



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE
SANTA CATARINA

PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO

Empreendedorismo no Setor Turístico

Campus Garopaba

Maio de 2013

1 Dados da Instituição

Instituto Federal de Santa Catarina – Campus Garopaba

CNPJ	Nº 11.402.887/001-60
Razão Social	Instituto Federal de Santa Catarina – Campus Garopaba
Esfera Administrativa	Federal
Endereço	Rodovia SC 434, km 11, 11090 – Campo Duna
Cidade/UF/CEP	Garopaba – SC – Cep.: 88.495-000
Telefone/Fax	(48) 3354-0868
Responsáveis, E-mail de Contato, Cargo	Cristine Ferreira Costa Chefe DEPE Cristine.costa@ifsc.edu.br
Site	www.ifsc.edu.br

2 Dados gerais do curso

Nome do curso	EMPREENDEDORISMO NO SETOR TURÍSTICO
Eixo tecnológico	Turismo, Hospitalidade e Lazer
Características do curso	Formação Inicial ☒
	Formação Continuada ☒
	PROEJA Ensino Fundamental ☐
	PROEJA Ensino Médio ☐
Número de vagas por turma	20
Frequência da oferta	Anual
Carga horária total	81 horas
Periodicidade das aulas	Duas vezes por semana
Turno e horário das aulas	Turno noturno das 19h às 22h
Local das aulas	Câmpus Garopaba

3 Justificativa

Os municípios de Garopaba e região integram o roteiro turístico da Embratur denominado “Encantos do Sul Catarinense”, que atraem o ano inteiro turistas brasileiros e estrangeiros, que buscam o destino para apreciar e manter contato a natureza, curtir as férias no verão ou a tranquilidade das baixas estações. De acordo com dados da Santur (2011), somente o município de Garopaba recebe anualmente mais de 100 mil turistas.

O desenvolvimento do turismo em uma cidade só é possível pela atuação de uma cadeia integrada de empresas que, além dos serviços turísticos próprios como os de hospedagem e alimentação, contemplam atividades que vão desde o entretenimento até os serviços básicos de deslocamento, saúde e comércio em geral. Isto se concretiza pela atuação de pessoas com iniciativa, que atuam de forma autônoma, assumem riscos, geram empregos e colaboram para o crescimento e desenvolvimento das cidades – os chamados *empreendedores*. O empreendedorismo, por sua vez, designa os estudos relativos ao [empreendedor](#), seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação.

De acordo com o Global Entrepreneurship Monitor - GEM, pesquisa que aponta indicadores do empreendedorismo no mundo, entre os 17 países membros do G20 que participaram da pesquisa em 2010, o Brasil é o que possui a maior Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial (TEA), 17,5%, seguido pela China, com 14,4% e a Argentina com 14,2%. Há dez anos esta pesquisa é realizada no Brasil e, em 2010, o país alcançou a liderança em termos de abertura de novos negócios, o que demonstra a capacidade empreendedora dos brasileiros.

Apesar destes resultados positivos, chama a atenção o fato de que de no Brasil de cada micro e pequena empresa constituída no ano de 2005, cerca de 35% não chegaram a completar quatro anos de atividade. No ranking dos Estados, Santa Catarina ocupa o 8º lugar na taxa de mortalidade. Quando questionados sobre a causa do insucesso, 77% dos ex-empresários assinalaram que a falta de habilidade gerencial e a capacidade empreendedora foram os principais motivos condicionantes do fechamento do empreendimento. A maior taxa de mortalidade empresarial, no Brasil, concentra-se nas micro e pequenas empresas, principalmente no segmento comercial.

Os dados anteriormente citados demonstram que nem sempre a conjuntura econômica é a principal causa da mortalidade das empresas, mas sim a falta de uma preparação adequada das pessoas para desbravar o mundo dos negócios. Dito de outra forma, o êxito das organizações está diretamente ligado à preparação das pessoas. Ter sucesso ou não nos negócios não é uma questão de ter dinheiro, sorte, boa vontade ou otimismo, mas sim um perfil adequado que integra: as atitudes, a capacidade de análise e a tomada de decisão, o conhecimento técnico e as habilidades gerenciais para conduzir as atividades empresariais.

