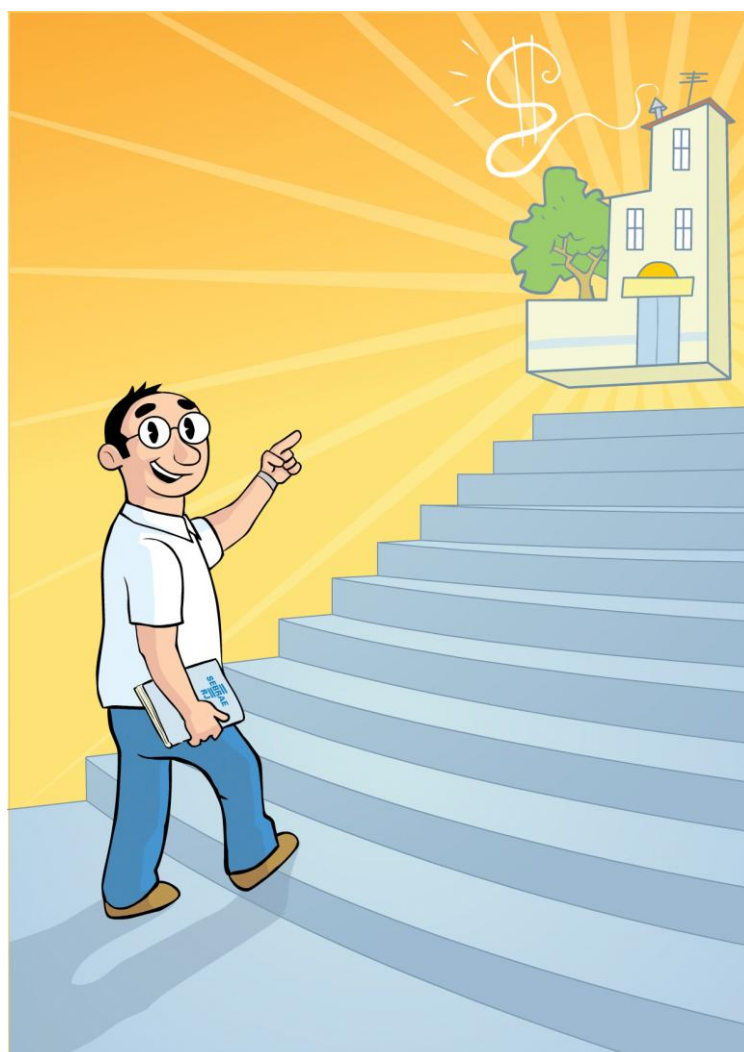


PRIMEIRO PASSO

Planejamento Empresarial
Planejamento Empresarial
Planejamento Empresarial

Agência de Viagem



SEBRAE
RJ

RIO DE JANEIRO, 2010

APRESENTAÇÃO



O SEBRAE/RJ – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Estado do Rio de Janeiro apóia o desenvolvimento da atividade empresarial de pequeno porte, por meio de programas e projetos que visam à promoção e ao fortalecimento das pequenas e microempresas fluminenses.

Neste sentido, o Primeiro Passo objetiva colaborar no planejamento do investimento, oferecendo informações sobre atividades empresariais.

Muitas pessoas têm interesse em criar sua própria empresa. Vários são os fatores que ocorrem para motivá-las a montarem seus próprios negócios, dentre eles: dificuldade de colocar-se no mercado de trabalho, vontade de ser seu próprio patrão, sensação de liberdade, aplicação de recursos disponíveis, idealização de um empreendimento, habilidades próprias.

Definir o tipo de atividade que a empresa irá exercer requer uma análise do mercado, sobre a qual devem ser levados em consideração a localização da empresa, seus consumidores, concorrentes e fornecedores.

Reuniram-se neste estudo, informações básicas sobre os diferentes aspectos de uma atividade, como: processo produtivo, exigências legais específicas, sugestões de leitura, vídeos e cursos, e dicas sobre as principais feiras e eventos direcionadas para o ramo da atividade.

Estas informações foram organizadas para colaborar na transformação da sua idéia de negócio numa oportunidade. Este é o **Primeiro Passo** em direção à sua própria empresa, realize suas pesquisas e planeje criteriosamente o seu empreendimento.

