



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

**FELIPE MOTA BARRETO**

**PLANO DE NEGÓCIO PARA A CRIAÇÃO DE UM HOTEL PARA IDOSOS EM  
ARACAJU-SE**

São Cristóvão, SE  
2017/2

**FELIPE MOTA BARRETO**

**PLANO DE NEGÓCIO PARA A CRIAÇÃO DE UM HOTEL PARA IDOSOS EM  
ARACAJU-SE**

Monografia apresentada ao Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe, em cumprimento às normas de Trabalho de Conclusão de Curso regulamentadas pela Resolução nº 69/2012/CONEPE, para obtenção da graduação em Administração.

Área: Empreendedorismo

Orientador (a): Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Iracema Machado de Aragão Gomes

Coordenador (a) José Pedro Penteadro Pedroso

São Cristóvão, SE  
2017/2

BARRETO, Felipe Mota. Plano de negócio para a criação de um hotel para idosos em Aracaju -SE. Monografia (Graduação em Administração) Departamento de Administração. Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão, SE: 2017/2.

**FELIPE MOTA BARRETO**

**PLANO DE NEGÓCIO PARA A CRIAÇÃO DE UM HOTEL PARA IDOSOS EM  
ARACAJU-SE**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Federal de Sergipe, como requisito para obtenção ao título de Administrador.

Aprovada em São Cristóvão - SE, em \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2017.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Iracema Machado de Aragão Gomes  
Orientadora

---

Henrique Alcântara de Melo  
Examinador

---

Carlos Tadeu Santana Tatum  
Examinador

Aos meus pais pelo amor incondicional.

“Nenhuma empresa é melhor do que o seu administrador permite”.

Peter Drucker

## RESUMO

De acordo com dados da Associação Brasileira de Alzheimer de Sergipe – ABRAz (2017) a procura por cuidadores por parte da população aracajuana se demonstra bastante expressiva, e na maioria dos casos a demanda por cuidadores não supre a necessidade local, bem como poucos são os locais aptos a receber o idoso com serviço específico, fator bastante preocupante visto o crescente aumento da expectativa de vida dos brasileiros. O que torna o segmento ‘cuidados profissionais para com Idosos’ uma opção de investimento viável. Deste modo, o presente estudo tem como objetivo principal elaborar um Plano de Negócio para abertura de Hotel para idosos na cidade de Aracaju-SE, a fim de verificar a viabilidade do mesmo. O estudo também buscou analisar o setor de hotel de idosos na cidade, elaborar o Plano de Marketing; definir o Plano Operacional para esse empreendimento, definir ações de Recursos Humanos adequadas ao hotel, definir o Plano Financeiro para o negócio, e por fim verificar a viabilidade do negócio. Após o término da pesquisa, pôde-se constatar que mediante o conhecimento do mercado hoteleiro para idosos na cidade de Aracaju-SE, do estudo do comportamento e posicionamento dos principais concorrentes, do exame das características do público alvo e do diagnóstico dos principais riscos relacionados, foi possível concluir que existe uma necessidade de investimento na área, tendo em vista que a demanda de pessoas que procuram e/ou necessitam de cuidadores é grande, e, em contrapartida, a mão de obra não abastece a necessidade de mercado. Deste modo, o empreendimento possui um potencial de entrada no mercado na região estudada, competindo diretamente com seus concorrentes diretos e indiretos.

**Palavras-chave:** Plano de negócio; Empreendedorismo; Hotel para idosos.

## ABSTRACT

According to data from the Brazilian Association of Alzheimer's of Sergipe-(2017) ABRAZ the demand for caregivers on the part of the population from Aracaju demonstrates quite expressive, where, in most cases the demand for caregivers do not provide the local need. In addition to, only a few appropriate places are able to receive the elderly with specific service, it is a concerning factor due to the increasing life expectancy of Brazilians, which, makes the segment 'professional care to the elderly' a lucrative option for investing. In this way, the present study has as main objective to draw up a business plan for the opening of a Hotel for seniors in the city of Aracaju (SE) in order to check the feasibility of the same. The study also sought to analyze the sector of elderly hotel in the city, preparing the Marketing Plan; set the operational plan for this project, defining appropriate actions to human resources, defining the financial plan for the business, and finally checking the viability of the business. Once the survey had been concluded, it was able to see that through knowledge about the hospitality market for seniors in the city of Aracaju (SE). The study of the behavior and positioning of the main competitors, the examination of the characteristics of the target audience and the diagnosis of the main risks, it was possible to conclude that there is a need for investment in the area. Since the demand from people seeking and needing, the help of caregivers is great, and, on the other hand, the skilled labour does not fulfill the need. In this way, the enterprise has a potential market in the region studied, competing directly with their direct and indirect competitors.

**Keywords:** Business plan; Entrepreneurship; Risks.

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Modelo SEBRAE de Plano de Negócio – Sumário Executivo.....	24
Quadro 2: Modelo SEBRAE de Plano de Negócio – Análise de Mercado.....	24
Quadro 3: Modelo SEBRAE de Plano de Negócio – Plano de Marketing.....	25
Quadro 4: Modelo SEBRAE de Plano de Negócio – Plano de operacional.....	25
Quadro 5: Modelo SEBRAE de Plano de Negócio – Plano Financeiro.....	26
Quadro 6: Modelo SEBRAE de Plano de Negócio – Construção do Cenário e Avaliação estratégica.....	27
Quadro 7 – Categorias analíticas e elementos.....	37
Quadro 8 – Planos oferecidos.....	42
Quadro 9 - Serviços oferecidos.....	43
Quadro 10 – Comparativo entre hospedagem em casa X hotel para idosos.....	43

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Gênero dos entrevistados.....	39
Figura 2 – Situação ocupacional dos entrevistados.....	39
Figura 3 – Acompanhamento .....	40
Figura 4 – Convívio.....	41

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
1.1 Justificativa.....	13
1.2 Problema da Pesquisa .....	14
1.3 Objetivos.....	14
1.3.1 Objetivo Geral .....	14
1.3.2 Objetivos Específicos .....	15
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>16</b>
2.1 Empreendedorismo .....	16
2.2 Planejamento Estratégico .....	17
2.3 Plano Marketing .....	18
2.4 Plano Operacional.....	19
2.5 Plano de Gestão de Pessoas .....	20
2.6 Plano Financeiro .....	21
2.7 Plano de Negócio.....	21
2.8 Plano de Negócio SEBRAE .....	23
2.9 Análise do setor para idosos em Aracaju-SE.....	27
<b>3 ESTADO DA ARTE.....</b>	<b>29</b>
<b>4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>36</b>
<b>5 ANÁLISE DOS RESULTADOS .....</b>	<b>39</b>
5.1 Plano de negócio - Sumário Executivo.....	44
<b>6 DISCUSSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>66</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>68</b>
<b>APÊNDICE .....</b>	<b>71</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é tido como todo e qualquer processo de agregar valor a algo diferente, é a dedicação, a entrega assumindo todos os riscos necessários para ter satisfação pessoal e econômica (DORNELAS, 2014). Tendo como características base a criatividade, a iniciativa, a capacidade de descobrir oportunidades e correr riscos por elas e liderar a equipe.

Para se empreender é necessário uma série de cuidados, sendo o principal deles o planejamento de toda e qualquer ação.

[...] os empreendedores necessitam de planejamento para conseguir se manter no mercado atuante, caso contrário, eles não saberão exatamente por onde começar atuando sem rumo definido, somente pensando em seu desempenho prático, sem uma análise prévia, o que tende a levar ao declínio e falência (CHIAVENATO, 2012, p. 52).

De acordo com o autor, percebe-se que o empreendedor necessita estar sempre atento a tudo o que ocorre ao seu redor, seja na área a qual atua, quanto nas demais áreas que movimentam a economia, e encima dessa observação planejar e guiar o negócio a fim de se manter atuante de maneira contínua.

O Plano de Negócio é o passo principal para que o empreendedor inicie seu empreendimento, o mesmo tende a auxiliá-lo a ter uma visão atual e futura, inscrita no papel. Por meio deste estudo se torna possível analisar toda a estrutura de funcionamento da organização. Tal plano deve ser elaborado de forma minuciosa no sentido de englobar todos os detalhes necessários, tais como planejamento estratégico, Plano de Marketing, Plano Operacional, Plano de Gestão de Pessoas e Plano Financeiro (CHIAVENATO, 2012). Deste modo, o presente trabalho refere-se a um Plano de Negócio de implantação de um hotel direcionado a idosos na cidade de Aracaju-SE.

No que se refere à estrutura da pesquisa, o estudo dividiu-se nas seguintes seções: Introdução, Fundamentação Teórica, Procedimentos Metodológicos, Plano de Negócio, Análise dos Resultados, Conclusão e Referências. Sendo a introdução composta pela justificativa, problema de pesquisa, objetivo geral e específicos. O referencial teórico foi embasado por diferentes autores que abordam o tema em questão. Após o referencial teórico

foi elaborada uma pesquisa da metodologia utilizada para a elaboração do Plano de Negócio. Em seguida foi feita a análise dos resultados e por fim apresentada as considerações finais.

### **1.1 Justificativa**

É de fundamental importância que os empreendedores antes de instituir seus negócios elaborarem um plano no sentido de colocar todas as ideias do projeto no papel, observando todos os detalhes sejam operacionais e financeiros, a viabilidade, para futuramente colocá-lo em prática.

De acordo com pesquisa feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2015) ficou constatado que a perspectiva de vida do brasileiro nascido em 2015 cresceu e sobreveio a ser de 75,5 anos, sendo que em 2014, era de 75,2 anos, tendendo crescer significativamente levando em consideração a média feitas nos últimos anos.

A melhora na expectativa de vida e a queda na mortalidade da população foram responsáveis por um aumento considerável no número de idosos no Brasil, os maiores de 60 anos representam 10,5% dos brasileiros e somam quase 20 milhões de pessoas. Na última década, o aumento foi de 47,8%, sendo que o crescimento total da população brasileira no período foi bem menor: 21,6%. Se consideradas apenas as pessoas com mais de 80 anos, que representam 1,4% da população e somam 2,6 milhões de pessoas, o aumento foi ainda mais relevante: 86,1% (FACEAL, 2008).

Apesar desse crescimento significativo, muitos desses idosos ainda precisam de acompanhamento constante, o que obriga os familiares ou responsáveis que na maioria das vezes não possuem tempo para tal dedicação, buscar profissionais habilitados no sentido de dar todo o suporte a eles.

Baseado nesses dados, o presente relatório tem como intuito criar um Plano de Negócio no sentido de instituir um hotel na cidade de Aracaju-SE voltado para este público, levando em consideração a pouca existência de locais especializados na cidade para cuidar de idosos que de alguma forma necessitam de acompanhamento e atenção, sendo que, tal ambi-

ente teria como finalidade exclusiva proporcionando lazer, alimentação e cuidados de higiene durante o período de sua permanência.