Tendo em vista que o município de Garopaba integra uma região turística com inúmeras oportunidades de atividade empreendedora, percebe-se que há uma lacuna que pode ser explorada pelo IFSC.

A oferta de cursos de formação inicial e continuada consta como um dos objetivos do IFSC. Através deste curso o Campus de Garopaba, além de atender esta demanda institucional, também oportuniza que os alunos vislumbrem novas oportunidades profissionais, por meio da atividade autônoma.

A proposta vai ao encontro de uma das diretrizes do plano de gestão da nova reitora e também atende a um compromisso do IFSC em repassar a metodologia transmitida pelo Sebrae/SC “Formação de Jovens Empreendedores”, do qual a coordenadora deste curso participou. Adicionamos ainda que tal curso foi ofertado no ano letivo de 2011, em cooperação com o Campus de Araranguá. O reenvio do projeto está acontecendo devido a inclusão de novas unidades curriculares e alteração de carga horária.

4 Objetivos do Curso

O curso tem como objetivo fornecer aos participantes os principais referenciais do empreendedorismo e do plano de negócios, de forma que estas pessoas possam empreender com visão de oportunidade e planejamento das ações, de maneira ética e com responsabilidade socioambiental.

5 Público-Alvo

O curso é destinado aos profissionais do turismo que desejam obter referenciais sobre empreendedorismo e plano de negócios e pretendem atuar como empreendedores.

6 Perfil Profissional e Áreas de Atuação

O egresso do Curso de Empreendedorismo no Setor Turístico terá competências e habilidades para empreender novos negócios no ramo do turismo, de forma criativa e com responsabilidade socioambiental, baseados em um planejamento prévio.

7 Pré-requisito e mecanismo de acesso ao curso

Para participar do curso, o aluno deverá ter o mínimo de 18 anos e ter concluído o 9º ano do ensino fundamental ou equivalente.

A inscrição será realizada pela internet, no site <http://ingresso.ifsc.edu.br>. A seleção ocorrerá por meio de questionário sócio-econômico (anexo 1). A relação dos candidatos selecionados será publicada no endereço <http://ingresso.ifsc.edu.br> e nos murais do Campus Avançado de Garopaba.

A matrícula será realizada no Campus Garopaba. O candidato selecionado que não efetuar a matrícula no local e horários indicados, bem como aquele que não comparecer nos dois primeiros dias de aula consecutivos (sem justificativa), perderá o direito a vaga. Neste caso, serão chamados os candidatos da lista de espera.

8 Matriz curricular

O curso está estruturado em cinco disciplinas, sendo estas:

- Fundamentos do Empreendedorismo (15h)
- Fundamentos do Turismo (12h)
- Plano de Negócios (33 h)
- Responsabilidade Sócioambiental (9h)
- Atividade Integradora: Simulação Empresarial (12h)

Total de 81 horas.

9 Componentes curriculares

UNIDADE CURRICULAR	Fundamentos do Empreendedorismo
EMENTA	Conceito de empreendedorismo e intraempreendedorismo Importância do empreendedorismo para a economia. O empreendedorismo como uma opção profissional. As principais características do comportamento empreendedor: criatividade, perseverança, autonomia, iniciativa, comprometimento, capacidade de negociar, estabelecimento de metas, planejamento, rede de contatos.
COMPETÊNCIA	Compreender as características que integram o perfil do empreendedor e a importância do empreendedorismo para o setor turístico.
CARGA HORÁRIA	15h
BASES TECNOLÓGICAS	Empreendedorismo. Intraempreendedorismo. Perfil do empreendedor.
HABILIDADES	- Adaptar/Aprimorar as características comportamentais próprias para o desenvolvimento da capacidade empreendedora; - Identificar novas formas de atuação profissional.
ATITUDES	- Iniciativa - Criatividade - Perseverança - Comprometimento
METODOLOGIA	Enfoque no teórico-prático, de maneira que seja possível a construção solidária de conhecimentos, baseadas em vivências e nas trocas de experiências. Desta forma, o conhecimento prévio se atrelará ao novo, partindo-se das experiências de cada sujeito. Serão utilizadas estratégias que exploram a participação individual e a atuação em grupos. Consistirão de: aulas expositivas dialogadas, estudo de texto, debates, dramatização, jogos de empresa e palestras com empreendedores locais.
REFERENCIAS	<u>Básica</u> DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 3ª ed. Editora Campus: Rio de Janeiro, 2008. CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 3ª ed. Saraiva: São Paulo, 2008. <u>Complementar</u> DORNELAS, J. C. A. Empreenda (quase) sem dinheiro. Saraiva: São Paulo, 2009.

