200,00 | 1 | 200,00 |  |
| ÁGUA | 65,00 | 1 | 65,00 |  |
| PRÓ-LABORE | 2.300,00 | 2 | 4.600,00 |  |
| INTERNET | 99,00 | 1 | 99,00 |  |
| CONDOMÍNIO | 170,00 | 1 | 170,00 |  |
| IPTU 1/12 | 55,00 | 1 | 55,00 |  |









| Custos variáveis | | | | |
|-------------------------------------|-------------|------------|-------------|---|
| <input type="button" value="Novo"/> | | | | |
| Descrição | Valor (R\$) | Quantidade | Total (R\$) | |
| PARCEIROS VANS | 5.500,00 | 1 | 5.500,00 |  |
| PARCEIROS EMBARCAÇÕES | 3.000,00 | 1 | 3.000,00 |  |
| MATERIAL DE EXPEDIENTE | 150,00 | 1 | 150,00 |  |
| ÁGUA/CAFÉ/DOCES | 100,00 | 1 | 100,00 |  |
| PANFLETOS E MARKETING | 200,00 | 1 | 200,00 |  |
| TRIBUTOS E BANCOS | 850,00 | 1 | 850,00 |  |

Fonte: Sistema Planetour, www.planetour.com.br.

Ao acessar os indicadores de viabilidade, os resultados do fluxo de caixa serão lançados de forma automática, podendo ser editado ou excluído, tanto o valor total do capital investido no negócio (iniciando no ano 0 'zero'), bem como os resultados obtidos com os lucros nos anos subsequentes, até que se obtenha saldo positivo. Por padrão o sistema PLANETOURL far4 o lançamento considerando um cen4rio de estabilidade, ou seja, repetindo os lucros obtidos a cada ano sem acr4scimos ou decr4scimo de crescimento.

Outros lan4amentos poder4o ser realizados, assim como incremento de percentual de aumento ou diminui44o. O caso apresentado neste projeto (simula44o apresentada no quadro a seguir), foram consideradas taxa de crescimento no faturamento anual de 10%, simulando um cen4rio favor4vel a cada ano.

Figura 11 - Resultados dos indicadores de viabilidade e construção de cenários.

| Indicadores de viabilidade | | | | |
|----------------------------|---|----------------|----------------|-----------------------------|
| Ano |  | Fluxo de Caixa | Saldo | Valor Presente |
| 0 |  | R\$ -60.000,00 | -R\$ 60.000,00 | -R\$ 60.000,00 |
| 1 |  | R\$ 12.732,00 | -R\$ 47.268,00 | R\$ 11.242,38 |
| 2 |  | R\$ 14.005,00 | -R\$ 33.263,00 | R\$ 10.919,60 |
| 3 |  | R\$ 15.405,00 | -R\$ 17.858,00 | R\$ 10.605,89 |
| 4 |  | R\$ 16.947,00 | -R\$ 911,00 | R\$ 10.302,44 |
| 5 |  | R\$ 18.640,00 | R\$ 17.729,00 | R\$ 10.005,87 |
| 6 |  | R\$ 20.505,00 | R\$ 38.234,00 | R\$ 9.719,20 |
| 7 |  | R\$ 22.555,00 | R\$ 60.789,00 | R\$ 9.440,07 |
| TMA | | | 13,25 % | TAXA MÍNIMA DE ATRATIVIDADE |
| VPL | | | R\$ 12.235,45 | VALOR PRESENTE LIQUIDO |
| TIR | | | 18,94% | TAXA INTERNA DE RETORNO |
| PAYBACK SIMPLES | | | 4,05 | 4 anos, 0 meses |

Fonte: Sistema Planetour, www.planetour.com.br.

Nesta etapa, deverão ser lançados os lucros acumulados em cada ano de operação do negócio, para que o sistema possa gerar os resultados relativos aos indicadores de viabilidade, como TIR; TMA; VPL, bem como o tempo necessário para o retorno do investimento (Payback). Podemos observar que nestas condições o projeto apresenta-se viável, pois com base na taxa básica de juros SELIC¹⁰ de 13,25% ao ano, utilizada como referência para a Taxa Mínima de Atratividade do projeto e equiparação com a Taxa Interna de Retorno do investimento que é de 18,94%, temos um retorno positivo na ordem de 5,69% acima da Taxa Mínima de Atratividade.

A TMA muitas vezes é entendida como "custo de oportunidade do capital", isto é, ao avaliar a viabilidade de um determinado Investimento "A", compara-se o rendimento deste com outra opção de Investimento "B", imediatamente disponível, que seja de baixo ou até mesmo livre de risco. Assim, a TMA é igual ao rendimento do Investimento B, que significa o quanto o investidor estaria deixando de ganhar com a opção "mais segura" e de "menor esforço" B, ao optar pela opção A (daí a noção de custo de oportunidade do capital). Por óbvio, o investidor tende a optar pelo Investimento A, somente quando seu rendimento for maior que a TMA

¹⁰ SELIC - Sistema Especial de Liquidação e de Custódia. Taxa básica de juros usada pelo Banco Central para influenciar as outras taxas de juros do país, praticadas por bancos e demais instituições do sistema financeiro.

(rendimento da opção B) de modo a compensar seu maior risco ou esforço; e por sua vez, o *Payback*, ou retorno do investimento começará a ser percebido a partir do 4º anos e 3 meses.