## 1.2 Problema de pesquisa

Segundo Vergara (2010, p. 13), “[...] problema é uma questão não resolvida, é algo para o qual se vai buscar resposta, via pesquisa”. Deste modo, seguindo o raciocínio do autor o problema que apresenta o foco de estudo de todo o trabalho e estará diretamente ligado aos resultados esperados.

Segundo a Associação Brasileira de Alzheimer de Sergipe – ABRAz (2017) existe uma grande procura por cuidadores por parte da população aracajuana, tanto que quase de maneira contínua são oferecidos cursos de capacitação. Tais colaboradores se tornam aptos a cuidar de idosos, sendo que na maioria das vezes passam a conviver em residências, o que muitas vezes torna-se algo incômodo aos familiares dos idosos, visto estar sendo inserido no lar alguém com quem antes nunca houve contato.

De acordo com a associação a dificuldade de encontrar um local na cidade de Aracaju que venha servir de ponto de apoio para esses familiares é preocupante. Tal preocupação se dá mediante a grande rotatividade desses cuidadores nos lares dos idosos, que na maioria das vezes se dá pela não adaptação dos mesmos, o que se torna desgastante para os familiares, seja observando o lado financeiro no que se refere a contratação e dispensa, ou no que se refere a tempo, pois a cada nova contratação requer um período de adaptação, onde precisa ser observada de maneira detalhada a performance do cuidador, o que leva o familiar a se afastar quase de uma maneira completa das suas atribuições diárias. Dessa forma foi elaborado o seguinte questionamento: **Como deve ser um Plano de Negócio de um Hotel para idosos em Aracaju-SE?**

## 1.3 Objetivos

### 1.3.1 Objetivo geral

Elaborar um Plano de Negócio para abertura de Hotel para idosos na cidade de Aracaju-SE.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

Para atender o propósito anteriormente citado, se define os seguintes objetivos específicos:

1. Analisar o setor de hotel de idosos em Aracaju-SE;
2. Elaborar o Plano de Marketing;
3. Definir o Plano Operacional para esse empreendimento;
4. Definir ações de Recursos Humanos adequadas ao hotel;
5. Definir o Plano Financeiro para o negócio;
6. Verificar a viabilidade do negócio.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A presente seção trata-se de uma revisão bibliográfica sobre o tema estudado, nela consta pensamentos de distintos autores que investigaram sobre meios de elaboração de um Plano de negócio, bem como a importância do mesmo no ato de empreender.

### 2.1 Empreendedorismo

O mercado atual que se vivencia demonstra cada vez mais a necessidade de pessoas que tenham ideias criativas e que, ao mesmo tempo arrisque-se a executar, ou seja, empreendedores. Nota-se que cada vez mais, novos negócios vão surgindo o que deriva em um mercado mais amplo que auxilia na economia da região. Segundo Baron (2011) o empreendedor é aquele que determina por si mesmo o que irá fazer e em qual contexto será feito, se dedicando intensamente, ao mesmo tempo em que faz com que o trabalho se confunda com o prazer.

É alguém capaz de desenvolver uma visão aguçada, ver bem à frente, o que faz com que os sócios, colaboradores, investidores se convençam de que tal visão originará a todos uma situação confortável futura. O empreendedor é aquele que acredita que pode colocar a sorte a seu favor, alguém que tem alegria e perseverança em sempre continuar em frente (DOLABELA, 2008). O empreendedor é basal para o sucesso de toda e qualquer organização, tendo em vista ser através dele que surgem ideias necessárias para o crescimento da empresa e conseqüentemente de seus cooperadores.

Chiavenato (2012, p. 75) apresenta a seguinte distinção sobre o empreendedor:

São instituidores de negócios, isto é, pessoas que quebram barreiras para criar algo diametralmente novo e excitante, por serem dotados de capacidade criadora, engenhosidade, constância e determinação. Eles quebram regras, assumem riscos e colocam a imaginação para trabalhar garra e confiança (CHIAVENATO, 2012, p. 75).

O empreendedor atua em risco constante, porém sempre visando a recompensa, superando de maneira constante objetivos com flexibilidade, capacidade criadora e

dinamismo. Sendo o mesmo estimulado pela motivação a fim de construir um projeto de vida real e lucrativo.

O empreendedorismo necessita permanecer presente nas organizações, tendo em vista que empresas empreendedoras conseguem ir além e conseqüentemente alcançar seus escopos de maneira plena, sempre refletindo sobre novas formas de fazer do seu produto ou serviço algo distinto. É um método de iniciativa de praticar novos negócios ou mudanças em corporações já existentes. Sendo um termo muito frequente no âmbito empresarial e muitas vezes está alistado com a criação de organizações ou novos produtos, geralmente envolvendo inovações e riscos (DORNELAS, 2014).

## **2.2 Planejamento**

O ato de planejar se inicia quando a administração utiliza as informações sobre o ambiente externo, bem como os pontos fortes e fracos da empresa a fim de gerar uma visão de longo prazo da direção que a empresa necessita tomar. Deste modo, cada novo negócio precisa de um planejamento estratégico como instrumento norteador, onde o mesmo tende a assegurar o crescimento, a continuidade e a sobrevivência da organização, fazendo com que a mesma se prepare para enfrentar as mudanças que se apresentem ou que são previsíveis no ambiente externo e interno, se antecipando a elas (BERNARDI, 2009).

Quando o planejamento ocorre de forma criteriosa tende a render muitos benefícios em vários setores da organização, o que contribui para a antecipação de mudanças repentinas do mercado, conseguindo respondê-las de forma eficaz (CHIAVENATO, 2012). É do planejamento que surgem os objetivos, missão e valores da empresa. O mesmo é dividido em três partes, Planejamento Estratégico, Tático e Operacional. O planejamento estratégico é um instrumento de significativa importância, devendo-se o mesmo ser criteriosamente elaborado no sentido de que se torne um referencial para a organização. Os desígnios, estratégias e ações que o compõem o mesmo tende a possibilitar a empresa um desenvolvimento das atividades, ao mesmo tempo em que se mantem sustentável ao longo dos anos (FARAH, 2008).

### 2.3 Plano de marketing

Marketing é a ciência e o método de buscar, criar e oferecer valor a fim de satisfazer as necessidades de um determinado mercado-alvo. O mesmo examina as necessidades e desejos não realizados, define, mede e quantifica o tamanho do mercado identificado e o provável de lucro. Em sentido mais exato, o marketing é um conjunto de técnicas ordenadas que permite uma empresa conhecer o mercado atuante e o potencial para determinado produto com a intenção de maximizar as vendas (CHIAVENATO 2012).

O conceito presente de marketing diz respeito à criação de um satisfatório relacionamento a longo prazo no qual indivíduos e/ou grupos obtêm aquilo que ambicionam ou necessitam. O mesmo originou-se a fim de atender as necessidades de mercado, sem estar limitado aos bens de consumo, sendo vastamente empregado para vender ideias. Ao longo de sua evolução, o termo sofreu adequações, sendo que tal acontecimento incidiu por conta dos consumidores que, ao passar dos anos, se tornaram cada vez mais exigentes em relação ao mercado. Deste modo o marketing é ponderado como um processo de planejar e executar a concepção, estabelecimento de preços, promoção a distribuição de ideias, produtos e serviços, a fim de constituir trocas que satisfaçam metas, sejam individuais, como organizacionais (HASHIMOTO, 2013).

No que se refere ao plano de marketing, o mesmo é responsável pela definição dos objetivos e das estratégias a serem implantadas a fim de definir uma oportunidade. Ele é preparado através de uma coordenação de todas as ações que a empresa anseia para atingir os objetivos, sempre considerando as oportunidades de mercado (DORNELAS, 2014).

De acordo com Almeida, Dias, Carvalho e Maia (2012, p. 52), "As estratégias de marketing são segmentação, diferenciação, posicionamento e as táticas do composto de marketing (produto, preço, promoção e ponto de distribuição)". Quando o mesmo é bem elaborado, constitui-se como uma eficaz ferramenta de vendas, tendo em vista conter detalhes e as ideias necessárias a fim de satisfazer as necessidades dos clientes mediante uma pesquisa de marketing.

Tal pesquisa é uma ferramenta indispensável para a tomada de decisão de marketing permitindo a eficácia do processo de planejamento e do composto mercadológico. As organizações realizam as pesquisas de marketing por duas razões, primeiro para identificar e a segunda para solucionar o problema de marketing, sendo a mesma classificada como uma pesquisa de identificação e solução do problema. A pesquisa de identificação do problema é realizada a fim de ajudar a buscar os problemas que talvez não surjam superficialmente, mas que existem ou possivelmente irão existir no futuro. A pesquisa de solução do problema ocorre evidentemente após a identificação do problema ou oportunidade, a fim de chegar ou encontrar a uma solução. Os efeitos obtidos serão empregados para tomada de decisão que irão resolver os problemas específicos de marketing (LOBATO, 2006).

## **2.4 Plano operacional**

A elaboração do plano operacional é fundamental no sentido de alinhar os esforços internos em direção aos objetivos estratégicos da empresa. Ele apresenta as ações que a organização está delineando em seu sistema produtivo, no qual, deve conter informações operacionais atuais e previstas de fatores como layout, percentual de entregas, desenvolvimento de produto ou serviço e lucratividade. Neste plano necessita-se conter o local que a empresa será instalada, vias de acessos e estacionamento. Bem como o layout, o fluxograma das tarefas, ponderando, etapa por etapa, como será a fabricação dos produtos, a venda de mercadorias, a prestação dos serviços e, bem como as rotinas administrativas (COSTA, 2007).

O plano operacional desempenha a função de trazer organização para a concretização das atividades empresariais administrando tempo e os esforços, ao mesmo tempo em que ajuda na conquista de resultados. O planejamento operacional é considerado algo altamente característico, levando em consideração que o mesmo trata da organização de cada tarefa de maneira individual. Para Bernardi (2009) o plano operacional trata de cada atividade de forma subjetiva com um tempo curto e delimitado, ordenando de maneira qualificada os detalhes para que se cumpra de forma correta e se obtenha os objetivos anteriormente estipulados. Entre os itens ponderados para a estratégia pode-se exemplificar o tempo de execução, profissionais qualificados, os resultados a ser obtidos.

## 2.5 Plano de gestão de pessoas

Gestão de Recursos Humanos, Gestão de Pessoas ou Administração de Recursos Humanos, é o emprego de um conjugado de informações e técnicas administrativas especializadas no gerenciamento das relações das pessoas com as organizações, com o desígnio de alcançar os objetivos organizacionais, bem como proporcionar a satisfação e a realização das pessoas ali envolvidas (ROCHA, 2008). Sendo o sistema de Recursos Humanos (RH) composto pelas funções de recrutamento ou captação, seleção, treinamento, desenvolvimento e retenção: remuneração e benefícios.