SUMÁRIO

FICHA TÉCNICA DA ATIVIDADE.....	4
ASPECTOS OPERACIONAIS	5
ASPECTOS MERCADOLÓGICOS.....	7
INVESTIMENTO INICIAL.....	8
ASPECTOS LEGAIS.....	10
ASPECTOS COMPLEMENTARES	16
REFERÊNCIAS.....	19

FICHA TÉCNICA DA ATIVIDADE

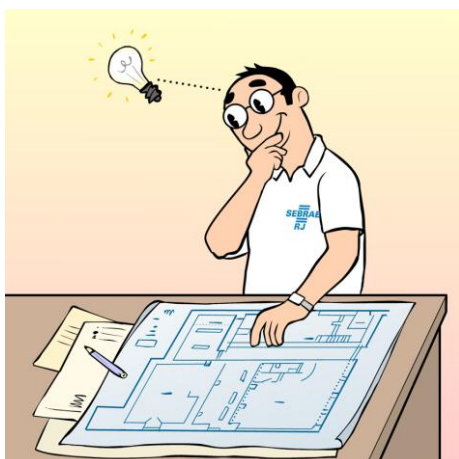


A ficha técnica da atividade é um quadro-resumo que tem por objetivo apresentar um detalhamento da atividade pretendida, fornecendo elementos necessários para:

- facilitar o preenchimento de fichas de consulta para verificação de exigências na instalação comercial;
- permitir a correta descrição do tipo de negócio no momento da elaboração do contrato social;
- revelar o perfil da variedade de produtos ou serviços oferecidos.

Ramo de atividade	Prestação de Serviços
Tipo de Negócio	Agências de viagens
Serviços Oferecidos	Atividades de organização e venda de viagens, pacotes turísticos, excursões; as atividades de reserva de hotel e de venda de passagens de empresas de transportes; o fornecimento de informação, assessoramento e planejamento de viagens para o público em geral e para clientes comerciais; as atividades de venda de bilhetes de viagens para qualquer finalidade ; as atividades de venda de passagens aéreas por companhias estrangeiras.

ASPECTOS OPERACIONAIS



Agência de viagem tem como atividade a venda de passagens avulsas para pessoas físicas ou jurídicas, a revenda de pacotes montados por operadoras de turismo, a organização de programas turísticos, as reservas de hotel, os guias turísticos, a assistência a turistas etc.

Atualmente o turismo é uma das mais importantes atividades econômicas mundiais, movimentando trilhões de dólares por ano, segundo dados estatísticos do Conselho Mundial de Turismo.

No Brasil, os números também são elevados e as previsões otimistas. Bilhões de dólares têm sido gastos por ano de norte a sul do país com atividades turísticas. A área de viagens e turismo é considerada, pelo Governo Federal, uma atividade estratégica para o desenvolvimento socioeconômico do país.

O crescimento deste mercado é uma excelente notícia não só para quem está ligado diretamente ao negócio, como os hotéis e as empresas de transporte turístico, mas também para todos os outros setores da economia que estão indiretamente envolvidos.

O público consumidor é bastante abrangente, formado por pessoa jurídica e pessoa física das mais variadas características. Entretanto, definir o alvo é importantíssimo para o empreendimento. Sem dúvida alguma, a diferenciação é conseguida pela qualidade e variedade dos produtos comercializados e pelo atendimento aos clientes.

A localização ideal para este empreendimento é aquela com boa concentração de pessoas, preferencialmente em áreas comerciais, e que disponha de estacionamento.

A estrutura básica de uma agência de viagens poderá ser dividida em:

- recepção;
- área de atendimento;
- área de administração (escritório);
- banheiros;
- copa.

Os itens básicos são:

- balcões;
- aparelhos de ar-condicionado;
- prateleiras;
- computadores;
- impressora;
- *scanner*;
- *softwares* gerenciais;
- sistema de telefonia;
- móveis em geral;
- artigos diversos de papelaria.

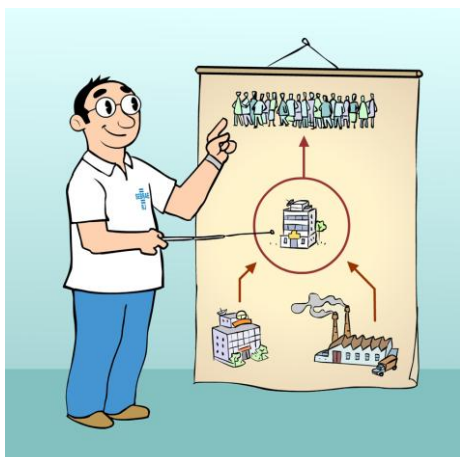
A decoração é resultado do conjunto de detalhes definidos no projeto arquitetônico. Mobiliário, pintura, iluminação, revestimentos, tudo é importante para o efeito final que se pretende. Uma boa decoração depende fundamentalmente de um bom detalhamento de todos esses itens.