Outra importante ferramenta que compõe o sistema Planetour é a Matriz FOFA, ou análise SWOT¹¹, que consiste em um método de planejamento estratégico, integrando a análise de cenários para tomada de decisões e consequentemente, melhor direcionar as ações necessárias antes de implementar algo novo.

O objetivo de realizar a Matriz SWOT é detectar as ações a serem tomadas para ampliar as chances de sucesso da empresa PPM TOUR - Turismo e Responsabilidade Socioambiental. ME, e identificar as ações que estão sendo favoráveis além de avaliar fatores externos ligados à política e economia que afetam o turismo nacional. Para efeito de simulação, foram consideradas situações reais sobre os pontos fortes, pontos fracos, oportunidade e ameaças relacionadas ao ramo de atividade do empreendimento turístico na localidade proposta neste projeto de pesquisa, Aracaju-SE, representado na figura 12.

Figura 12 - Elaboração da matriz SWOT.

| Pontos Fortes (Strengths) | Pontos Fracos (Weaknesses) |
|---|---|
| Excelente localização (Feira do Turista); | Sazonalidade; |
| Preços competitivos; | Coloração das águas das praias; |
| Aeroporto Internacional; | Acessibilidade parcialmente implementada; |
| Diversidade de Hotéis e Pousadas. | Pouco investimento em Marketing a nível nacional e internacional; |
| Orla Mais bonita do Brasil; | |

| Oportunidades (Opportunities) | Ameaças (Threats) |
|---|--|
| Crescente demanda pelo turismo no nordeste; | Concorrentes vizinhos (Alagoas e Bahia); |
| Clima propício para Turismo de Sol e Praia em boa parte do ano; | Concorrência interna (Novos entrantes); |
| Diversidade do Patrimônios Histórico e Cultural; | Ações antrópicas: Ex. (óleo e produtos químicos nas praias); |
| Produtos turísticos consolidados. | Crise econômica do país e do estado. |

Fonte: Sistema Planetour, www.planetour.com.br.

¹¹ SWOT é a sigla formada pelas iniciais das palavras *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças).

Por fim, o sistema PLANETOUR permite gerar relatórios contendo a síntese do plano; investimentos; custos e receitas; demonstrativo de resultados e indicadores de viabilidade, que poderão ser impressos, exportados (copiados) ou gerar arquivos em PDF¹² para serem inseridos no plano de negócio ou projeto empreendedor.

Figura 13 - Gerar/Imprimir relatórios.



Fonte: Sistema Planetour, www.planetour.com.br.

Para obtenção dos resultados, inicialmente foram utilizadas soluções externas como forma de prototipação, testes, e validação de resultados. Softwares consagrados como de planilhas eletrônicas da *MS-Excel*. V.2010, e *The Doc. Foundation-LibreOffice* V.7.1, foram ferramentas indispensáveis para auxiliar nas aplicações das fórmulas e demais recursos utilizados no projeto PLANETOUR V.1.0.

6.2 Relatórios emitidos pelo Sistema PLANETOUR

Os relatórios emitidos pelo sistema trazem uma síntese do plano com os resultados obtidos a partir das informações inseridas nos campos.

¹² PDF: Portable Document Format. É um formato de arquivo desenvolvido pela Adobe Systems em 1993, para representar documentos de maneira independente do aplicativo, do hardware e do sistema operacional usados para criá-los.

Figura 14 - Relatório gerado pelo PLANETOUR (Simulação).

| PLANETOUR - Planos de Negócios para Empreendimentos e Serviços Turísticos | |
|---|--|
| 1 - Síntese do Plano | |
| 1.1 - Resumo | |
| Nome do empreendimento: PPM TOUR - Turismo e Responsabilidade Sócio-ambiental. ME | |
| Produtos e serviços: Turismo no estado de Sergipe. | |
| 1.2 - Empreendedores | |
| ADRIANO SILVA | |
| ANA CLARA | |

Fonte: Sistema Planetour, www.planetour.com.br.

Relatório gerado pelo PLANETOUR (Simulação)

| 1.3 - Capital social e Fonte de recursos | | |
|---|----------------------|-------------------|
| Investimento(s) Total/Capital Social: R\$ 60.000,00 | | |
| Repartição societária | | |
| Nome do Empreendedor | Investimento (R\$) | Participação (%) |
| ADRIANO SILVA | 21.000,00 | 70.00% |
| ANA CLARA | 9.000,00 | 30.00% |
| Total | R\$ 30.000,00 | R\$ 100,00 |
| Outras fontes de recursos | | |
| Fonte | Valor (R\$) | |
| BNDES | 30.000,00 | |

Fonte: Sistema Planetour, www.planetour.com.br.

Relatório gerado pelo PLANETOURL (Simulação)

| 2 - Investimentos | |
|---------------------------|--------------------|
| Descrição | Valor (R\$) |
| COMPUTADOR | 1.900,00 |
| IMPRESSORA | 1.450,00 |
| MESA COM GAVETAS | 600,00 |
| CADEIRAS DIRETOR | 700,00 |
| POLTRONAS | 399,00 |
| CENTRAL DE AR 9000BTUS | 1.250,00 |
| ARQUIVO BAIXO 04 GAVETAS | 930,00 |
| REFORMAS E ADAPTAÇÕES | 17.000,00 |
| PAINEL COMUNICAÇÃO VISUAL | 3.500,00 |
| BEBEDOURO | 250,00 |

Fonte: Sistema Planetour, www.planetour.com.br.