É chamado RH o conjunto dos colaboradores de uma organização, sendo o objetivo básico da função de nivelar suas políticas com as estratégias organizacionais, ou seja, trabalhar na gestão de pessoas. A gestão de pessoas é assunto estratégico e desafiador, visto a existência de muitos preceitos, ambientes e teorias para seu melhor desempenho (CHIAVENATO, 2012, p.46)

Com o passar do tempo a área de RH foi ganhando outro significado, aqueles que compõem o quadro funcional da empresa passaram a serem considerados não como recursos humanos, e sim como colaboradores, ou seja, pessoas, e as práticas direcionadas aos mesmos ponderadas como Gestão de Pessoas. Tal área exerce seu papel desde o recrutamento, seleção, treinamento e desenvolvimento dos colaboradores (LOBATO, 2006). A gestão de pessoas utiliza variadas técnicas a fim de administrar o capital humano desde a iniciação do colaborador na organização até o seu desligamento.

É um desafio cotidiano, tanto para quem está em recursos humanos, quanto para os próprios gestores da organização. Lidar com as subjetividades dos colaboradores, compreender suas necessidades e conciliá-las aos objetivos organizacionais exige um trabalho constante de análise e busca de soluções (CRBASSO, 2016).

No que se refere ao plano de gestão de pessoas, é um conjunto de definições importantes que englobam todas as estratégias para a área de RH e serve como um direcionador para o departamento, tratando das ações que serão aplicadas para a melhoria dos processos da empresa. Ele deve conter subsídios como o quantitativo funcional da instituição, funções, estrutura organizacional e hierárquica, planos de cargos, salários e benefícios oferecidos, processos de recrutamento e seleção e políticas de desenvolvimento. Suas

estratégias visam atrair, reter, potencializar e administrar os colaboradores de uma organização, a fim de constituir um quadro composto de profissionais qualificados e motivados para exercer as suas funções (CHIAVENTO, 2012).

## **2.6 Plano financeiro**

O planejamento financeiro é o ato de mapear os caminhos a fim de guiar, coordenar e controlar as ações financeiras de uma organização para atingir seus objetivos. Ele é fundamental para saber previamente o que a empresa irá necessitar para conseguir iniciar e manter o seu negócio. O processo de planejamento financeiro tem início com projetos financeiros em longo prazo, ou estratégicos, que por sua vez direcionam a elaboração de planos e orçamentos em curto prazo (ROSSETO, 2008).

A administração financeira centraliza-se na conquista dos recursos necessários e na distribuição eficiente dos mesmos, visando que a empresa opere de acordo com os objetivos e as metas a que se propõe a sua cúpula diretiva. Deste modo o planejamento financeiro passa a ser o processo de estimar a quantidade necessária a fim de continuar as operações e decidir quando e como a necessidade de fundos seria financiada (ROSSETO, 2008, p. 56).

Ao início do planejamento financeiro os dados devem ser analisados de forma criteriosa e a mais próxima possível da realidade, sendo eles a Análise da Sensibilidade que objetiva trazer mais segurança para as decisões financeiras, os valores obtidos fornecem variáveis mais críticas no projeto e o grau de risco que uma ou outra variável pode apresentar; o Cálculo do Investimento Inicial que analisa os métodos habituais de avaliação de investimento; o Projeto de Investimento que visa à maximização do retorno do capital investido; o Capital de Giro que é o resultado da diferença entre ativos circulantes e passivos circulantes. As Contas a Pagar e a Receber; a Demonstração do Resultado do Exercício que mede o desempenho da empresa em certo período; o Ponto de Equilíbrio; e a Análise de Investimentos, o *Payback* e a Margem de Contribuição (OLIVEIRA, 2006).

## **2.7 Plano de negócio**

Todo e qualquer empreendimento carece de uma pré-análise dos dados indispensáveis para a sua implantação, para tanto é necessário a elaboração de um Plano de

Negócio, no intuito de demonstrar de forma objetiva as necessidades para instituir a nova empresa. O processo de preparação de um projeto tem ampla importância como instrumento técnico- administrativo e de ponderação econômica, tanto do ponto de vista particular como do ponto de vista social. (BERNARDI, 2009).

Os benefícios de tal elaboração são diversos, e todos representam grande relevância no que se refere a iniciar um negócio. O Plano de Negócio é uma descrição do planejamento da empresa, rico em particularidades que necessitam ser ponderados sobre o rumo a ser seguido, quais os procedimentos gerenciais, de produção, de custos, despesas, dentre outros fatores (DOLABELA, 2008).

O plano de negócio não afasta os riscos, mas ajuda a confrontá-los, mediante a escolha da direção e a probabilidade das correções de rumo necessárias, deste modo, aquele que pretende se lançar em um negócio, recomenda-se fazê-lo. O mesmo representa o procedimento lógico e racional que supre a conduta intuitiva e empírica geralmente utilizada para suas determinações de investimento, bem como um mecanismo de avaliação econômica dos efeitos diretos dessas decisões, em termos de lucro ou eficiência na aplicação de recursos financeiros.

O plano de negócio é uma ferramenta que consente ao empreendedor condensar as informações que são obtidas no mercado, servindo também para sensibilizar parceiros e os investidores. É um instrumento de redução de riscos, ao executá-lo o empreendedor observa a viabilidade do projeto sob todos os aspectos. Segundo Bernardi (2009) não existe uma composição rígida e específica para se registrar um Plano de Negócio, pois cada negócio tem sua peculiaridade e suas semelhanças, sendo impraticável determinar um modelo padrão de Plano de Negócio.

Elaborar um Plano de Negócio não é uma tarefa fácil, tendo em vista depender de variáveis que a se utilizar para conseguir formar ideias, verificar as oportunidades e os riscos necessários para que o empreendimento tenha sucesso na aplicação, e não apenas fique no entusiasmo do empreendedor. O Plano de Negócio necessita reunir as ideias e permitir uma visão de muitos aspectos do novo negócio; impor a avaliação do potencial de lucro e desenvolvimento do novo negócio; examinar as consequências de distintas estratégias

competitivas de marketing, de vendas, de produção e de finanças; permitir que todas as avaliações e experiências sejam alcançadas com base em simulações anteriormente registradas (BARON, 2011).

Para Baron (2011) O sucesso na elaboração de um negócio depende do desenvolvimento de três etapas, a primeira versa em identificar a oportunidade de negócio e coletar seus elementos. A segunda diz respeito a desenvolver o conceito de negócio, por meio da coleta de informações, identificação dos riscos, do levantamento de experiências idênticas e do possível lucro e crescimento, através do qual se determinará a estratégia competitiva que será adotada. Por fim, a implantação do empreendimento, que começa pela laboração do negócio, pelo apanhado das necessidades de recursos, bem como por suas fontes até sua completa operacionalização.

## **2.8 Plano de negócio modelo SEBRAE**

O Software Plano de Negócio 3.0, criado pelo SEBRAE em Minas Gerais, é uma ferramenta útil no sentido de constituir ideias e elementos sobre o ramo de atividade a investir, sobre produtos e serviços a ser oferecer, clientes, concorrentes, fornecedores, pontos fortes e fracos do negócio, com finalidade de contribuir para a identificação da viabilidade de sua ideia e na gestão da empresa (SEBRAE, 2017). A utilização da ferramenta consente que o empreendedor elabore pessoalmente, o seu plano de negócio, onde terá a oportunidade de montar um documento sob medida, baseado em informações levantadas.

O uso do Software possui como vantagens a navegação em telas limpas, simples e intuitivas, a obtenção de dicas e exemplos de projetos em diferentes setores, bem como a exportação do plano em PDF ou para o Microsoft Word e personalização da estrutura, e a possibilidade de fazer até 5 planos diferentes com o mesmo CPF. Por meio desse plano, as etapas do Plano de Negócio do SEBRAE podem ser inspecionadas a qualquer momento, de forma interativa, possibilitando fazer o planejamento das atividades que serão desenvolvidas e determinar tarefas, responsáveis, prazos e resultados almejados (SEBRAE, 2017).

No Sumário Executivo, no mesmo consta um resumo que desta os pontos mais relevantes do documento, no caso os empreendedores, suas experiências e atribuições, setores de atividade, enquadramento tributário, missão, o capital social, dentre outros.

### **Quadro 1: Modelo SEBRAE de Plano de Negócio – Sumário Executivo**

1. Sumário Executivo
1.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio
1.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições.
1.3 Dados do empreendimento
1.4 Missão da empresa
1.5 Setores de atividade
1.6 Forma Jurídica
1.7 Enquadramento Tributário
1.8 Capital Social
1.9 Fonte de recursos

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2017)

A Análise de Mercado é uma das etapas mais importantes da elaboração do plano, tendo em vista ser nessa etapa que o empreendedor faz o estudo do composto de mercado; o estudo do cliente, fornecedores, concorrentes. Os clientes não compram apenas produtos, mas soluções para algo que precisam ou desejam, assim o empreendedor pode identificar essas soluções se conhecê-los melhor. Já o estudo do mercado fornecedor compreende todas as pessoas e empresas que irão fornecer as matérias-primas e equipamentos utilizados para a fabricação ou venda de bens e serviços. Deve-se manter um cadastro atualizado desses fornecedores. Pesquisar, pessoalmente ou por telefone, questões como: preço, qualidade, condições de pagamento e o prazo médio de entrega. Essas informações serão úteis para determinar o investimento inicial e as despesas do negócio. Por fim procura identificar quem são seus principais concorrentes (BERNARDI, 2009).

### **Quadro 2: Modelo SEBRAE de Plano de Negócio – Análise de Mercado**

2. Análise de Mercado
2.1 Estudo dos Clientes
2.2 Estudo dos Concorrentes
2.3 Estudo dos Fornecedores

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2017)

No Plano de Marketing irão constar os principais produtos e serviços a ser desenvolvido; o preço; as estratégias promocionais; a estrutura de comercialização; E por fim a melhor localização para a instalação (BERNARDI, 2009).

Deste modo, o plano de marketing passa ser um documento onde o empreendedor irá descrever as análises feitas, seja de mercado, demanda, características, concorrência dentre outros, bem como a estratégia a ser utilizada. Nele irá constar as metas, que precisam ser constantemente revisadas.