Torna-se fundamental a atualização, na administração de qualquer empresa, logo a importância da busca contínua de informações. Estas podem ser adquiridas através da leitura, vídeos técnicos e administrativos, em feiras, palestras, treinamentos e outros eventos.

O empreendedor deve investir sempre em divulgação, para atingir o consumidor e garantir as vendas. É recomendável planejar uma estratégia de *marketing*, fazer uma análise do mercado, identificar quais são os custos dos serviços, adaptá-los e buscar a otimização da alocação. Mantenha seus clientes motivados partindo para uma revisão da estrutura de comercialização, avaliando paralelamente se essa estrutura atinge o mercado-alvo com sucesso. Lembre-se que o *marketing* deve ser contínuo e sistêmico. As empresas devem ter consciência de que a qualidade nos serviços prestados é, ainda, a melhor forma de tornar-se conhecida e sólida num mercado competitivo. A propaganda boca a boca é fator de fortalecimento das marcas.

A mão-de-obra é variável de acordo com a estrutura do empreendimento. Necessariamente, precisará contar com recepcionistas e especialistas do setor. Os funcionários responsáveis pelo contato com os consumidores devem ser cordiais e atenciosos, já que a qualidade no atendimento é fundamental neste tipo de empreendimento.

ASPECTOS MERCADOLÓGICOS



Conhecer o mercado é fundamental na análise de viabilidade de um empreendimento. Alguns questionamentos precisam ser respondidos. Por exemplo:

Quais as características do local onde a empresa será estabelecida? Para quem se pretende vender? Quem são os concorrentes? E os fornecedores?

Independente de dados e estatísticas sobre o assunto, a avaliação do **Mercado Concorrente** depende diretamente do empenho do empreendedor em conhecer pessoalmente os potenciais concorrentes. Visitá-los e até mesmo simular uma

contratação ou compra é a melhor estratégia para identificar características já existentes e oferecer diferenciais que possibilitem maior competitividade.

Agora que a operação da atividade pretendida já foi conhecida e, máquinas, equipamentos, matéria-prima e produtos necessários já foram identificados, está na hora de considerar o **Mercado Fornecedor** na análise mercadológica. É preciso conhecer os fornecedores, onde estão localizados e em que condições comerciais praticam.

A [Bolsa de Negócios do SEBRAE/RJ](http://www.sebraerj.com.br)¹ irá colaborar nessa etapa da pesquisa.

Recomenda-se consulta à seção [Informações Socioeconômicas](http://www.sebraerj.com.br)² disponibilizada no site do SEBRAE/RJ, onde serão encontradas informações relevantes para análise dos aspectos mercadológicos, em especial sobre o Perfil da Localidade e o Potencial de Consumo da Região em que se pretende atuar.

¹ Bolsa de Negócios do SEBRAE/RJ: <http://www.sebraerj.com.br>

² Informações Socioeconômicas: <http://www.sebraerj.com.br>

INVESTIMENTO INICIAL



O investimento inicial depende diretamente do tipo de negócio, do porte, da localização, do público-alvo e de outros aspectos do empreendimento.

Antes de desembolsar o primeiro R\$ (real), é recomendável pesquisar, estudar e relacionar todas as despesas que terá, por exemplo: com imóvel, instalações, equipamentos, contratações de serviços e de empregados, treinamento, documentação, legalização da empresa etc.

Por mais minuciosa que seja a definição dos gastos que comporão o investimento inicial, o empreendedor deve ter a clareza de que, quando iniciar a montagem da empresa, surgirão situações de gastos que não foram imaginadas antes, portanto, será necessária a reserva de uma boa quantia de dinheiro para estes imprevistos.

É preciso lembrar também do “capital de giro”, isto é, do dinheiro que precisará para pagar empregados, aluguel e despesas com o imóvel, luz, telefone etc., nos primeiros meses de operação e, também, como reserva de capital para suportar períodos iniciais com baixo número de clientes.