Relatório gerado pelo PLANETOURL (Simulação)

| 3 - Custos e Receitas (mensais) | |
|---|--------------------|
| Descrição | Valor (R\$) |
| RECEITA | R\$ 16.700,00 |
| CUSTO VARIÁVEL (CV) | R\$ 9.800,00 |
| CUSTO FIXO (CF) | R\$ 5.839,00 |
| CUSTO TOTAL (CT) | R\$ 15.639,00 |
| LUCRO ESTIMADO (MÊS) | R\$ 1.061,00 |
| LUCRO ESTIMADO (ANO) | R\$ 12.732,00 |
| PREÇO MÉDIO (PEM) | R\$ 83,50 |
| QTD DA RECEITA (Qtd) | 200 |
| CUSTO VARIÁVEL UNITÁRIO (CVUnt) | R\$ 49,00 |
| CUSTO FIXO UNITÁRIO (CFUnt) | R\$ 29,20 |
| CUSTO TOTAL UNITÁRIO (CTunt) | R\$ 78,19 |
| MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA (MCUnt) | R\$ 5,31 |
| MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO TOTAL (MCTot) | R\$ 1.061,00 |

Fonte: Sistema Planetour, www.planetour.com.br.

No exemplo acima, considerando uma situação de estabilidade econômica, onde não há construções de cenários otimistas ou pessimistas, podemos inferir que a partir das previsões do

total de receitas no montante de R\$ 16.700,00; deduzindo o Custo Total R\$ 15.639,00 (Fixos + Variáveis); teremos então uma previsão de lucro mensal de R\$ 1.061,00; que ao longo de 12 meses (Lucro estimado no ANO) totalizam R\$ 12.732,00.

Relatório gerado pelo PLANETOURL (Simulação)

| 4 - Demonstrativo e Indicadores | |
|---|---------------|
| PONTO DE EQUILÍBRIO E MARGEM DE SEGURANÇA | |
| Ponto de Equilíbrio Contábil em Dinheiro (PECR\$) | R\$ 14.132,07 |
| Ponto de Equilíbrio Contábil em Quantidade (PECQtd) | 169 |
| Ponto de Equilíbrio Contábil em Porcentagem (PEC%) | 84.62% |
| Margem de Segurança em Dinheiro (MSR\$) | R\$ 2.567,93 |
| Margem de Segurança em Quantidade (MSQtd) | 31 |
| Margem de Segurança em Percentual (MS%) | 15.38% |

Fonte: Sistema Planetour, www.planetour.com.br.

O Ponto de equilíbrio encontrado é de R\$ 14.132,00, ou seja, o ponto de ruptura, ou, ainda, ponto crítico, onde o lucro da empresa é zero mostrando o quanto é necessário vender para que as receitas se igualem aos custos; também indica em que momento, a partir das projeções de vendas do empreendedor, a empresa estará igualando suas receitas e seus custos, representando 84,62% (PEC%) da Receita Total (R\$ 16.700,00). Assim, a Margem de Segurança é de R\$ 2.567,93, representando 15,38% da referida Receita.

A obtenção de lucros é um tema central para empreendedores e investidores, por isso a importância dos cálculos do ponto de equilíbrio e margem de segurança do negócio. O ponto de equilíbrio, conhecido como *breakeven point*¹³, vai lhe dizer exatamente o quanto uma empresa precisa faturar para cobrir todas as suas despesas, ou seja, é o ponto onde a empresa não gera lucro, mas também não possui despesas.

A margem de segurança reflete a margem de receita média da empresa que está acima do ponto de equilíbrio. É uma porcentagem que indica o quão acima do ponto de equilíbrio que sua organização opera.

¹³ breakeven point. é uma expressão muito utilizada em contabilidade, economia e em finanças para indicar o ponto de equilíbrio financeiro de uma organização, isto é, o momento em que as receitas e as despesas se igualam.

Relatório gerado pelo PLANETOUR (Simulação)

| 4.1 - Recapitulativo dos custos (Mensal) | | | |
|---|------------|-------------|----------------------|
| Custos Fixos | R\$ | Qtd. | Total R\$ |
| ALUGUEL SALA COMERCIAL | 650,00 | 1 | 650,00 |
| ENERGIA | 200,00 | 1 | 200,00 |
| ÁGUA | 65,00 | 1 | 65,00 |
| PRÓ-LABORE | 2.300,00 | 2 | 4.600,00 |
| INTERNET | 99,00 | 1 | 99,00 |
| CONDOMÍNIO | 170,00 | 1 | 170,00 |
| IPTU 1/12 | 55,00 | 1 | 55,00 |
| Custos Variáveis: | R\$ | Qtd. | Total R\$ |
| PARCEIROS VANS | 5.500,00 | 1 | 5.500,00 |
| PARCEIROS EMBARCAÇÕES | 3.000,00 | 1 | 3.000,00 |
| MATERIAL DE EXPEDIENTE | 150,00 | 1 | 150,00 |
| ÁGUA/CAFÉ/DOCES | 100,00 | 1 | 100,00 |
| PANFLETOS E MARKETING | 200,00 | 1 | 200,00 |
| TRIBUTOS E BANCOS | 850,00 | 1 | 850,00 |
| Despesa Total: | | | R\$ 15.639,00 |

Fonte: Sistema Planetour, www.planetour.com.br.