	DORRESTEIJN, H; ROCHA, M. T; GONTIJO, M. J. Empreendedorismo em negócios sustentáveis: Plano de Negócios Como Ferramenta do Desenvolvimento. Peirópolis: São Paulo, 2005. IDALBERTO, C. Administração para não administradores: a gestão de negócios ao alcance de todos. 2ª ed. Editora Manole: São Paulo, 2011. LOPES, R. M. Educação empreendedora. Elsevier Campus: Rio de Janeiro, 2010.
--	---

UNIDADE CURRICULAR	Fundamentos do Turismo e da Hospitalidade
EMENTA	O Turismo e a hospitalidade: origens e conceitos. Sistema de Turismo e seus elementos. Noções de Planejamento Turístico. Hospitalidade Contemporânea. Destinos turísticos no mundo.
COMPETÊNCIA	Conhecer os principais conceitos de turismo e da hospitalidade e como se interagem e integram com a realidade turística local e regional atualmente.
CARGA HORÁRIA	15h
CONHECIMENTOS	Origem do turismo e da hospitalidade, SISTUR e Noções de planejamento turístico.
HABILIDADES	- Visualizar o processo turístico global, localmente - Identificar oportunidades na área - Perceber a importância do planejamento e atendimento turístico
ATITUDES	- Iniciativa - Criatividade - Comprometimento - Raciocínio Analítico
METODOLOGIA	Enfoque teórico-prático, com apresentação de cases e estudos relativos ao tema trabalhado. Prática de exercícios de raciocínio analítico, auxiliando o objetivo geral do curso. Interação em grupos, utilização de materiais gráficos e visuais de destinos turísticos.
REFERENCIAS	Básica ANDRADE, José Vicente. Turismo: fundamentos e dimensões. São Paulo: Editora Ática, 2004. BENI, Mário Carlos. Análise estrutural do turismo. 12 ed. São Paulo: Editora SENAC SP, 2007. TRIGO, L. G. G. Turismo Básico. 7 ed. São Paulo: SENAC São Paulo,

	2004. _____. Turismo: como aprender, como ensinar. São Paulo: SENAC, 2009 Complementar CASTELLI, Geraldo. Hospitalidade na perspectiva da gastronomia e da hotelaria. São Paulo: Saraiva, 2005. LOCKWOOD, A; MEDLIK, S. Turismo e hospitalidade no século XXI. Barueri, SP: Manole, 2003.
--	---

UNIDADE CURRICULAR	Responsabilidade Socioambiental
EMENTA	Sustentabilidade: histórico, conceito e dimensões; Impactos do setor turístico; Responsabilidade socioambiental empresarial.
COMPETÊNCIA	- Planejar novos empreendimentos com responsabilidade socioambiental.
CARGA HORÁRIA	- 12 horas
CONHECIMENTOS	Conceito e dimensões da sustentabilidade; Impactos sociais e ambientais do setor turístico; Soluções sustentáveis.
HABILIDADES	- Avaliar os impactos socioambientais de empreendimentos no setor turístico. - Propor soluções sustentáveis para a minimização dos impactos de empreendimentos no setor turístico. - Planejar ações integradas de responsabilidade socioambiental para empreendimentos no setor turístico.
ATITUDES	- Iniciativa - Criatividade - Comprometimento - Criticidade - Responsabilidade
METODOLOGIA	Aulas expositivas e dialogadas, com a utilização de material impresso ou audiovisual para problematização dos assuntos discutidos. Debates e vivências para o aprofundamento do olhar crítico e desenvolvimento de soluções criativas para os problemas levantados.
REFERENCIAS	ALIGRIERI, L.; ALIGRIERI, L.A.; KRUGLIANSKAS, I. Gestão Socioambiental: Responsabilidade e Sustentabilidade no negócio. São Paulo: Atlas, 2009. DIAS, R. Gestão Ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2011.