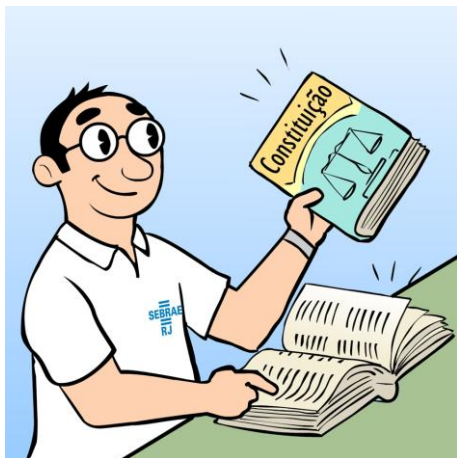
É de fundamental importância ter certeza de **quanto** vai gastar para montar a empresa e **quando** terá de efetuar cada pagamento. Veja o exemplo do quadro a seguir:

INVESTIMENTO INICIAL – ANTES DA INAUGURAÇÃO (Os valores são simbólicos)				
Detalhamento	Desembolso no 1º mês	Desembolso no 2º mês	Desembolso no 3º mês	Subtotal
Investimento em Instalações	1.500,00	1.000,00	2.000,00	4.500,00
Investimento em equipamentos	2.500,00	2.000,00	2.000,00	6.500,00
Investimento em veículos	-	-	-	-
Serviços de terceiros	3.000,00	1.000,00	1.000,00	5.000,00
Material de consumo e utensílios	-	-	1.000,00	1.000,00
Gastos com a abertura da empresa e inauguração	-	-	2.000,00	2.000,00
Reserva para gastos não previstos	5.000,00	-	-	5.000,00
Estoque	2.000,00	-	-	2.000,00
Subtotal	14.000,00	4.000,00	8.000,00	26.000,00
Reserva para capital de giro	-	-	5.000,00	5.000,00
TOTAL	14.000,00	4.000,00	13.000,00	31.000,00

Este quadro é um exemplo de como organizar os gastos com o investimento inicial. O ideal é que ele seja formado com o maior detalhamento possível, e que seja complementado na medida em que o empreendedor for se inteirando dos aspectos reais do empreendimento.

O quadro deve ser pensado como um grande mapa, quanto mais completo e detalhado for, mais acertado será o planejamento e serão reduzidas as oportunidades de surpresas desagradáveis com falta de recursos. Certamente, os erros no dimensionamento do investimento inicial, que provoquem esta falta de recursos, costumam ser a causa do fracasso de muitas empresas.

ASPECTOS LEGAIS



Para que uma empresa possa iniciar suas atividades, é necessário que esteja devidamente legalizada, ou seja, deverá estar registrada em determinados órgãos nos âmbitos federal, estadual e municipal. Alguns registros são comuns para todas as empresas, outros são exigidos apenas para aquelas que realizem determinadas atividades.

O SEBRAE/RJ, procura contribuir com informações sobre os registros comuns a todas as empresas, informando os órgãos a serem percorridos, bem como os documentos exigidos para sua legalização. Verifique em nosso site os [8 Passos para legalizar sua Empresa](#) .

Dependendo da atividade a ser desenvolvida, além dos 8 passos descritos para a Legalização de Empresas, poderão surgir outras exigências. Verifique os aspectos específicos dessa atividade:

Conforme a [lei 11.771, de 17 de setembro de 2008](#) e o [Decreto n.º 84.934, de 21 de julho de 1980](#), que dispõe sobre as atividades e serviços das Agências de Turismo, regulamenta o seu registro e funcionamento, e dá outras providências, compreende-se por Agência de Turismo a sociedade que tenha por objetivo social, exclusivamente, as atividades de turismo por ele definidas. Abaixo, destacam-se alguns artigos sobre esta atividade:

"(...)

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

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

II – intermediação remunerada na reserva de acomodações;

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

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

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

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

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

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

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

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

- I – obtenção e legalização de documentos para viajantes;*
- II – reserva e venda, mediante comissionamento, de ingressos para espetáculos públicos, artísticos, esportivos, culturais e outros;*
- III – transporte turístico de superfície;*
- IV – desembaraço de bagagens, rias viagens e excursões de seus clientes;*
- V – agenciamento de carga;*
- VI – prestação de serviços para congressos, convenções, feiras e eventos similares;*
- VII – operações de câmbio manual, observadas as instruções baixadas a esse respeito pelo Banco Central do Brasil;*
- VIII – outros serviços, que venham a ser especificados pelo Conselho Nacional de Turismo – CNTur.*

Art. 4º – Conforme os serviços que estejam habilitados a prestar, e os requisitos para seu registro e funcionamento, as Agências de Turismo classificam-se em duas categorias:

- I – Agência de Viagens e Turismo;**
- II – Agência de Viagens.**

§ 1º – É privativa das Agências de Viagens e Turismo a prestação dos serviços referidos no inciso IV, do artigo 2º, quando relativos a excursões do Brasil para o exterior.