Relatório gerado pelo PLANETOUR (Simulação)

| 4.2 - Indicadores de viabilidade | | | |
|--|-----------------------|----------------|-------------------------------|
| Ano | Fluxo de Caixa | Saldo | Valor Presente |
| 0 | -R\$ 60.000,00 | -R\$ 60.000,00 | -R\$ 60.000,00 |
| 1 | R\$ 12.732,00 | -R\$ 47.268,00 | R\$ 11.242,38 |
| 2 | R\$ 14.005,00 | -R\$ 33.263,00 | R\$ 10.919,60 |
| 3 | R\$ 15.405,00 | -R\$ 17.858,00 | R\$ 10.605,89 |
| 4 | R\$ 16.947,00 | -R\$ 911,00 | R\$ 10.302,44 |
| 5 | R\$ 18.640,00 | R\$ 17.729,00 | R\$ 10.005,87 |
| 6 | R\$ 20.505,00 | R\$ 38.234,00 | R\$ 9.719,20 |
| 7 | R\$ 22.555,00 | R\$ 60.789,00 | R\$ 9.440,07 |
| TAXA MÍNIMA DE ATRATIVIDADE (TMA) | | | 13.25% |
| VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL) | | | R\$ 12.235,45 |
| TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR) | | | 18.94% |
| PAYBACK SIMPLES | | | 4,05 (4 anos, 0 meses) |

Fonte: Sistema Planetour, www.planetour.com.br.

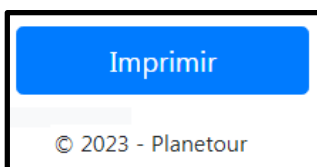
Podemos observar que nestas condições, os resultados apresentados apontam para a viabilidade do empreendimento, pois considerando uma TMA de 13,25 e a TIR resultando em 18,94%, encontramos um retorno de 5,69% acima da taxa mínima de atratividade ao longo dos 6 anos de atividades, onde o *Payback* Simples é atingido logo nos primeiros quatro anos e três meses, em outras palavras, todo valor investido será quitado neste período.

Para finalizar, o sistema solicitará a inserção de informações relacionadas à Matriz SWOT. Após este procedimento, o próximo passo será Salvar e Gerar o Relatório, este podendo ser impresso ou arquivo com a extensão PDF. No exemplo utilizado neste estudo, foram consideradas informações relevantes e com base em depoimentos de empreendedores do ramo de venda de pacotes de passeios turísticos em Aracaju-SE.

Sempre que necessário, o usuário poderá acessar o projeto de qualquer dispositivo dotado de conectividade com a internet, bastando que estes possuam software para navegação na internet (*MS-Edge, Google Chrome, Mozilla Firefox*), inserido o CPF e a senha criada, e assim poder ajustar e/ou atualizar as informações em tempo real.

Relatório gerado pelo PLANETOUR (Simulação)

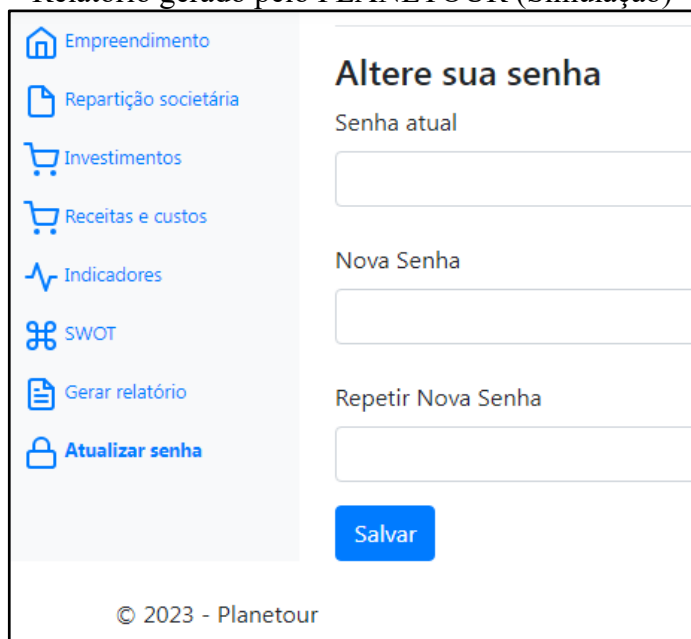
| 5 - SWOT | |
|---|---|
| Pontos Fortes (Strengths) Excelente localização (Feira do Turista); Preços competitivos; Aeroporto Internacional; Diversidade de Hotéis e Pousadas. Orla Mais bonita do Brasil; Gastronomia, Festas e cultura típica de Sergipe. | Oportunidades (Opportunities) Crescente demanda pelo turismo no nordeste; Clima propício para Turismo de Sol e Praia em boa parte do ano; Diversidade do Patrimônios Histórico e Cultural; Produtos turísticos consolidados. |
| Pontos Fracos (Weaknesses) Sazonalidade; Coloração das águas das praias; Acessibilidade parcialmente implementada; Pouco investimento em Marketing a nível nacional e internacional; | Ameaças (Threats) Concorrentes vizinhos (Alagoas e Bahia); Concorrência interna (Novos entrantes); Ações antrópicas: Ex. (óleo e produtos químicos nas praias); Crise econômica do país e do estado. |



Fonte: Sistema Planetour, www.planetour.com.br.