	DIAS, R. Turismo Sustentável e Meio Ambiente. São Paulo: Atlas, 2008. MANO, E.B.; PACHECO, E.B.A.V.; BONELLI, C.M.C. Meio Ambiente, Poluição e Reciclagem 2ªed. São Paulo: Blucher, 2010 TELES, R.M.S. Turismo e Meio Ambiente. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
--	---

UNIDADE CURRICULAR	Plano de Negócios
EMENTA	Conceitos básicos de economia: demanda e oferta, setores empresariais, fatores influentes na demanda e na oferta. Conceito de Marketing e Composto de Marketing. Projeto de Produto. Finanças e Custos: custo total, custo variáveis, custos fixos, métodos de formação de preços, margem de contribuição, capital de giro, ponto de equilíbrio, formas de financiamento, análise de lucratividade e rentabilidade, fluxo de caixa. Estrutura de um plano de negócios. Por que muitos negócios não dão certo.
COMPETÊNCIA	- Analisar os fatores, condições e a estrutura necessária para criação de um novo negócio.
CARGA HORÁRIA	- 32 horas
BASES TECNOLÓGICAS	Demanda, oferta e procura. Marketing. Estrutura de custos. Fluxo de Caixa. Capital de Giro. Financiamento. Plano de negócios. Causas de Mortalidade nas empresas.
HABILIDADES	- Empregar cálculos para investimento inicial de novos negócios, estrutura de custos e análises de viabilidade, rentabilidade e lucratividade; - Elaborar projeto de produto; - Desenvolver os aspectos básicos de um plano de negócios.
ATITUDES	- Proatividade - Flexibilidade - <i>Perseverança</i> - <i>Comprometimento</i>
METODOLOGIA	Enfoque no teórico-prático, de maneira que seja possível a construção solidária de conhecimentos, baseadas em vivências e nas trocas de experiências. Desta forma, o conhecimento prévio se atrelará ao novo, partindo-se das experiências de cada sujeito. Serão utilizadas estratégias que exploram a participação individual e a atuação em grupos. Consistirão de: aulas expositivas dialogadas, estudos de texto, debates, dinâmicas, jogos de empresa e exercícios de simulação.
REFERENCIAS	<u>Básica</u> DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em

	negócios. 3ª ed. Editora Campus: Rio de Janeiro, 2008. CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 3ª ed. Saraiva: São Paulo, 2008. <u>Complementar</u> DORNELAS, J. C. A. Empreenda (quase) sem dinheiro. Saraiva: São Paulo, 2009. DORRESTEIJN, H; ROCHA, M. T; GONTIJO, M. J. Empreendedorismo em negócios sustentáveis: Plano de Negócios Como Ferramenta do Desenvolvimento. Peirópolis: São Paulo, 2005. COBRA, M. Marketing de Turismo. Cobra: São Paulo, 2005. IDALBERTO, C. Administração para nao administradores: a gestão de negócios ao alcance de todos. 2ª ed. Editora Manole: São Paulo, 2011. KOTLER, P; KELLER, K. L. Administração de Marketing. 12a ed. Pearson Education: Rio de Janeiro, 2006. LOPES, R. M. Educação empreendedora. Elsevier Campus: Rio de Janeiro, 2010.
--	---

10 Avaliação do processo de ensino e aprendizagem

A avaliação será baseada nas competências, considerando o aluno como um todo, seu crescimento e desenvolvimento durante o decurso. Para tanto, não serão utilizados métodos somativos, mas sim uma avaliação diagnóstica e formativa, que se preocupará com o estágio inicial de conhecimentos do aluno, seu desenvolvimento durante o percurso, sua percepção quanto ao seu próprio “caminhar”. Os professores também deverão observar a coerência do trabalho pedagógico com o perfil do egresso previstos no Curso.