### **Quadro 3: Modelo SEBRAE de Plano de Negócio – Plano de Marketing**

<p style="text-align: center;">3. Plano de Marketing  3.1 Descrição dos principais produtos e serviços  3.2 Preço  3.3 Estratégias Promocionais  3.4 Estrutura de Comercialização  3.5 Localização do negócio</p>
---

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2017)

O plano operacional apresenta o funcionamento do negócio na prática em suas operações, sendo dividido em Layout, ou arranjo físico; capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços; processos operacionais; e necessidade de pessoal para o funcionamento do negócio (BERNARDI, 2009).

### **Quadro 4: Modelo SEBRAE de Plano de Negócio – Plano de operacional**

<p style="text-align: center;">4. Plano Operacional  4.1 Layout ou arranjo físico  4.2 Capacidade produtiva/comercial/serviços  4.3 Processos Operacionais  4.4 Necessidade de Pessoal</p>
--

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2017)

O plano financeiro indicará a viabilidade do negócio, nesse plano irá apresentar o investimento absoluto de recursos a ser alocado para o andamento da organização. Ele é composto por investimentos fixos, capital de giro, investimentos pré-operacionais e estimativa dos investimentos fixos (BERNARDI, 2009). Após a análise dos pontos que compõem o plano financeiro, torna-se possível definir se a empresa irá atuar com lucro ou prejuízo, o mesmo tempo em que demonstra os indicadores de viabilidade.

### Quadro 5: Modelo SEBRAE de Plano de Negócio – Plano Financeiro

5.Plano Financeiro
5.1 Estimativa dos Investimentos fixos
5.2 Capital de Giro
5.3 Investimentos pré-operacionais
5.4 Investimento Total
5.5 Estimativa do faturamento mensal da empresa
5.6 Estimativa de custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações
5.7 Estimativa de custo de comercialização
5.8 Apuração do custo dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas
5.9 Estimativa dos custos com mão-de-obra
5.10 Estimativa do custo com depreciação
5.11 Estimativa de custos fixos operacionais mensais
5.12 Demonstrativo de resultado
5.13 Indicadores de viabilidade

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2017)

Concluindo as etapas de elaboração do plano de negócio, parte-se para a Construção dos Cenários, onde o empreendedor cria simulações da performance da empresa através de panoramas prováveis, pessimistas e otimistas, objetivando analisar o comportamento financeiro da mesma.

A avaliação estratégica conta com as forças e fraquezas, oportunidades e ameaças, encontradas de acordo com a análise, ou seja, compondo assim a Análise da Matriz SWOT (F.O.F.A.). A análise SWOT é utilizada no planejamento estratégico das empresas ou de novos projetos, pois consiste na realização de um diagnóstico completo sobre o negócio e o ambiente que o cerca. Com isso, o empreendedor tem um embasamento para formular suas estratégias de gestão e marketing com mais segurança (BERNARDI, 2009).

A metodologia SWOT de análise de empresas tem o objetivo de dar um direcionamento estratégico para a organização baseando-se em seu ambiente interno e em seu ambiente externo. Sendo o ambiente interno tudo que está dentro dos domínios da empresa e, portanto, ela pode controlar como instalações, treinamentos, pessoal, maquinário, layout, propaganda, localização, pontos de venda, benefícios e salários (dentro dos limites da lei), clima organizacional, valores, planejamento e etc.; e o ambiente externo: tudo que está fora da “jurisdição” e do alcance da empresa e que, portanto, ela não pode controlar. São fatores naturais, como o clima, catástrofes, aquecimento global, escassez de água e etc., e fatores conjunturais e institucionais, como taxa de juros, variações cambiais, decisões do governo,

alíquotas de impostos, crise política, instabilidade institucional, legislações trabalhistas, ambientais ou de exportação, entre outros (BERNARDI, 2009).

**Quadro 6: Modelo SEBRAE de Plano de Negócio – Construção do Cenário e Avaliação estratégica**

<p>6. Construção de Cenário          6.1 Avaliação Estratégica          6.2 Análise da matriz SWOT (F.O.F.A.)          6.3 Avaliação do plano de negócio</p>
--

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2017)

É necessária uma avaliação, nesse caso uma análise de solidez, a fim de encontrar e/ou sanar possíveis erros, tais como, capital social incompatível com os investimentos projetados; demanda superior a produção ou inferior ao produzido, dentre outros fatores. Para só assim, iniciar o projeto que terá retorno garantido do capital investido (SEBRAE, 2017).

## 2.9 Análise do setor para idosos em Aracaju-SE

Comuns nos Estados Unidos e em países europeus, as casas de repouso para a terceira idade, já são realidade no Brasil. Esses espaços são utilizados tanto para quem enfrenta problemas de saúde e até por pessoas que, por uma série de razões, optam por viver em comunidade e, ao mesmo tempo, usufruindo de serviços e de atendimento como fisioterapia, hidroterapia e até salão de beleza (UMESP, 2009).

Em Aracaju a situação não é diferente. Segundo a ABRAZ (2017), a procura por cuidadores em suas dependências é grande para o quantitativo de mão de obra existente no estado, existindo até uma fila de espera de pessoas que necessitam de cuidados. Outro ponto a se considerar é que, com o crescimento da população idosa, passa-se a ter uma preocupação constante em dar atenção não só para a saúde física, mas também para a saúde mental da população com mais de 65 anos.

As melhorias das condições de vida, juntamente com a queda da natalidade, são responsáveis pela expressiva ampliação dessa população que apresenta maior vulnerabilidade, evidenciado, desta forma, por um aumento da prevalência de agravos e incapacidades. Essas transformações do perfil demográfico da população brasileira têm ocasionado o aumento da

proporção de doenças crônico-degenerativas, que eventualmente podem comprometer a autonomia do idoso, exigindo cuidados permanentes por parte da família cuidadora (REBEM, 2008).

O setor de hotel para idosos em Aracaju-SE é algo inexpressivo. Poucos são os estabelecimentos voltados ao acolhimento de idosos, ou seja, não há uma concorrência expressiva na cidade. A cidade conta com apenas um asilo, o SAME, uma entidade filantrópica, sem fins lucrativos. Em 2017 atendia 60 pessoas pobres e carentes em regime asilar, promovendo atividades artesanais, culturais e recreativas.

### **3 ESTADO DA ARTE**

Neste tópico serão apresentados estudos empíricos a fim de contextualizar o trabalho e apresentar os temas sob a ótica de outros autores, relatados por ordem cronológica.

#### **A importância do plano de negócio para abertura de um empreendimento**

O trabalho monográfico escrito por Forti (2012) verificou a importância de um Plano de Negócio para abertura de novos empreendimentos. Buscando apontar as principais vantagens na utilização desta ferramenta na minimização dos riscos associados à abertura de novos empreendimentos.

Esse trabalho teve caráter exploratório, tornando mais explícito o problema e aprofundando as ideias sobre o objeto de estudo, além de permitir o levantamento bibliográfico, usando como estratégia de pesquisa a revisão bibliográfica, elaborada exclusivamente a partir de fontes já elaboradas, tais como, livros, artigos científicos, publicações periódicas, tendo como vantagem cobrir uma gama de fenômenos que o pesquisador não poderia contemplar diretamente.

Apresentou um processo para elaborar o plano de negócio, com bases e técnicas que auxiliam na abertura de uma empresa, bem como nos melhoramentos de empresas que já atuam no mercado. O processo ajuda até mesmo uma pessoa sem formação acadêmica a elaborar um plano de negócio, colaborando positivamente, pois a maioria dos empreendedores que inicia um negócio conhece tecnicamente o produto objeto da empresa ou conhece os caminhos para a comercialização dos produtos, contudo não estão embasados com as informações sobre gestão. O maior benefício que o plano de negócio apresenta, o que é preciso ter e o que é preciso controlar, porque muitas empresas passam a ter o conhecimento da importância de uma atividade que não executava e passa a executar somente após conhecer e elaborar seu plano de negócio.

## **Proposta de plano de negócio para a constituição de um hotel fazenda em Alfredo Wagner, Santa Catarina – Brasil**

O presente estudo elaborado pelo por Botomé e Raupp (2013) teve por objetivo propor um plano de negócio para a constituição de um hotel fazenda na cidade de Alfredo Wagner, Santa Catarina – Brasil. Para tanto, fez-se uma pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa e quantitativa. Os dados foram coletados por meio de documentos primários e secundários, tendo como técnica de análise dos dados a análise documental. A elaboração do plano de negócio possibilitou o levantamento das oportunidades e ameaças apresentadas no ambiente direto e indireto que se relacionará com o Hotel Fazenda, tanto quanto a definição do público-alvo, análise dos concorrentes e definições de missão, visão e valores do Rancho das Aroeiras.

O plano de marketing mostrou estratégias que podem ser implementadas no negócio proposto, a fim de melhor atender os clientes e garantir a perpetuação do empreendimento, enquanto que por meio do plano financeiro pôde-se comprovar a viabilidade através do levantamento e análise de dados financeiros, tais como Despesas do exercício -= DRE, fluxo de caixa, receitas, custos, despesas, *payback*, ponto de equilíbrio, entre outros.

Os dados coletados para a elaboração do plano de negócio em questão, além de possibilitar o conhecimento mais aprofundado acerca do próspero futuro que o setor de turismo do Brasil apresenta, possibilitou o levantamento das oportunidades e ameaças apresentadas no ambiente direto.

Logo, investir em um empreendimento na área turística no Brasil, no interior do Estado de Santa Catarina, corrobora os esforços governamentais para a interiorização do turismo e valorização das belezas do território nacional e revela-se como uma oportunidade de negócio viável e com um futuro promissor, desde que com o direcionamento dos esforços para o público-alvo correto e complementariedade na imagem transmitida aos turistas e os serviços que são oferecidos pelo Rancho das Aroeiras.

## **Plano de Marketing para um produto ou serviço turístico: Hotel Figueiredo's**

A proposta do artigo elaborado por Silva e Almeida (2013) possui como objetivo a elaboração de um plano de marketing para o caso em estudo, o Hotel Figueiredo's, focando-se na importância deste empreendimento hoteleiro implementar um plano, que trará vantagens competitivas e vá ao encontro da resolução dos seus principais problemas, concretamente no que concerne à diminuição da instabilidade do hotel e às reduzidas taxas de ocupação.

O turismo é um fenômeno que se tem tornado cada vez mais frequente nos últimos anos, e paralelamente é visível um grande crescimento do setor da hotelaria. O aumento da procura turística implica o surgimento das necessidades de ampliação das infraestruturas associadas à atividade turística e nas últimas décadas são visíveis as mudanças no setor para satisfazer as novas necessidades e desejos das mesmas. Por esse motivo, o hotel deixou de possuir somente espaços destinados a alojar pessoas, mas também multifacetados para satisfazer as necessidades dos seus clientes. Dada a necessidade atual de competitividade empresarial na hotelaria torna-se imprescindível conhecer as necessidades e expectativas dos clientes, que são cada vez mais dinâmicos, exigentes e informados. O marketing hoteleiro permite aproximar vendedores e compradores, permitindo aos hotéis direcionar os canais de distribuição, atraindo clientes motivados pela sua oferta e, além disso, fazer com que estes voltem a utilizar os seus produtos e serviços. Deste modo, a situação concorrencial do mercado aumenta exponencialmente a importância da função do marketing a fim de atingir o sucesso desejável.