Em caso de esquecimento da senha, o sistema disponibiliza a opção atualizar senha, representada pelo link conforme figura abaixo:

Relatório gerado pelo PLANETOUR (Simulação)



A imagem mostra uma interface web simulada para o sistema Planetour. No topo, há um menu de navegação com ícones e links para: Empreendimento, Repartição societária, Investimentos, Receitas e custos, Indicadores, SWOT, Gerar relatório e Atualizar senha. O formulário principal, intitulado "Altere sua senha", contém três campos de entrada: "Senha atual", "Nova Senha" e "Repetir Nova Senha". Abaixo dos campos, há um botão azul "Salvar". No rodapé, consta o copyright "© 2023 - Planetour".

Fonte: Sistema Planetour, www.planetour.com.br.

A capacidade de criar relatórios agrupados de maneira lógica e incluindo todos os dados relevantes é um dos principais benefícios na utilização dos sistemas de informação pelas corporações. Isso permite identificar os pontos que podem ser alterados para melhorar a performance, reduzir custos, demonstrar onde será mais viável ou rentável realizar aplicações financeiras.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Realizar estudos de mercado, ser capaz de identificar oportunidades, estar atento às mudanças micro e macroeconômicas, e principalmente, elaborar um plano de negócios é fundamental para entrar no mercado de forma competitiva, não apenas para aumentar as chances de sucesso, mas também como uma ferramenta crucial para o acompanhamento contínuo. É imprescindível que os empreendedores dediquem atenção especial a esta etapa, pois um plano bem estruturado desempenha um papel fundamental na atração de investidores e instituições financeiras, ou mesmo em caso de utilização de recursos próprios para ampliação ou criação de novos negócios.

Nesse sentido, o Planetour foi desenvolvido como uma importante solução tecnológica estruturada com mecanismos, funções e rotinas para que os empreendedores do setor produtivo do turismo elaborem estudos de viabilidade econômica, com propósito de auxiliá-los a verificar a viabilidade de seus projetos de investimento. Inúmeras são as justificativas pelas quais os empreendedores deveriam estar atentos a esta questão, entre os motivos ou justificativas, destaca-se a de atrair novos parceiros, transmitir confiança para clientes, investidores e instituições financeiras, assim como o estabelecimento de objetivos procurando prever onde a empresa estará no curto, médio e longo prazo, dando um norte e apresentando objetivos realistas para todos os envolvidos. A correta utilização do Sistema Planetour permitirá que os números e cenários sejam apresentados por meio dos relatórios gerados, identificando as possibilidades de sucesso ou fracasso do empreendimento, sendo este o objetivo principal do PLANETOUR.

O fundamento para a criação do sistema denominado PLANETOUR é o de buscar auxiliar empreendedores atuantes no setor do turismo na construção de seus planos de negócio e projetos de investimento. Ter habilidades, atributos e talento para empreender é um importante passo, no entanto, é preciso contar com conhecimento técnico e recursos específicos para elaboração de um bom plano de investimento. O fato de ser hospedado em website, o Planetour permite que qualquer usuário possa fazer uso do sistema, onde quer que esteja, tanto para construção de estudos de viabilidade para iniciar um negócio, ou ainda, para utilização meramente acadêmica, uma vez que o software abrange diversos indicadores econômicos e financeiros, que possibilitam construir um estudo de viabilidade econômico-financeira.

Os sistemas de informação têm grande importância na gestão das empresas, e quando implementados com o devido planejamento, conseguem definir estratégias de crescimento sólido, reduzir as perdas e projetar ações futuras de grande impacto. Desta forma, podemos destacar a importância do projeto, visto que foram desenvolvidas ferramentas tecnológicas,

composto por um website moderno e hospedado neste website, o sistema PLANETOUR. Espera-se que este trabalho resulte na criação de uma spin off acadêmica, idealizada para atuar com consultoria empresarial especializada na elaboração de planos de negócios e de estudos de viabilidade econômico-financeira, com foco em micro e pequenos empreendimentos da área de turismo e outros setores correlatos, como comércio e serviços; atendendo, desta forma, às necessidades de empreendedores, projetistas, gestores, consultores e demais interessados em realizar estudos preliminares de viabilidade econômico-financeira de seus projetos.

O acesso ao sistema poderá ser realizado por meios dos mais diversos dispositivos, como: computadores, notebooks, smartphones, tablets, entre outros; bastando que estes estejam dotados dos principais sistemas operacionais, sejam: Windows, Linux, MacOS, iOS e Android; sendo indispensável software para navegação na internet, como: MS-Edge, Google Chrome, Mozilla Firefox, por meio do endereço eletrônico www.planetour.com.br.

O Sistema PLANETOUR em sua versão inicial encontra-se em pleno funcionamento, mas não significa que se exauriu de possibilidades pois existem diversos aspectos a serem explorados e que poderão certamente complementar para construção de um sistema mais robusto. Assim, para futuras pesquisas pode-se tomar o Planetour como ponto de partida pelo amplo universo que envolve os temas: estudos de viabilidade econômico-financeira, planos de negócio e empreendedorismo. Contribuições acadêmicas e novos projetos poderão servir para o lançamento de novas versões, atualizações e melhorias para que tenhamos um software capaz de, por exemplo, atender a todos os portes e tipos de empresas, sem abrir mão dos principais pilares da Tecnologia da Informação e Comunicação: eficiência, escalabilidade, conformidade, integridade e disponibilidade.