§ 2º – O disposto no § 10 não se aplica à operação de excursões rodoviárias, reabilitadas em maior parte no território nacional e apenas complementadas em países limítrofes.

*§ 3º – Em localidades onde não exista nenhuma Agência de Turismo registrada e em operação, a Empresa Brasileira de Turismo – EMBRATUR, poderá autorizar, a título precário, a venda comissionada, avulsa, em pequena escala e à vista, de passagens rodoviárias, ferroviárias, fluviais, ou lacustres, por empresas não habilitadas na forma do presente Decreto.
(...)”.*

Analisando as informações constantes neste Decreto, é condição prévia para registro a comprovação dos seguintes requisitos:

- I – capital integralizado no valor equivalente, no mínimo, a 6.000 (seis mil) e a 2.000 (duas mil) Obrigações Reajustáveis do Tesouro Nacional – ORTNs, respectivamente, para Agências de Viagens e Turismo e para Agências de Viagens;
- II – capacidade técnica e idoneidade moral da empresa e de seus responsáveis;
- III – idoneidade financeira e qualificação cadastral da empresa;
- IV – instalações adequadas ao atendimento dos usuários, com áreas exclusivamente destinadas à atividade;
- V – comprovação de viabilidade do mercado na localidade pretendida.

A capacidade técnica da empresa e de seus responsáveis será aferida por meio de:

I – documento comprobatório de que ao menos um dos sócios ou diretores responsáveis pela empresa, ou se for o caso, gerente da filial, possua mais de 3 (três) anos de experiência profissional no exercício de atividades ligadas ao turismo;

II – prova de que a empresa ou filial dispõe de informações técnicas e de consulta, relativas à atividade, e especialmente sobre:

a – meios de transporte e condições de hospedagem, alimentação e recreação nos roteiros turísticos que operar e vender;

b – formalidades pertinentes à entrada, a saída e a permanência de viajantes e turistas.

A idoneidade moral dos responsáveis e a idoneidade financeira da empresa serão comprovadas mediante apresentação de atestados e referências de natureza comercial e outras, em forma a ser estabelecida pelo Ministério do Turismo.

Os prestadores de serviços de turismo terão que se cadastrar na Gerência Regional do Ministério do Turismo em cada estado. No Estado do Rio de Janeiro, o escritório funciona em anexo à Secretaria Estadual de Turismo e é administrado pela [Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro –TurisRio](#), empresa gestora do turismo fluminense, vinculada à Secretaria de Turismo, Esporte e Lazer. Abaixo, o endereço do órgão oficial de turismo no Estado:

[Secretaria de Turismo, Esporte e Lazer – SETE.](#)

Rua da Ajuda, nº 5, 6º andar – Centro – Rio de Janeiro – RJ.

CEP: 20.040-000 Tel.: (21) 2333-1011 / FAX: (21) 2333-1049

E-mail: regionalrj@turisrio.rj.gov.br

O [Decreto n.º 5.406, de 30 de março de 2005](#), do [Ministério do Turismo – MTUR](#) e disponível no *site* da Presidência da República Federativa do Brasil, regulamenta a atividade turística no país. Estão sujeitos ao cadastro todas as sociedades empresárias, as sociedades simples e os empresários individuais que prestem serviços turísticos remunerados. Sem o cadastramento, nenhuma atividade turística poderá ser exercida, assim como os meios de hospedagem em geral, parques temáticos, **agências de turismo**, transportadoras turísticas, guias de turismo, prestadores de serviços de organização de congressos, convenções e eventos, bem como de feiras e exposições.

Conforme o referido decreto, e informação disponibilizada no *site* do [Ministério do Turismo](#), para adequação ao processo tecnológico vivido atualmente, o empresariado do setor de turismo tem duas formas de se cadastrar: pela [Internet](#) ou pelos Órgãos Estaduais de Turismo. Será necessário efetuar primeiramente o cadastramento e a identificação do usuário que estará habilitado como administrador para utilizar o sistema. Neste cadastramento, será necessário apresentar:

- carta modelo em papel timbrado da empresa;
- CNPJ autenticado da empresa/empreendimento que se deseja administrar;

- CPF autenticado do usuário que será o novo administrador do Cadastro da empresa/empreendimento.