O plano de marketing, documento escrito que detalha as ações necessárias para atingir os objetivos de marketing, deve ser entendido como um instrumento indispensável ao desenvolvimento do empreendimento turístico. A implementação deste plano de marketing é de extrema importância para a unidade hoteleira manter-se no mercado ao qual faz parte, procurando satisfazer os seus clientes através da valorização dos seus recursos e do acompanhamento das tendências de mercado.

### **Plano de Negócio: implantação de hotel de alto luxo**

Chequetto (2012), em seu trabalho de conclusão de curso, faz uma análise da implantação de um empreendimento hoteleiro no interior do Estado de São Paulo, sendo que tal análise foi elaborada nos moldes de um Plano de Negócio.

Para a elaboração do estudo é realizada inicialmente uma revisão da literatura relacionada ao tema e planeja-se uma metodologia para o desenvolvimento do relatório, com destaque para a questão da sistemática de um Plano de Negócio. Seguindo-se a metodologia delineada, obtêm-se os dados relacionados ao empreendimento hoteleiro juntamente com a equipe responsável pela implementação operacional do mesmo e detalha-se o empreendimento dentro da estrutura de um Plano de Negócio, juntamente com a sua justificativa mercadológica e estratégica.

A partir do entendimento do mercado hoteleiro, do estudo do comportamento e posicionamento dos principais concorrentes, do exame das características do público alvo, da análise da relevância de parceiras com fornecedores, do diagnóstico dos principais riscos relacionados ao desenvolvimento do projeto e da elaboração de uma modelagem econômico-financeira do projeto foi possível concluir que tanto a análise qualitativa como o estudo quantitativo elaborados neste trabalho mostram que o Projeto Hotel Empresa Holding apresenta potencial tanto mercadológico quanto financeiro e que, assim, o grande desafio estará direcionado às responsabilidades diretivas no sentido de adotar e executar as estratégias adequadas, alinhando-as constantemente com cada integrante da empresa e com a situação de mercado de momento. Ou seja, os próximos passos devem ficar a cargo da direção da Empresa Holding, que deve assimilar e compreender as informações contidas nesse Plano de Negócio e executar as transformações necessárias para que se atinja o sucesso projetado para o novo negócio.

### **Plano de Negócio para implantação de um hotel em Cacoal - RO**

A dissertação de Alencar e Meneghetti (2011) teve como objetivo geral desenvolver plano de negócio para implantação de Hotel no município de Cacoal direcionado a atender o

turismo de negócios, por diagnosticar potencialidades do mercado do empreendimento através de pesquisa mercadológica; elaborar plano de marketing buscando estabelecer diferenciais competitivos do empreendimento e construir sumário executivo que expresse as principais características do empreendimento.

A metodologia utilizada reuniu duas formas de pesquisa: a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo, com coleta, análise e interpretação de dados, em grande parte quantitativa, observando-se o comportamento das empresas do setor. O estudo analisou e interpretou os indicadores de resultados econômicos financeiros em empresas do setor, operantes no mercado há pelo menos cinco anos. Com base nesses indicadores, desenvolveu-se a projeção a partir dos investimentos iniciais e fluxos de caixa e faturamento futuro.

Após analisados as projeções em base de média de faturamento de hotéis operantes, interpretou-se o esperado nas medidas de capacidade do hotel saldar suas obrigações de curto prazo. Apesar do alto investimento, demonstrou-se através da análise de mercado e do setor, a viabilidade do empreendimento, com a recuperação dos investimentos totais (ponto de equilíbrio) ainda no primeiro ano de atividade, consideradas as médias mínimas de ocupação esperadas, entrantes no mercado e os períodos sazonais. A análise de potenciais concorrentes e necessidades de clientes que utilizam meios de hospedagem revelaram que a campo para mais um empreendimento do município e as necessidades básicas dos hóspedes ainda não estão plenamente satisfeitas. Entre as estratégias de Marketing, produto, preço, distribuição e promoção, verificou-se a eficácia em oferecer serviços de qualidade, com boas instalações e preço para o público de médio padrão aquisitivo, buscando parceiros como operadores de turismo para divulgação e venda das unidades.

Na análise SWOT, observou-se que há poucos entrantes no mercado, além dos pré-existentes, e mesmo que haja outros empreendimentos futuros, a escolha de uma boa localização para o empreendimento, além do fortalecimento de pontos, como a qualidade e a qualificação profissional, podem colocar a empresa em situação favorável diante dos potenciais concorrentes em um mercado com demanda crescente, pelo desenvolvimento presente em todo o estado de Rondônia. Conclui-se pela viabilidade do Plano de Negócio para implantação e desenvolvimento de um hotel para atender o turismo de negócios, com

utilização contínua durante todos os dias do ano, suprindo-se os períodos sazonais em época de férias dos mais diversos públicos.

### **Plano de Negócio e Planejamento Estratégico: ferramentas que geram vantagem competitiva**

O trabalho de Nogueira e Almeida (2010) teve como objetivo demonstrar a importância do Plano de Negócio e do Planejamento Estratégico abordando o uso do BSC (Balanced Scorecard) enquanto ferramenta estratégica aplicada à Escola do Design, tanto para micro e pequenas empresas como para as grandes empresas, que buscam sua vantagem competitiva.

O planejamento é essencial para que uma empresa possa se manter competitiva em um mercado em constantes mudanças. Conhecer previamente o mercado onde ela irá atuar a partir da análise de viabilidade do negócio, do comportamento do consumidor e da concorrência, é um fator vital para sua sustentabilidade. Nessa perspectiva, muitas empresas têm se apropriado do plano de negócio e do planejamento estratégico como a oportunidade para conhecer o mercado, buscando construir a diferenciação que necessita para alcançar a sua vantagem competitiva.

O Plano de Negócio é uma ferramenta administrativa com a caracterização do negócio, ou seja, sua forma de operar, suas estratégias, e as projeções de despesas, receitas e resultados financeiros, o que propicia uma visão global da empresa e uma análise da sua viabilidade e de como alcançá-la. O planejamento estratégico indica por meio das análises do mercado interno e externo o caminho a ser seguido para encontrar sua vantagem competitiva. Sem essas informações, qualquer decisão aleatória poderá ser subentendida que é fruto de uma análise infundada e empírica, sem um raciocínio lógico e sequenciado que conclua a realidade do que é de fato a empresa e do mercado em que está inserida, então será falha e poderá causar o fracasso da empresa.

Dentre as escolas de formulação da estratégia, a Escola do Design propõe a análise do ambiente interno e externo da organização (análise SWOT), verificando as forças e fraquezas da empresa, bem como as oportunidades e ameaças, analisando o ambiente externo em que a organização está inserida, oferecendo assertividade por força desta visão global, de

maneira que esse método. Para execução da análise SWOT, a proposta do Balance Scorecard, enquanto ferramenta de controle de resultados vem minimizar as falhas de execução, que tem sido considerado um dos maiores problemas no planejamento estratégico, garantindo dessa forma o alcance dos resultados propostos no plano de negócio e no planejamento estratégico, possibilitando o sucesso e a vantagem competitiva da organização, e sua consequente sobrevivência e sustentabilidade no mercado.

Na construção do plano de negócio toda empresa, independentemente do seu porte, pode, e deverá encontrar sua vantagem competitiva, mas, para que isto ocorra, é necessário que seus gestores tenham além de um perfil empreendedor, o conhecimento em gestão, que são o planejamento estratégico e o plano de negócio, onde este planejamento estratégico está inserido, de maneira que alcance um maior nível de segurança de informações sobre a organização, avaliando realmente sua viabilidade e mantendo atualizado o controle destas informações, com o uso do Balanced Scorecard, de maneira a conseguir manter o processo contínuo de gestão com foco principalmente nos ativos intangíveis, onde vem acontecendo a grande transformação das organizações, buscando relacionamento com clientes, na criação e oferta de novos produtos e serviços inovadores, tecnologia da informação e banco de dados, além do desenvolvimento das competências, habilidades, atitudes e motivação dos colaboradores.

## **4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

O presente capítulo visa apresentar os aspectos metodológicos aplicados para o desenvolvimento do estudo.

### **Questões de Pesquisa**

As questões de pesquisa praticamente substituem os objetivos específicos exercendo a função de roteiro para as pesquisas (VERGARA, 2009). Deste modo, as questões desta pesquisa são descritas a seguir:

- a) Analisar o setor de hotel de idosos em Aracaju-SE;
- b) Elaborar o Plano de Marketing;
- c) Definir o Plano Operacional para esse empreendimento;
- d) Definir ações de Recursos Humanos adequadas ao hotel;
- e) Definir o Plano Financeiro para o negócio;
- f) Verificar a viabilidade do negócio.

### **Caracterização do Estudo**

É possível a classificação e a abordagem das pesquisas, empregando os estudos exploratórios, explicativos e descritivos, sendo o exploratório objetivar o conhecimento de um tema novo ou pouco pesquisado, o explicativo descrever os aspectos de certo fenômeno, e o descritivo descrever aspectos de certo fenômeno, analisando suas razões ou seus resultados (GIL, 2010).

O estudo descritivo busca descrever as características de uma população, um fenômeno ou experiência (GIL, 2010). Deste modo, este estudo foi classificado como descritivo tendo em vista analisar como deve ser um Plano de Negócio de um Hotel para idosos em Aracaju-SE.

A pesquisa também se caracteriza como qualitativa, que, segundo Gil (2010) é um tipo de investigação regressada para os aspectos qualitativos de uma determinada situação, e que considera a parte subjetiva do problema.

## Método de pesquisa

O método de pesquisa utilizado foi a análise documental, um método que se equipara à de natureza bibliográfica, exceto no que alusão a natureza das fontes ponderadas (VERGARA, 2009). Deste modo, o presente relatório foi elaborado mediante a consulta de jornais, revistas, diários, obras literárias, científicas e técnicas, cartas, memorandos, relatórios, sites da área governamental, dentre outros.

## Categorias analíticas e elementos

As categorias analíticas da pesquisa em questão foram organizadas em blocos de acordo com a revisão teórica, sendo que as questões foram estabelecidas de acordo com os objetivos específicos.