REFERÊNCIAS

- ASSAF NETO, Alexandre; LIMA, Fabiano Guasti. **Curso de administração financeira**. São Paulo: Atlas, 2008.
- BANGS, D. H. **Planejamento de negócios: Criando um plano para seu negócio ser bem-sucedido**. São Paulo: Nobel, 2002.
- BARBOSA, R. R. Monitoração ambiental: uma visão interdisciplinar, **Revista de Administração**, v. 32, n. 4, p. 42-53, out./dez. 1997.
- BEDÊ, M. A. (Coord.). **Sobrevivência das empresas no Brasil**. Brasília: Sebrae, 2016.
- BENI, Mário Carlos. (1998). **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC/SP.
- BENI, Mário Carlos. **Fundamentos da Teoria de Sistemas Aplicados ao Turismo**. São Paulo: SENAC, 2001.
- BERNARDI, L. A. **Manual de Plano de Negócio: fundamentos, processos e estruturação**. São Paulo: Atlas, 2009.
- BIAGIO, Luiz A.; BATOCCHIO, Antônio. **Plano de negócios: estratégias para micro e pequenas empresas**. 2. ed. Barueri, SP: Manole, 2012.
- Boiteux, Boyord do Coullo e Maurício Werner.; **Introdução do estudo do turismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- BRAGA, R. **Fundamentos e técnicas de administração financeira**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1995.
- BRASIL, Ministério do Turismo. Índice de Competitividade do Turismo Nacional: **65 Destinos Indutores do Desenvolvimento**. Brasília: Sebrae, 2012. p.88.
- CANTELLI, W. W.; JÚNIOR, M. C. Proposta operacional de plano de negócios com ênfase na percepção de riscos. **Revista eletrônica de Ciências Sociais Aplicadas**. v. 3, n.1, p.161-180, 2008.
- CARVALHO, C. C. D. A importância da análise das demonstrações contábeis para a área gerencial. **Revista Interatividade**, v. 1, n. 2, p. 147-164, 2013.
- CECCONELLO, A.; AJZENTAL, A. **A Construção do Plano de Negócio**. São Paulo: Saraiva, 2008.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Planejamento estratégico, fundamentos e aplicações**. Editora Elsevier. São Paulo. 2004.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. 4ª ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

CLEMENTE, A. **Planejamento do negócio: como transformar ideias em realizações.** Rio de Janeiro: Lucerna, 2004.

COSTA, A.; SOUZA-SANTOS, E. **Economia Criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual.** Economia & Tecnologia, Curitiba, ano 7, v.25, p. 179-186, abr./jun., 2011.

CREPALDI, S. A. **Curso Básico de Contabilidade de Custos.** 2ª Edição. Editora Atlas. São Paulo/SP. 2002.

CRUZ JÚNIOR, João Benjamin; ARAÚJO, Pedro da Costa; WOLF, Sérgio Machado; RIBEIRO, Tatiana. Empreendedorismo e Educação Empreendedora: Confrontação entre Teoria e Prática. **Revista de Ciências da Administração - v.8, n.15, jan./jun. 2006.**

CUNHA, A. S.; SOARES, T. C. Aspectos relevantes do planejamento no crescimento das micro e pequenas empresas (MPE). **Revista da Micro e Pequena Empresa, v. 4, n. 3, p. 15-39, 2011.**

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor.** Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 3 ed. - Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo na Prática: Mitos e Verdades do Empreendedor de Sucesso.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Plano de Negócios: seu guia definitivo.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

DUTRA, I. S.; PREVIDELLI, J. J. Fatores condicionantes da Mortalidade de empresas: um estudo dos empreendedores de micro e pequenas empresas paranaenses. **Revista Capital Científico Guarapuava, v. 3, n. 1, p. 29-50, 2010.**

FERREIRA, Roberto G. **Engenharia econômica e avaliação de projetos de investimento.** São Paulo: Atlas, 2009.

FREZATTI, F. **Gestão da viabilidade econômico-financeira dos projetos de investimento.** São Paulo: Atlas, 2008.

GITMAN, L. J. **Princípios de administração financeira.** 12ª ed. São Paulo: Pearson Education, 2010.

GOELDNER, Charles. RITCHIE, Brent. MCINTOSH, Robert. **Turismo: princípios, práticas e filosofia.** 8. ed. Trad. Roberto Costa. Porto Alegre: Bokman, 2002.

HOJI, M. **Administração: Uma abordagem prática.** 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

JOSÉ JÚNIOR, A. V. A.; KLIPPEL, M. Competitividade das micro e pequenas empresas brasileiras. **Revista da Micro e Pequena Empresa, v. 1, n. 1, p. 66-76, 2011.**

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 12ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2008.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 14ª ed. São Paulo: Pearson, 2013.

LACRUZ, J. A. **Plano de negócio: passo a passo**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.

LAKATOS, E. M. A.; MARCONI, M. A. **Fundamentos da metodologia científica**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MATARAZZO, D. C. **Análise financeira de Balanços: Abordagem Gerencial**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração**. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MOLINARI, Leonardo. **Gestão de projetos: teoria, técnicas e práticas**. São Paulo: Saraiva, 2014.

MONTEIRO, J. M.; BARBOSA, J. D. Controladoria empresarial: gestão econômica para as micro e pequenas empresas. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 5, n. 2, p. 38-59, 2011.