Para realizar o Cadastro de empresas/empreendimentos, o usuário deverá:

1. completar com sucesso o preenchimento do formulário eletrônico do Cadastro;
2. realizar o pagamento da Taxa de Cadastro;
3. assinar o Termo de Responsabilidade que será disponibilizado no término do preenchimento do formulário eletrônico de Cadastro;
4. encaminhar para o Órgão Estadual de Turismo, onde a empresa estiver localizada:

- CNPJ autenticado;
- Termo de Responsabilidade assinado;
- cópia dos comprovantes de pagamento da Taxa de Cadastro.

O sistema emitirá um Comprovante de Cadastro Provisório (Comprovante de Entrega), até que os documentos acima mencionados sejam encaminhados ao Órgão Estadual de Turismo, momento no qual o Cadastro estará confirmado e será disponibilizado via Internet o Certificado de Cadastro Eletrônico.

O [Ministério do Turismo \(MTur\)](#) e a [Associação Brasileira de Normas Técnicas \(ABNT\)](#) firmaram um contrato que possibilita, após breve cadastro, visualizar e imprimir as normas brasileiras publicadas no âmbito do Comitê Brasileiro de Turismo (ABNT/CB-54), recomenda-se a consulta das normas no seguinte endereço: <http://www.abntcatalogo.com.br/mtur/>

Para uma empresa emitir bilhetes aéreos, é necessário o registro no [Sindicato Nacional de Empresas Aeroviárias – SNEA](#). A documentação necessária para este registro pode ser verificada na seção [Serviços](#).

Recomenda-se também a leitura da [Lei n.º 8.623, de 28 de janeiro de 1993](#), disponível no site da Presidência da República, que dispõe sobre a profissão de guia de turismo.

A [Lei n.º 4.769 de 09 de setembro de 1965](#), regulamentada pelo [Decreto n.º 61.934 de 22 de dezembro de 1967](#), dispõe que toda empresa, cujo objetivo social se enquadre nas áreas de atuação privativas da Administração é obrigada a se registrar no [Conselho Regional de Administração](#) conforme sua localização.

Recomenda-se consulta formal junto ao [Conselho Regional de Administração](#), uma vez que a atividade **Agência de Viagem** encontra-se sob o [código I047](#), na relação das áreas de atuação privativas da Administração.

O [Decreto Estadual n.º. 35.686, de 14 de junho de 2004](#), dispõe sobre a organização do Sistema Estadual de Defesa do Consumidor – SEDC, estabelecendo as normas gerais das relações de consumo e de aplicação das sanções administrativas previstas nas [Normas de Proteção e Defesa do Consumidor](#), dispostas no Código de Defesa do Consumidor – [Lei Federal n.º. 8.078 de 11/09/1990](#) e no [Decreto Federal n.º. 2.181, de 20 de março de 1997](#). Abaixo, destacam-se **Art. 2º e 3º** do Código de Defesa onde Consumidor, Fornecedor, Produto e Serviço encontram-se definidos.

“(...)

Art. 2º **Consumidor** é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 3º **Fornecedor** é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º **Produto** é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º **Serviço** é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

(...)”

Conforme o [Decreto n.º 897, de 21 de setembro de 1976](#), que estabelece o Código de Segurança Contra Incêndio e Pânico – COSCIP, disponível no *site* da Secretaria de Estado da Defesa Civil e do Corpo de Bombeiros Militar do Estado do Rio de Janeiro, todas as empresas devem possuir o Certificado de Aprovação do Corpo de Bombeiros, que será emitido depois que o Laudo de Exigências da Diretoria Geral de Serviços Técnicos (DGST) for cumprido. Recomenda-se a leitura da íntegra deste documento legal e consulta no Destacamento do Corpo de Bombeiros do Município onde a empresa será estabelecida.

Destaca-se o [Decreto n.º 35.671, de 09 de junho de 2004](#), também disponível no *site* da Secretaria de Estado da Defesa Civil e do Corpo de Bombeiros Militar do Estado do Rio de Janeiro, que dispõe sobre a segurança contra incêndio e pânico nas edificações comprovadamente licenciadas ou construídas antes da vigência do Decreto n.º 897, de 21 de setembro de 1976.