As avaliações serão compostas por:

- Exercícios individuais e em grupo;
- Atividades práticas com simulação empresarial;
- Estudos de caso.

Além das competências técnicas, serão analisadas as seguintes atitudes dos alunos:

- Assiduidade e pontualidade à aulas;
- Postura e respeito ao próximo;
- Cumprir as tarefas solicitadas, respeitando os prazos;
- Contribuir para as aulas com interesse, iniciativa e empenho.

Os registros das avaliações são feitos de acordo com a nomenclatura que segue:

E - Excelente;

P - Proficiente;

S - Satisfatório;

I - Insuficiente.

O registro, para fins de documentos acadêmicos, será efetivado ao final de cada unidade curricular, apontando a situação do aluno no que se refere à constituição de competências. Para tanto, utilizar-se-á nomenclatura:

A - (Apto): quando o aluno tiver obtido as competências, com conceitos E, P ou S e frequência mínima de 75%;

NA - (Não Apto): quando o aluno não tiver obtido as competências, ou seja, conceito I ou frequência inferior a 75%

A recuperação de estudos deverá compreender a realização de novas atividades no decorrer do período do próprio curso, que promovam a aprendizagem, tendo em vista o desenvolvimento das competências. Ao final dos estudos de recuperação o aluno será submetido à avaliação, cujo resultado será registrado pelo professor.

11 Quadro dos Docentes envolvidos com o curso

Unidades Curriculares	Professor	Formação
Fundamentos do Empreendedorismo	Fabiana de Agapito Kangerski	Bacharel em Administração
Fundamentos do Turismo	Tiago Savi Mondo	Bacharel em Turismo
Plano de Negócios	Fabiana de Agapito Kangerski	Bacharel em Administração
		Licenciatura em Biologia

Responsabilidade Sócioambiental	Elisa Serena Gandolfo	
------------------------------------	-----------------------	--

12 Bibliografia

ALIGRIERI, L.; ALIGRIERI, L.A.; KRUGLIANSKAS, I. **Gestão Socioambiental: Responsabilidade e Sustentabilidade no negócio.** São Paulo: Atlas, 2009.

ANDRADE, José Vicente. **Turismo:** fundamentos e dimensões. São Paulo: Editora Ática, 2004.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo.** 12 ed. São Paulo: Editora SENAC SP, 2007.

CASTELLI, Geraldo. **Hospitalidade na perspectiva da gastronomia e da hotelaria.** São Paulo: Saraiva, 2005.

CHIAVENATO, I. **Administração para não administradores:** a gestão de negócios ao alcance de todos. 2ª ed. Editora Manole: São Paulo, 2011.

_____, I. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor. 3ª ed. Saraiva: São Paulo, 2008.

COBRA, M. **Marketing de Turismo.** Cobra: São Paulo, 2005.

DIAS, R. **Gestão Ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade.** São Paulo: Atlas, 2011.

_____, R. **Turismo Sustentável e Meio Ambiente.** São Paulo: Atlas, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreenda (quase) sem dinheiro.** Saraiva: São Paulo, 2009.

_____, J. C. A. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. 3ª ed. Editora Campus: Rio de Janeiro, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. 3ª ed. Editora Campus: Rio de Janeiro, 2008.

DORRESTEIJN, H; ROCHA, M. T; GONTIJO, M. J. **Empreendedorismo em negócios sustentáveis:** Plano de Negócios Como Ferramenta do Desenvolvimento. Peirópolis: São Paulo, 2005.