**Quadro 7 – Categorias analíticas e elementos**

<b>Categorias de Análise</b>	<b>Elementos</b>
Sumário Executivo	Resumo dos principais pontos do plano de negócio; Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições; Dados do empreendimento; Missão da empresa; Setores de atividade; Forma Jurídica; Enquadramento Tributário; Capital Social; Fonte de recursos.
Mercado	Estudo dos Clientes; Estudo dos Concorrentes; Estudo dos Fornecedores.
Plano Marketing	Estudo de mercado Descrição dos principais produtos e serviços; Preço; Estratégias Promocionais; Estrutura de Comercialização; Localização do negócio.
Plano Operacional	Layout ou arranjo físico; Capacidade produtiva/comercial/serviços; Processos Operacionais; Necessidade de Pessoal.
Plano Financeiro	Análise de viabilidade; Estimativa dos Investimentos fixos; Capital de Giro; Investimentos pré-operacionais; Investimento Total; Estimativa do faturamento mensal da empresa;

	<p>Estimativa de custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações;</p> <p>Estimativa de custo de comercialização;</p> <p>Apuração do custo dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas;</p> <p>Estimativa dos custos com mão-de-obra;</p> <p>Estimativa do custo com depreciação;</p> <p>Estimativa de custos fixos operacionais mensais;</p> <p>Demonstrativo de resultado;</p> <p>Indicadores de viabilidade.</p>
Cenário e Avaliação estratégica	<p>Análise da matriz SWOT (F.O.F.A.);</p> <p>Avaliação do plano de negócio.</p>

Fonte: Adaptado de SEBRAE/2017

### **Instrumento de pesquisa**

No que se refere a coleta de dados, o instrumento utilizado foi a entrevista estruturada, que, de acordo com Vergara (2009, p. 53), diz respeito a um tipo de entrevista constituída por perguntas pré-definidas e que não podem ser alteradas ou adaptado. Deste modo a entrevista ora utilizada foi composta por 15 perguntas abertas, tendo como amostra 20 (vinte) pessoas, escolhidos de maneira aleatória, no período de 11 a 15 de setembro de 2017.

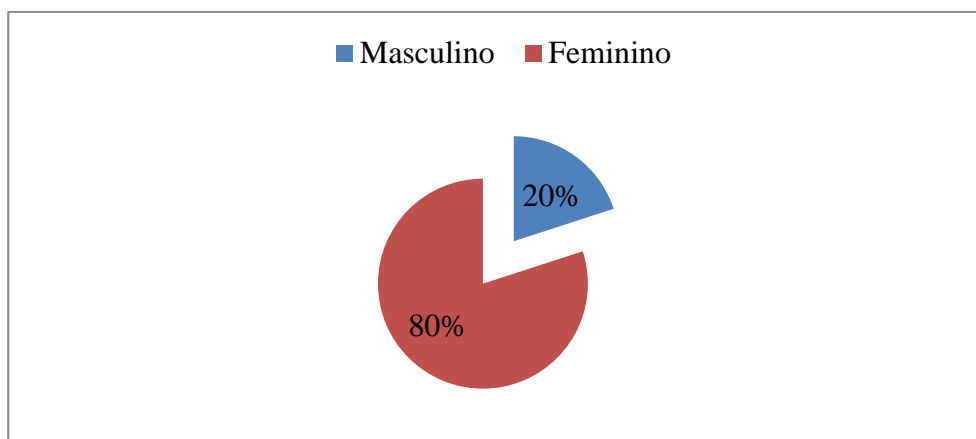
Inicialmente foi feita uma pesquisa de mercado os potenciais clientes, sejam idosos ou familiares, a mesma foi realizada no período de 11 a 15 de setembro de 2017, com vinte pessoas, para identificar o perfil, comportamento e as necessidades dos idosos (o roteiro da entrevista encontra-se no apêndice “A”). O acesso a essas pessoas se deu mediante a visita por parte do aluno autor da pesquisa a clínicas com foco em idosos. As entrevistas foram feitas enquanto os entrevistados aguardavam consulta, onde, de forma alguma, atrapalhou a rotina dos mesmos.

Em um primeiro momento foi explicado o motivo da aplicação do roteiro de entrevista, e com o consentimento dos entrevistados foram feitas as perguntas. Cada entrevista teve uma duração média de 20 minutos e os dados foram anotados para posteriormente serem tabulados. Do total dos entrevistados, dezesseis são mulheres e quatro são homens. Todos responsáveis por idosos, sendo que  $\frac{1}{4}$  dos entrevistados possuem idade superior a 60 anos (público considerado idoso, segundo estatuto do idoso - Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003).

## 5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A presente seção descreve o modelo de negócios elaborado no intuito de constituir um hotel para idosos em Aracaju-SE. Inicialmente, a fim de se constituir um Plano de Negócio de um Hotel, foi elaborada uma pesquisa de mercado onde foram coletados os seguintes dados.

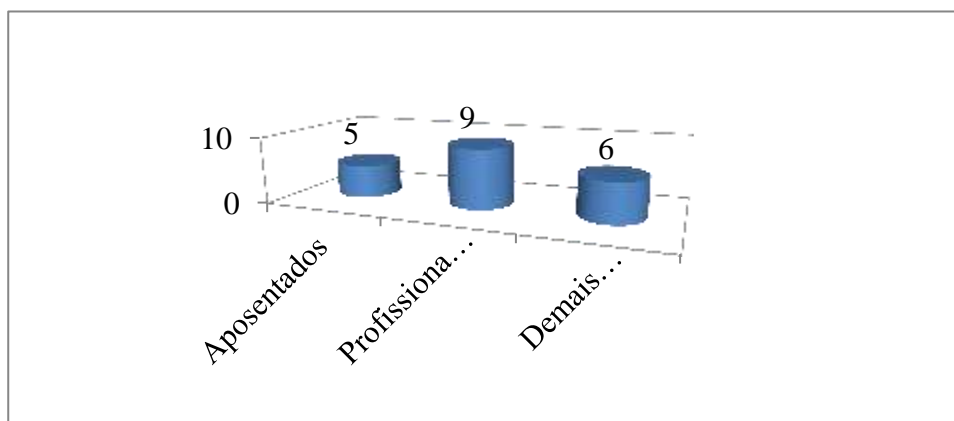
**Figura 1 – Gênero dos entrevistados**



Fonte: Autor da pesquisa (2017)

Das vinte pessoas, cinco são aposentados, nove profissionais do lar e os demais possuem profissões diversas.

**Figura 2 – Situação ocupacional dos entrevistados**

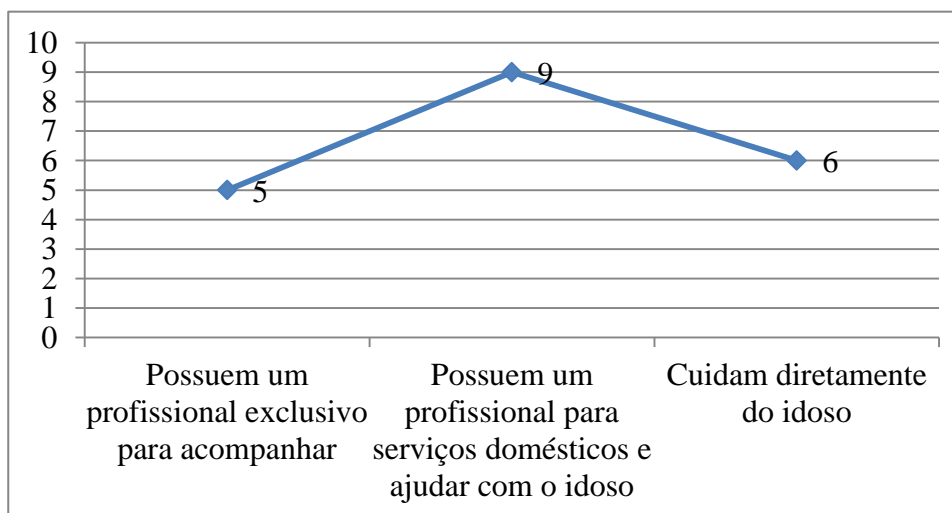


Fonte: Autor da pesquisa (2017)

No tocante a dependência dos idosos, todos afirmaram que o idoso ao qual acompanha residem no seio familiar, tendo um elevado grau de dependência, precisando de

cuidados e acompanhamento constante. Sendo que cinco dos entrevistados possuem uma pessoa exclusiva para os cuidados com o idoso, nove deles possuem uma pessoa para os serviços domésticos, mas que direciona grande parte dos seus esforços para com o idoso e seis deles cuidam de maneira direta.

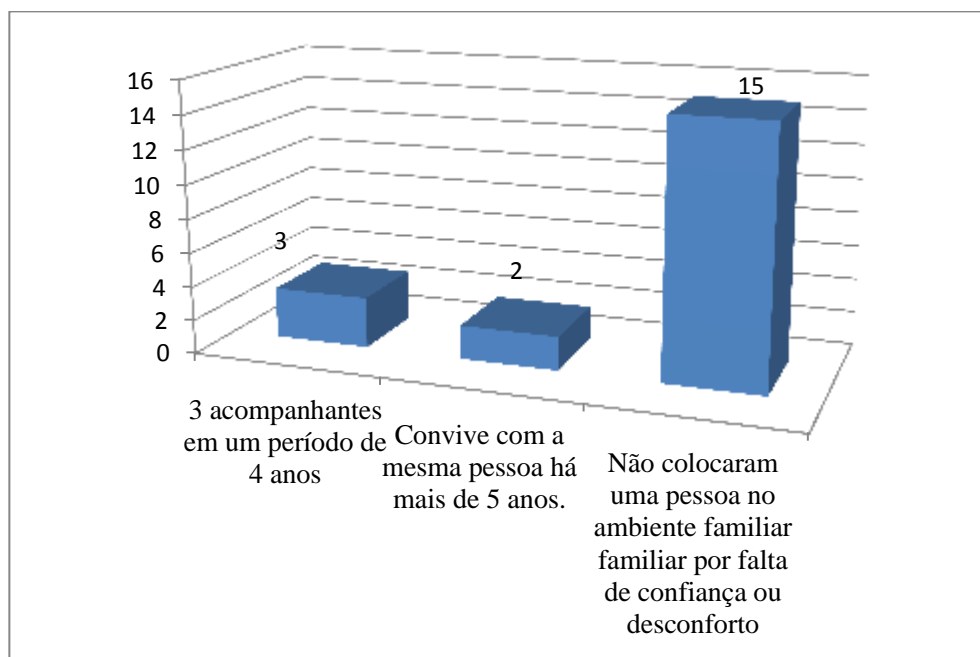
**Figura 3 – Acompanhamento**



Fonte: Autor da pesquisa (2017)

Dos cinco entrevistados que informaram possuir uma pessoa contratada exclusiva para o cuidado dos idosos, três desses acompanhantes exercem sua função de segunda à sexta, das 07h às 17h. Os outros dois atuam de forma direta, de domingo a domingo, tendo folga quinzenalmente.