Recomenda-se consulta à Prefeitura do Município onde a empresa será legalizada para conhecimento das exigências regionais.



Abaixo, destacam-se alguns documentos legais de interesse empresarial, no âmbito do Estado do Rio de Janeiro.

- [Lei n.º 2.487, de 21 de dezembro de 1995](#), disponível no *site* da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro – Os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços estão obrigados a manter fixado, em local visível, o endereço e o telefone do PROCON – Programa de Orientação e Proteção ao Consumidor. Na cidade do Rio de Janeiro, de forma geral, deverá ser adotada a seguinte denominação: "[PROCON/RJ – Programa Estadual de Orientação e Proteção ao Consumidor](#)". Endereço: Rua da Ajuda nº 05 (sub-

solo), Centro – Rio de Janeiro CEP: 20040-000 / Praça Cristiano Ottoni s/n° (sub-solo), Central do Brasil – Rio de Janeiro CEP: 20221-250 – Telefone: 151".

- [Lei n.º 4.222, de 24 de novembro de 2003](#), da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro – Institui o “Selo de Qualidade Fluminense de Turismo” como classificador dos padrões de serviços turísticos no Estado do Rio de Janeiro. A adesão e a sujeição ao programa são facultativas.
- [Lei n.º 4.358, de 21 de junho de 2004](#), disponível no *site* da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro, dispõe sobre a divulgação em estabelecimentos públicos dos crimes e das penas relativas à prostituição e à exploração sexual de crianças e adolescentes. Os estabelecimentos considerados nessa legislação são: *hotéis, motéis, pousadas, bares, restaurantes, lanchonetes, casas noturnas de qualquer natureza, clubes sociais, associações recreativas ou desportivas cujo quadro de associados seja de livre acesso ou que promovam eventos com entrada paga, agências de modelos, de viagens, salões de beleza, casas de massagens, saunas, academias de dança, de fisiculturismo, de ginástica e atividades correlatas e outros estabelecimentos comerciais que ofereçam serviços mediante pagamento e voltados ao mercado ou culto da estética).*

ASPECTOS COMPLEMENTARES

Leituras

Revista Informatur.

Editora: *Script* Editoração, Comércio e Representações S/S Ltda.

Telefax: (41) 3078-8203

Site: www.informatur.com.br

E-mail: cleuzacarvalho666@informatur.com.br

Revista Turismo (on-line).

Responsabilidade: Revista Turismo.

Site: www.revistaturismo.com.br

E-mail: revistaturismo@revistaturismo.com.br

Revista Viagem e Turismo.

Editora: Abril.

Telefone: 0800-775-2828 ou (11) 3347-2121

Site: www.viagemeturismo.abril.com.br

Agência de Viagens.

Editora/ Distribuidora: SEBRAE/SC.

Disponível em nosso acervo para consulta local.

E-mail: cdi@sebraerj.com.br



Vídeos

Agência de Ecoturismo

Produção: CPT – Centro de Produções Técnicas.

Telefone: (31) 3899-7000

Fax: (31) 3899-7091

Site: www.cpt.com.br

Agência de Viagens

Produção: SEBRAE Nacional.

Disponível em nosso acervo para consulta local.

E-mail: cdi@sebraerj.com.br

Cursos

Curso On-line de Turismo.

Site: www.revistaturismo.com.br

SEBRAE/RJ.

Central de Relacionamento: 0800-570-0800

Site: www.sebraerj.com.br

SENAC/RJ.

Telefone: (21) 4002-2002

Site: www.rj.senac.br

Entidade de Classe

Associação Brasileira de Agências de Viagens do Rio de Janeiro.

Endereço: Rua Senador Dantas, 76 – Sobreloja – Centro – Rio de Janeiro – RJ.

Telefones: (21) 3231-7799

Fax: (21) 2240-5582

Site: www.abavrio.com.br

E-mail: abavirio@abavirio.com.br

Sites Interessantes

Brazil Tour

Site: www.braziltour.com

Sindicato Nacional de Empresas Aeroviárias – SNEA

Site : www.snea.com.br

TurisRio

Site: www.turisrio.rj.gov.br

Portal Brasileiro do Turismo

Site: www.institucional.turismo.gov.br

Associação Brasileira das Operadoras de Turismo – BRAZTOA

Site: www.braztoa.com.br

Federação Nacional de Turismo – Fenactur

Site: www.fenactur.com.br

Ministério do Turismo

Site: www.turismo.gov.br

Feiras e Eventos

ABAV

Exposição de Turismo.