NAZARETH, C.; GUSTAVO, L.; CARVALHO, F. M. Análise de liquidez em empresas pequenas e médias: possibilidades ampliadas pela obrigatoriedade da DFC em empresas do setor de comércio varejista. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v.7, n. 2, p. 18-33, 2013.

OLIVEIRA, D. P. R. **Planejamento Estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. 31ª ed. São Paulo: Atlas, 2013.

OLIVEIRA, S. R. M.; SIMONETTI, V. M. M. Intuição e percepção no processo decisório de microempresa. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 3, n. 3, p. 52-66, 2010.

PORTER, M. E. **Estratégia competitiva: técnica para a análise da indústria e da concorrência**. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

PANOSSO NETTO, ALEXANDRE. **Cenários do turismo brasileiro**. Alexandre Panosso Netto, Luiz Gonzaga Godoi Trigo. São Paulo: Aleph. 2009 pág. 195 (série turismo).

SANTOS, E. A.; SILVA, C. E. Os modelos de plano de negócios e sua relevância para sustentabilidade das micro e pequenas empresas. **Revista Brasileira de Administração Científica**, v. 3, n. 1, p. 37-62. 2012.

SANTOS, E. O. **Administração financeira da pequena e média empresa**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SILVA, J. A. **A investigação científica e o turismo**. Revista Turismo & Desenvolvimento, RT&D. Artigos científicos. n.º 1, Vol. 1, 9-14. 2004.

SOUZA, L. E. **Fundamentos de Contabilidade Gerencial: um instrumento para agregar**

valor. Curitiba: Juruá, 2009.

TORQUATO, P.R.G.; SILVA, G. P. Tecnologia e estratégia: uma abordagem analítica e prática. **Revista de Administração**, v. 35, n.1, p.72-85, São Paulo: jan./mar. 2000.

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. **Apoio Financeiro. Porte de Empresa.** Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br>>. Acesso em: 04 setembro de 2022.

CNC. AGÊNCIA BRASIL. **Covid-19 provoca perdas de R\$ 2,2 bi no turismo brasileiro.** Disponível em <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-03/covid-19-provoca-perdas-de-r-22-bi-no-turismo-brasileiro-diz-cnc>>. Acesso em 29 de Abril de 2021.

GOV.BR. **Portal do empreendedor.** Disponível em: <<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>>. Acesso em 24 de setembro de 2022.

GOV.BR. **Receita Federal**, 2023 Disponível em: <http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemi/private/pages/relatorios/opcoesRelatorio.js> Acesso em 31 de junho de 2023.

MACHADO, Luiz Alberto. **Economia criativa: definições, impactos e desafios.** 2012. 25p. Disponível em: <http://www.faap.org/revista_faap/rel_internacionais/REVISTA_ECONOMIA_21.pdf>. Acesso em: 14 Julho 2023.

Ministério do Turismo. DIA MUNDIAL DO TURISMO. Publicado em 27.09.2022. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/trafego-de-turistas-internacionais-ja-atinge-57-dos-niveis-pre-pandemia>>. Acesso em 03 de outubro de 2022.

NOMUS ERP Industrial. **Matriz SWOT e CANVAS.** Disponível em <<https://www.nomus.com.br/erpindustrial/>>. Acesso em 22 de agosto de 2022.

PLANETOURL. **Estudo de viabilidade econômico-financeira para microempreendedores.** Disponível em <<https://PLANETOURL.com.br/>>. Acesso em 03 de março de 2021.

SEBRAE-MG. Software Plano de Negócio 3.0. Disponível em <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/solucoes_online/software-plano-de-negocio-30,2bc0fec6ffae5510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em 12 de maio de 2021.

SEBRAE. EMPREENDEDORISMO E FORMALIZAÇÃO. Categorias de formalização de empresas. Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/categorias-de-formalizacao-de-empresas,4a0dca91c761e610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 26 de setembro 2022.

APENDICE A - Simulação de preenchimento da Empresa PPM Tour

PLANETOUR - Planos de Negócios para Empreendimentos e Serviços Turísticos

1 - Síntese do Plano

1.1 - Resumo

Nome do empreendimento: PPM TOUR - Turismo e Responsabilidade Sócio-ambiental. ME

Produtos e serviços: Turismo no estado de Sergipe.

1.2 - Empreendedores

ADRIANO SILVA

ANA CLARA

1.3 - Capital social e Fonte de recursos

Investimento(s) Total/Capital Social: R\$ 60.000,00

| Repartição societária | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|
| Nome do Empreendedor | Investimento (R\$) | Participação (%) |
| ADRIANO SILVA | 21.000,00 | 70.00% |
| ANA CLARA | 9.000,00 | 30.00% |
| Total | R\$ 30.000,00 | R\$ 100,00 |

| Outras fontes de recursos | |
|---------------------------|-------------|
| Fonte | Valor (R\$) |
| BNDES | 30.000,00 |

2 - Investimentos

| Descrição | Valor (R\$) |
|---------------------------|-------------|
| COMPUTADOR | 1.900,00 |
| IMPRESSORA | 1.450,00 |
| MESA COM GAVETAS | 600,00 |
| CADEIRAS DIRETOR | 700,00 |
| POLTRONAS | 399,00 |
| CENTRAL DE AR 9000BTUS | 1.250,00 |
| ARQUIVO BAIXO 04 GAVETAS | 930,00 |
| REFORMAS E ADAPTAÇÕES | 17.000,00 |
| PAINEL COMUNICAÇÃO VISUAL | 3.500,00 |
| BEBEDOURO | 250,00 |

Cont.