Ainda no tocante dos cinco entrevistados que possuem acompanhantes fixos, os mesmos informaram a dificuldade de se encontrar pessoas qualificadas e com referências ou que se adaptem a rotina do lar. Dois deles informaram que já contrataram mais de três acompanhantes em um período de 4 anos, os outros dois afirmam estar com a mesma pessoa há mais de 5 anos. O restante dos entrevistados afirmou que a não confiança e a sensação de desconforto em ter uma pessoa que não seja da família dentro de casa são as razões de não colocarem uma pessoa exclusiva dentro do ambiente familiar.

**Figura 4 - Convívio**

Fonte: Autor da pesquisa/2017

No que se refere ao valor pago para manter um profissional exclusivo, três dos entrevistados afirmaram ter uma despesa padrão na contratação do profissional, salário mínimo, auxílio transporte e alimentação, que contabilizam em média R\$ 1.200,00 mensais. Os outros dois afirmam que além das despesas padrões ainda possuem acréscimo em energia, água, adicional noturno e adicional final de semana, contabilizando em média R\$ 1.600,00 mensais.

Todos os cinco que possuem um profissional exclusivo afirmaram que se sentem satisfeitos com o serviço oferecido pelo atual acompanhante, porém, já houve vezes que a insatisfação resultou na troca do profissional. Troca essa que acaba se tornando um desgaste, observado todo o processo de adaptação e estabelecimento de confiança. Os pontos unanimemente citados por esses cinco participantes dizem respeito à falta de cumprimento de horário de chegada e descaso com algumas atividades fundamentais para o idoso, no tocante banho e alimentação.

Quanto aos relatos sobre deixar de fazer viagem ou participarem de eventos, somente dois afirmaram não passar por essa situação, e que possuem um profissional direto na residência, os outros dezoito afirmaram passar por essa situação de maneira corriqueira.

Quando abordados sobre a utilização de um hotel voltado para idosos, todos afirmaram nunca terem buscado informações sobre o assunto, que na percepção dos mesmos, qualquer local direcionado exclusivamente a idosos se caracteriza como asilos, que na maioria das vezes são 'rotulados' como locais para abandono de idosos, ou seja, um modo de mantê-los afastados do convívio familiar a fim de evitar desgastes com o ato de cuidar. Porém, quando esclarecidos sobre a proposta do hotel, houve unanimidade no interesse em conhecer.

No que se refere ao valor que estariam dispostos a pagar a fim de obter um serviço completo e confiável no cuidado de idosos, houve uma variação entre R\$ 1.500,00 e R\$ 2.000,00.

Através da entrevista, ficou constatado a real necessidade da criação do hotel voltado para idosos, a fim de garantir comodidade a seus familiares, sem deixar de oferecer o essencial para aqueles que foram fundamentais na sua criação. Levando em consideração que uma velhice ocupada com atividades positivas que fomentem as necessidades de relacionamento, o sentimento de pertença e de auto-realização é imprescindível ao desenvolvimento humano, proporcionando assim uma sensação de bem-estar. Esta sensação de bem-estar, com efeitos multiplicadores acabam por se generalizar, melhorando não apenas a vida do próprio idoso, como também de todos aqueles com os quais se relacionam.

Deste modo, parte-se para a elaboração do plano de negócio, uma ferramenta que, como visto anteriormente através do embasamento teórico, relaciona todos os detalhes relevantes para a implantação do negócio, tornando-se possível a avaliação da viabilidade ou não do empreendimento.

Faz-se importante enfatizar que o modelo de plano de atividades e estrutura utilizado na preparação do projeto foram elaborados mediante a pesquisa nos mercados concorrentes, ou seja, em empresas atuantes no mercado de hotéis destinados a idosos.

#### **Quadro 8 – Planos oferecidos**

Moradia Fixa	Hospedagem integral de longa permanência, por 24 horas. Completa assistência de serviços multidisciplinares que garantem o cuidado total à saúde do idoso e também sua vitalidade e bem-estar.
Hotel fim de semana	Hospedagem de curta permanência

	Familiares que precisam de um local seguro e confortável onde o idoso possa ficar durante curtas temporadas como viagem de trabalho, final de ano, férias familiares, feriados prolongados, entre outros.
Hotel dia (segunda à sexta)	Familiares que necessitam de apoio diário para os cuidados com o idoso, porém precisam administrar sua permanência no ambiente familiar nos períodos noturnos.

Fonte: Adaptado do site Garden Ville Residencial Sênior (2017)

O hotel também contará com a opção hotel noite, para aqueles familiares que precisam sair à noite e não possuem um acompanhante.

### Quadro 9 – Serviços oferecidos

<p>6 refeições diárias balanceadas (elaboradas por chef e nutricionista);  1 ou 2 atividades diárias (terapias, entretenimento, passeios, exercícios físicos);  Gestão de medicamentos;  Equipe para auxílio nas atividades diárias (banho, locomoção, alimentação), inclusive para período noturno;  Musicoterapia e terapias em grupo; Terapia ocupacional e atividades manuais;  Sessão de filmes, bingo e entretenimento;  Horário de visita livre, festas nas datas comemorativas (ex: Natal, Páscoa, Dia das Mães, etc.), com música ao vivo, decoração e cardápio especial, e comemoração de eventos especiais, como aniversários.</p>
---

Fonte: Adaptado do site Garden Ville Residencial Sênior (2017)

Ao fazer um comparativo sobre a diferença de manter o idoso na hospedagem assistida em um hotel para idosos e do atendimento em casa, elabora-se o seguinte quadro:

### Quadro 10 – Comparativo entre hospedagem em casa X hotel para idosos

Hospedagem em casa	Hotel para idosos
Atendimento por cuidador ou alguém da família, possivelmente sem treinamento adequado.	Atendimento por equipe multiprofissional, treinada e preparada para oferecer o melhor cuidado.
Visitas esporádicas ao médico e cuidado curativo/paliativo.	Monitoramento diário da saúde e cuidado preventivo.
Vida sedentária, por vezes passa dias em frente à TV. Convívio com poucas pessoas, solidão e desânimo por não ter expectativa no dia a dia, em muitos casos.	Participação em atividades sociais, sempre que o idoso desejar: festas, danças, palestras, bingo, entre outras. Atividade física a fim de melhorar a qualidade de vida e o estado de espírito da pessoa idosa.
Risco maior de quedas e acidentes domésticos porque o ambiente não é planejado pensando nas necessidades e na segurança da pessoa	Ambientes totalmente adaptados com facilidade de acesso, segurança e conforto aos moradores. Rondas constantes e presença da equipe ajudam a

idosa. Idoso pode passar horas caído antes de conseguir socorro.	prevenir acidentes.
Perda de memória antes do que poderia ocorrer, caso houvesse estimulação adequada, na grande maioria das vezes.	Estimulação cognitiva ao Realizar atividades que sejam prazerosas e que estimulem a memória, a atenção, a linguagem, o raciocínio e a criatividade.
O convívio com a família torna-se desgastado pelo cansaço físico e mental de quem cuida do idoso e, por vezes, pela falta de participação (no cuidado) dos demais entes da família. Onde o idoso se sente um peso para a família.	Valorização do convívio com a família, onde os moradores podem receber seus parentes para passar momentos agradáveis.

Fonte: Adaptado do site Garden Ville Residencial Sênior (2017)

A proposta do hotel busca oferecer aos idosos um espaço onde possam morar ou se hospedar por um determinado período, ao mesmo tempo que participa de atividades que estimulam o seu bem-estar social, físico e mental, suprimindo assim a necessidade de todos os clientes e familiares.

## 5.1 Plano de negócio Hotel para idosos Software Plano de Negócio 3.0

### Sumário Executivo

#### Dados dos empreendedores

Nome:	Felipe Mota Barreto		
Endereço:	Rua Joao Ouro, 100		
Cidade:	Aracaju	Estado:	Sergipe
Perfil:	Graduando do curso de Administração da Universidade Federal de Sergipe.		
Atribuições:	Planejamento; Organização; Direção; Controle.		

#### Missão da empresa

Cuidar do idoso com extrema responsabilidade, paciência, carinho e acima de tudo com amor.

**Setores de atividade**

Agropecuária  Comércio

Indústria

Serviços

**Forma jurídica**

Empresário Individual

Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI

Microempreendedor Individual – MEI  Sociedade Limitada

Outros:

**Enquadramento tributário**

Âmbito federal

Regime Simples

Sim  Não

IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica

PIS – Contribuição para os Programas de Integração Social COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados (apenas para indústria) ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

ISS - Imposto sobre Serviços

**Capital social**

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	Felipe Mota Barreto	R\$ 1.075.800,25	100,00
Total		R\$ 1.075.800,25	100,00

### Fonte de recursos

100% Recursos próprios

### Análise de mercado

#### Estudo dos clientes

Público-alvo - Pessoas da 3ª idade, ambos os sexos e com faixa etária de 50 a 120 anos (salvo exceções)

Comportamento dos clientes - A grande procura por cuidadores por parte da população aracajuana. Crescimento da população de idosos no Brasil e em Sergipe.

Área de abrangência - Aracaju e Grande Aracaju

#### Estudo dos concorrentes

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes
Cantinho Renascer do Vovô Feliz	Confiança, fácil acessibilidade	R\$ 1.300,00 mensais	Boleto 12 mensalidades	Rua Geraldo Mendes de Carvalho, nº 198, Suíssa, Aracaju-SE	Domingo a domingo	Casa de repouso
Casa da Vovó Guida	Confiança, ambiente familiar.	R\$ 1.420,00	Boleto mensais 12 meses	Rua Doutor Niceu Dantas, Nº 174, Aracaju-SE	Domingo a domingo	Moradia fixa

Conclusões - Oferecem apenas serviços de moradia fixa, sem muitas atividades laborais, apenas local de repouso.

#### Estudo dos fornecedores

Nº	Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo De entrega	Localização
----	---	--------------------	-------	------------------------	------------------	-------------

1	Itens de grandes marcas nacionais e importadas de mercearia, alimentos, perecíveis, embalagens, bazar, higiene, bebidas e limpeza.	Supermercado Açai	Diversificado	Dinheiro e cartão	No ato	Rua Simeão Aguiar, 430 José Conrado de Araújo Aracaju-SE
2	Itens de mercearia, alimentos, perecíveis, embalagens, bazar, higiene, bebidas e limpeza.	Supermercado Atacadão	Diversificado	Dinheiro e cartão	No ato	Av. Chanceler Osvaldo Aranha, 2445, Novo Paraíso, Aracaju - SE
3	Itens mercearia, alimentos, perecíveis, embalagens, bazar, higiene, bebidas e limpeza.	Supermercado G. Barbosa	Diversificado	Dinheiro e cartão	No ato	Av. José Thomaz D'Ávila Nabuco, nº 945, Farolândia Aracaju- SE.