Congresso Brasileiro de Agências de Viagens.

Promoção: Associação Brasileira de Agências de Viagens – ABAV.

Site: www.abav.com.br

E-mail: abav@abav.com.br

SALÃO DE NEGÓCIOS TURÍSTICOS DO MERCOSUL.

Promoção: Marta Rossi & Silvia Zorzanello Feiras e Empreendimentos Ltda.

Site: www.festivalturismogramado.com.br

E-mail: festival@martaesilvia.com.br

MULTIMINAS BRASIL

Feira Nacional de Turismo.

Promoção: Tecnitur Feiras, Congressos e Eventos Ltda.

Site: www.tecnitur.com.br

E-mail: tecnitur@tecnitur.com.br

AVIESTUR

Feira de Negócios de Turismo do Interior.

Promoção: Associação das Agências de Viagens Independentes do Interior de São Paulo – AVIESP.

Site: www.aviesp.org.br

E-mail: aviesp@aviesp.org.br

Verifique outros eventos no [Calendário de Eventos](#) disponibilizado pelo SEBRAE/RJ.

Lembre-se que esse é o Primeiro Passo em direção ao seu próprio negócio, conte com o SEBRAE para continuar essa caminhada. Procure uma das nossas Unidades de Atendimento ou Fale Conosco através da nossa [Central de Relacionamento](#) ³.

³ Central de Relacionamento do SEBRAE/RJ: <http://www.sebraerj.com.br>

REFERÊNCIAS

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Processo legislativo. Leis estaduais.** Disponível em: <http://www.alerj.rj.gov.br/>. Acesso em: 06 abr. 2010.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. **Calendário brasileiro de exposições e feiras.** Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/>. Acesso em: 06 abr. 2010.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Legislação.** Disponível em: <http://institucional.turismo.gov.br>. Acesso em: 06 abr. 2010.

COMO montar agência de viagens. 3. ed. Brasília, DF: SEBRAE, 1996. 30p. (Oportunidades de negócios).

CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO – CFA. **Legislação.** Disponível em: <http://www.cfa.org.br>. Acesso em: 06 abr. 2010.

CONSELHO REGIONAL DE ADMINISTRAÇÃO – CRA. **Áreas de Atuação – Legislação.** Disponível em: <http://www.cra-rj.org.br/>. Acesso em: 06 abr. 2010.

CORPO DE BOMBEIROS MILITAR DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Informações para empresas.** Disponível em: <http://www.defesacivil.rj.gov.br/>. Acesso em: 06 abr. 2010.

PAVANI, Claudia; DEUTSCHER, José Arnaldo; LÓPEZ, Santiago Maya. **Plano de negócios: planejando o sucesso de seu empreendimento.** Rio de Janeiro: Minion, 2000. 202p.

PROGRAMA DE ORIENTAÇÃO E DEFESA AO CONSUMIDOR – PROCON–RJ. **Orientação ao Consumidor.** Disponível em: <http://www.procon.rj.gov.br>. Acesso em: 06 abr. 2010.

ROSA, Silvana Goulart Machado. **Reposicionamento de produtos.** Porto Alegre: SEBRAE/RS, 1998. 64p. (Série Marketing Essencial, 3).

SEBRAE/ES. **Idéias de negócios: Agência de Viagem.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 06 abr. 2010.

SEBRAE/RJ. **Calendário de eventos.** Disponível em: <http://www.sebraerj.com.br/>. Acesso em: 06 abr. 2010.

SECRETARIA DE TURISMO, ESPORTE E LAZER DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO – SETE. **Orientações / Registros.** Disponível em: <http://www.turismoesporte.rj.gov.br/>. Acesso em: 06 abr. 2010.

COMPANHIA DE TURISMO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO – TurisRio. **Orientações / Registros.** Disponível em: <http://www.turisrio.rj.gov.br>. Acesso em: 06 abr. 2010.

SINDICATO NACIONAL DE EMPRESAS AEROVIÁRIAS – SNEA. **Registros.** Disponível em: <http://www.snea.com.br/>. Acesso em: 06 abr. 2010.

TOALDO, Ana Maria Machado; COSTA, Filipe Campelo Xavier da; TEITELBAUM, Ilton. **Pesquisa de mercado para pequenas empresas.** Porto Alegre: SEBRAE/ FAURGS, 1997. 28p. (Série Talentos Empreendedores, 7).