GRECO, S. M. S. S. **Empreendedorismo no Brasil: 2010.** Curitiba : IBQP, 2010.

IDALBERTO, C. **Administração para não administradores**: a gestão de negócios ao alcance de todos. 2ª ed. Editora Manole: São Paulo, 2011.

KOTLER, P; KELLER, K. L. Administração de Marketing. 12a ed. Pearson Education: Rio de Janeiro, 2006.

MANO, E.B.; PACHECO, E.B.A.V.; BONELLI, C.M.C. **Meio Ambiente, Poluição e Reciclagem** 2ªed. São Paulo: Blucher, 2010.

LOCKWOOD, A; MEDLIK, S. **Turismo e hospitalidade** no século XXI. Barueri, SP: Manole, 2003.

LOPES, R. M. **Educação empreendedora**. Elsevier Campus: Rio de Janeiro, 2010.

SANTUR. **Estudo da demanda turística 2009**: Garopaba. Florianópolis: Santur, 2009.

TELES, R.M.S. **Turismo e Meio Ambiente**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

TRIGO, L. G. G. **Turismo Básico**. 7 ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2004. _____.

Turismo: como aprender, como ensinar. São Paulo: SENAC, 2009

13 Instalações e ambientes físicos / Equipamentos, utensílios e materiais

Instalações e Recursos Materiais	Detalhamento
Sala de aula	30 (trinta cadeiras e carteiras para os alunos, 1 (uma) mesa e 1 (uma) cadeira para o professor, 1 (um) quadro, 1 (uma) tela para projeção, 1 (um) projetor de multimídia, 1(um) micro-computador ligado a rede (internet), 1 caixa de som amplificada.
Laboratórios de Multimídia	20 microcomputadores para os alunos ligados a rede (internet), 1 (uma) mesa e 1 (uma) cadeira para o professor, 1 (um) quadro, 1 (uma) tela para projeção, 1 (um) projetor de multimídia, 1(um) micro-computador ligado a rede (internet)

Materiais de expediente, material didático-pedagógico	Cartolina, palito, massa de modelar, papel A4 ou tamanho carta colorido, barbante, canudo, cola, linhas, revistas antigas, bolinhas de gude, dinheiro de brinquedo, flip chart, lápis de cor, giz de cera.
01 impressora	Impressão de materiais aos alunos.
01 Infra-estrutura geral	Secretaria Acadêmica, equipe pedagógica e de ensino, Direção geral.

14 Modelo de Certificado para cursos FIC



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SANTA CATARINA
Lei nº 11.892, de 29/12/2008, publicada no D.O.U. Em 30/12/2008

1.

CERTIFICADO DE CONCLUSÃO DO CURSO DE FORMAÇÃO CONTINUADA EMPREENDEDORISMO NO SETOR TURÍSTICO

O Diretor Geral do Campus TELMA PIRES PACHECO AMORIM do Instituto Federal de Santa Catarina confere a:

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Filho(a) de XXXXXXXXXXXXXXXX e de XXXXXXXXXXXXXXXX
Natural de XXXXXXXX – XX, nascido em XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

∩ ***Certificado de Formação Continuada Empreendedorismo no Setor Turístico***

MODELO VERSO

DESCREVER O PERFIL DE ATUAÇÃO PROFISSIONAL

PERFIL DE ATUAÇÃO PROFISSIONAL

O egresso do Curso de Empreendedorismo no Setor Turístico tem competências e habilidades para empreender novos negócios no ramo do turismo, de forma criativa e com responsabilidade socioambiental, baseados em um planejamento prévio.

MATRIZ CURRICULAR

Matriz Curricular	Carga horária
Fundamentos do Empreendedorismo	12h

Ministério da Educação
Secretaria da Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina

Emitido por: em ../.../20....

Certificado registrado sob o nº _____, livro _____, Folha _____.

Registrado por: _____

em ____/____/____.

Fundamentos do Turismo e	15h
Plano de Negócios	36h
Responsabilidade Socioambiental	12h
Projeto integrador: Simulação	12h
Formação profissional	87 horas