3 - Custos e Receitas (mensais)

| Descrição | Valor (R\$) |
|---|---------------|
| RECEITA | R\$ 16.700,00 |
| CUSTO FIXO (CF) | R\$ 5.839,00 |
| CUSTO TOTAL (CT) | R\$ 15.639,00 |
| LUCRO ESTIMADO (MÊS) | R\$ 1.061,00 |
| LUCRO ESTIMADO (ANO) | R\$ 12.732,00 |
| PREÇO MÉDIO (PEcm) | R\$ 83,50 |
| QTD DA RECEITA (Qtd) | 200 |
| CUSTO VARIÁVEL UNITÁRIO (CVUnt) | R\$ 49,00 |
| CUSTO FIXO UNITÁRIO (CFUnt) | R\$ 29,20 |
| CUSTO TOTAL UNITÁRIO (CTunt) | R\$ 78,19 |
| MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA (MCUnt) | R\$ 5,31 |
| MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO TOTAL (MCTot) | R\$ 1.061,00 |

4 - Demonstrativo e Indicadores

| PONTO DE EQUILÍBRIO E MARGEM DE SEGURANÇA | |
|---|---------------|
| Ponto de Equilíbrio Contábil em Dinheiro (PECR\$) | R\$ 14.132,07 |
| Ponto de Equilíbrio Contábil em Quantidade (PECQtd) | 169 |
| Ponto de Equilíbrio Contábil em Porcentagem (PEC%) | 84.62% |
| Margem de Segurança em Dinheiro (MSR\$) | R\$ 2.567,93 |
| Margem de Segurança em Quantidade (MSQtd) | 31 |
| Margem de Segurança em Percentual (MS%) | 15.38% |

4.1 - Recapitulativo dos custos (Mensal)

| Custos Fixos | R\$ | Qtd. | Total R\$ |
|--------------------------|------------|-------------|----------------------|
| ALUGUEL SALA COMERCIAL | 650,00 | 1 | 650,00 |
| ENERGIA | 200,00 | 1 | 200,00 |
| ÁGUA | 65,00 | 1 | 65,00 |
| PRÓ-LABORE | 2.300,00 | 2 | 4.600,00 |
| INTERNET | 99,00 | 1 | 99,00 |
| CONDOMÍNIO | 170,00 | 1 | 170,00 |
| IPTU 1/12 | 55,00 | 1 | 55,00 |
| Custos Variáveis: | R\$ | Qtd. | Total R\$ |
| PARCEIROS VANS | 6.000,00 | 1 | 6.000,00 |
| PARCEIROS EMBARCAÇÕES | 3.000,00 | 1 | 3.000,00 |
| MATERIAL DE EXPEDIENTE | 150,00 | 1 | 150,00 |
| ÁGUA/CAFÉ/DOCES | 100,00 | 1 | 100,00 |
| PANFLETOS E MARKETING | 200,00 | 1 | 200,00 |
| TRIBUTOS E BANCOS | 350,00 | 1 | 350,00 |
| Despesa Total: | | | R\$ 15.639,00 |

Cont.

4.2 - Indicadores de viabilidade

| Ano | Fluxo de Caixa | Saldo | Valor Presente |
|--|----------------|----------------|-------------------------------|
| 0 | -R\$ 60.000,00 | -R\$ 60.000,00 | -R\$ 60.000,00 |
| 1 | R\$ 12.732,00 | -R\$ 47.268,00 | R\$ 11.242,38 |
| 2 | R\$ 14.005,00 | -R\$ 33.263,00 | R\$ 10.919,60 |
| 3 | R\$ 15.405,00 | -R\$ 17.858,00 | R\$ 10.605,89 |
| 4 | R\$ 16.947,00 | -R\$ 911,00 | R\$ 10.302,44 |
| 5 | R\$ 18.640,00 | R\$ 17.729,00 | R\$ 10.005,87 |
| 6 | R\$ 20.505,00 | R\$ 38.234,00 | R\$ 9.719,20 |
| 7 | R\$ 22.555,00 | R\$ 60.789,00 | R\$ 9.440,07 |
| TAXA MÍNIMA DE ATRATIVIDADE (TMA) | | | 13.00% |
| VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL) | | | R\$ 12.235,45 |
| TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR) | | | 18.94% |
| PAYBACK SIMPLES | | | 4,05 (4 anos, 0 meses) |

5 - SWOT

| |
|---|
| Pontos Fortes (Strengths) Excelente localização (Feira do Turista); Preços competitivos; Aeroporto Internacional; Diversidade de Hotéis e Pousadas. Orla Mais bonita do Brasil; Gastronomia, Festas e cultura típica de Sergipe. |
| Pontos Fracos (Weaknesses) Sazonalidade; Coloração das águas das praias; Acessibilidade parcialmente implementada; Pouco investimento em Marketing a nível nacional e internacional; |
| Oportunidades (Opportunities) Crescente demanda pelo turismo no nordeste; Clima propício para Turismo de Sol e Praia em boa parte do ano; Diversidade do Patrimônios Histórico e Cultural; Produtos turísticos consolidados. |
| Ameaças (Threats) Concorrentes vizinhos (Alagoas e Bahia); Concorrência interna (Novos entrantes); Ações antrópicas: Ex. (óleo e produtos químicos nas praias); Crise econômica do país e do estado. |