## Plano de marketing

### Produtos e serviços

Nº	Produtos / Serviços
1	Hotel Noite
2	Hotel dia (segunda a sexta)
3	Hotel fim de semana
4	Moradia Fixa

### Preço

O preço foi definido observando os custos existentes com a prestação de serviço. Como não há concorrentes, não houve comparação com outros locais.

### Estratégias promocionais

Panfletos, outdoors, anúncios em jornais, ciberespaços e mídias sociais.

### Estrutura de comercialização

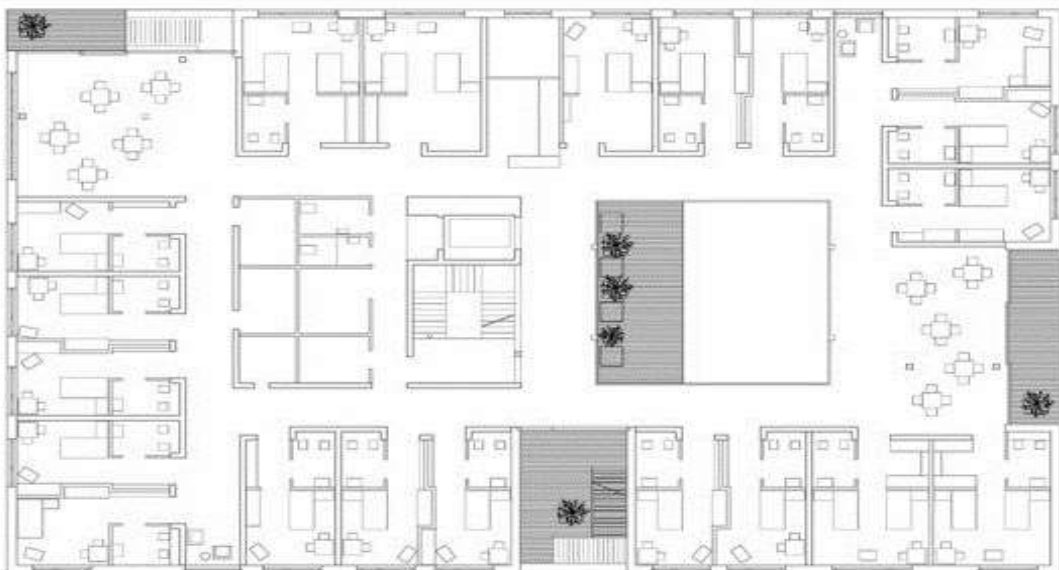
## Localização do negócio

Endereço:	Rua Amauri Junior , 130
Bairro:	Coroa do Meio
Cidade:	Aracaju
Estado:	Sergipe
Fone 1:	(79) 3205-8900

Considerações sobre o ponto (localização), que justifiquem sua escolha: O local foi escolhido por ser de fácil acesso, garantindo assim a comodidade de seus clientes.

## Plano operacional

### Layout



Fonte: Site [www.archdaily.com.br](http://www.archdaily.com.br).

## Capacidade instalada

Hotelzinho dia (segunda a sexta) - 27 pessoas

Hotel noite - 15 pessoas

Hotel fim de semana - 15 pessoas

Moradia fixa - 3 pessoas

## Processos operacionais

Seis refeições diárias.

Terapias, entretenimento, passeios, exercícios físicos Leitura ou contação de história de modo participativo; musicoterapia e terapias em grupo, terapia ocupacional e atividades manuais, sessão de filmes, bingo e entretenimento, horário de visitação livre, festas nas datas comemorativas (ex: Natal, Páscoa, Dia das Mães, etc.), com música ao vivo, decoração e cardápio especial, e comemoração de eventos especiais, como aniversários.

Cuidados pessoais: Banho; banho de sol; administração de medicação e troca de fraldas.

## Necessidade de pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	Técnico de enfermagem	Reabilitação, prevenção e recuperação de saúde, administração de medicação conforme prescrição médica.
2	Ajudante de cozinha	Experiência em preparo de alimentos.
3	Cozinheiro	Experiência em cozinha (preparo dos alimentos)
4	Auxiliar de manutenção	Experiência em limpeza de ambiente.
5	Assistente	Possuir o curso de cuidador de Idosos (Cuidar dos idosos de uma forma geral e organizar o ambiente).
6	Assistente Social	Formado em Serviço Social (Promover o bem estar físico, psicológico e social)
7	Nutricionista	Formado em nutrição (Preparo de dietas balanceadas)
8	Gestor	Graduado em Administração.

## Plano financeiro

### Investimentos fixos

#### Imóveis

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (A)				R\$ 0,00

#### Máquinas

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
----	-----------	------	----------------	-------

1	Grade para cama	15	R\$ 25,00	R\$ 375,00
2	Barra de apoio carbono	30	R\$ 15,00	R\$ 450,00
3	Cadeira de rodas	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00
4	Microsistem	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
SUB-TOTAL (B)				R\$ 1.525,00

### Equipamentos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (C)				R\$ 0,00

### Móveis e Utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Espelhos	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
2	Jogo de lençol	30	R\$ 15,00	R\$ 450,00
3	Toalha de banho	10	R\$ 5,00	R\$ 50,00
4	Toalha de rosto	10	R\$ 3,00	R\$ 30,00
5	Aparelho de jantar	2	R\$ 20,00	R\$ 40,00
6	Copo de vidro	3	R\$ 8,00	R\$ 24,00
7	Copo de plastico	10	R\$ 1,00	R\$ 10,00
8	Livros direcionados a idosos	5	R\$ 5,00	R\$ 25,00
9	Revistas	10	R\$ 3,00	R\$ 30,00
10	Panela grande cozinha industrial	4	R\$ 20,00	R\$ 80,00
11	Tacho	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
12	Assaseira de aluminio grande	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
13	Assadeira de aluminio media	2	R\$ 15,00	R\$ 30,00
14	Panela de pessao grande	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
15	Vigorosa	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
16	Saladeira	3	R\$ 10,00	R\$ 30,00
17	Frigideira grande	2	R\$ 15,00	R\$ 30,00
18	Frigideira pequena	2	R\$ 10,00	R\$ 20,00

19	Frigideira media	2	R\$ 12,00	R\$ 24,00
20	Chaleira	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
21	Baixela grande	3	R\$ 15,00	R\$ 45,00
22	Baixela media	3	R\$ 12,00	R\$ 36,00
23	Baixela pequena	3	R\$ 10,00	R\$ 30,00
24	Livros de receitas	1	R\$ 10,00	R\$ 10,00
25	Poltrono do papai	3	R\$ 200,00	R\$ 600,00
26	Tapete grande	2	R\$ 80,00	R\$ 160,00
27	Lixeira pequena banheiro	4	R\$ 10,00	R\$ 40,00
28	Lixeira jardim media palha	4	R\$ 15,00	R\$ 60,00
29	Lixão	3	R\$ 30,00	R\$ 90,00
30	Bingo	3	R\$ 5,00	R\$ 15,00
31	Damas	5	R\$ 2,00	R\$ 10,00
32	Xadrez	3	R\$ 5,00	R\$ 15,00
33	Baralho	6	R\$ 5,00	R\$ 30,00
34	Balde grande	3	R\$ 8,00	R\$ 24,00
35	Balde pequeno	3	R\$ 5,00	R\$ 15,00
36	Luva emborrachada	6	R\$ 3,00	R\$ 18,00
37	Avental	4	R\$ 5,00	R\$ 20,00
38	Pá	2	R\$ 5,00	R\$ 10,00
39	Toalha piquenique	8	R\$ 5,00	R\$ 40,00
40	Toalha banho de sol	10	R\$ 10,00	R\$ 100,00
41	Ítems farmácia kit	2	R\$ 15,00	R\$ 30,00
42	Garrafa café	2	R\$ 15,00	R\$ 30,00
43	Jogo de talheres	3	R\$ 15,00	R\$ 45,00
44	Papelaria	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
45	Adaptador de banheiro	2	R\$ 25,00	R\$ 50,00
46	Cadeira para banho	2	R\$ 100,00	R\$ 200,00
47	pano de chão	10	R\$ 2,00	R\$ 20,00
48	Sofá jogo	2	R\$ 300,00	R\$ 600,00
49	Mesa com 6 cadeiras	2	R\$ 300,00	R\$ 600,00
50	Cama	30	R\$ 80,00	R\$ 2.400,00

51	Mesa de jardim	2	R\$ 150,00	R\$ 300,00
52	Sombreiro	2	R\$ 100,00	R\$ 200,00
53	Cadeira de praia articulável	6	R\$ 35,00	R\$ 210,00
54	Mesa com cadeira plástica	5	R\$ 90,00	R\$ 450,00
55	Prato plástico	20	R\$ 1,00	R\$ 20,00
56	Cesto de roupa suja	3	R\$ 30,00	R\$ 90,00
57	Kit banheiro	3	R\$ 15,00	R\$ 45,00
58	Domino	4	R\$ 5,00	R\$ 20,00
59	Reserva financeira de utensílios	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
60	Filme	5	R\$ 5,00	R\$ 25,00
61	Vassoura	2	R\$ 5,00	R\$ 10,00
62	Rodo	2	R\$ 5,00	R\$ 10,00
SUB-TOTAL (D)				R\$ 8.996,00

### Veículos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (E)				R\$ 0,00

### Computadores

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Computadores completos	2	R\$ 900,00	R\$ 1.800,00
2	impressora	1	R\$ 380,00	R\$ 380,00
SUB-TOTAL (F)				R\$ 2.180,00

### Total dos investimentos fixos

$$A + B + C + D + F = 12.701$$

**Estoque inicial**

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Salários + encargos mensais (6 primeiros meses)	6	R\$ 15.204,80	R\$ 91.228,80
2	Reserva financeira	1	R\$ 250.000,00	R\$ 250.000,00
TOTAL (A)				R\$ 341.228,80

**Caixa mínimo**

1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Serviços	100,00	30	30,00
Prazo médio total		30	

2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Suprimentos	100,00	60	60,00
Prazo médio total		60	

3º Passo: Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque

Necessidade média de estoque	
Numero de dias	365

4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	30
2. Estoques – necessidade média de estoques	365
Subtotal Recursos fora do caixa	395
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	60

Subtotal Recursos de terceiros no caixa	60
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	335

### Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$ 21.457,71
2. Custo variável mensal	R\$ 42.596,36
3. Custo total da empresa	R\$ 64.054,07
4. Custo total diário	R\$ 2.135,14
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	335
Total de B – Caixa Mínimo	R\$ 715.270,45

### Capital de giro (Resumo)

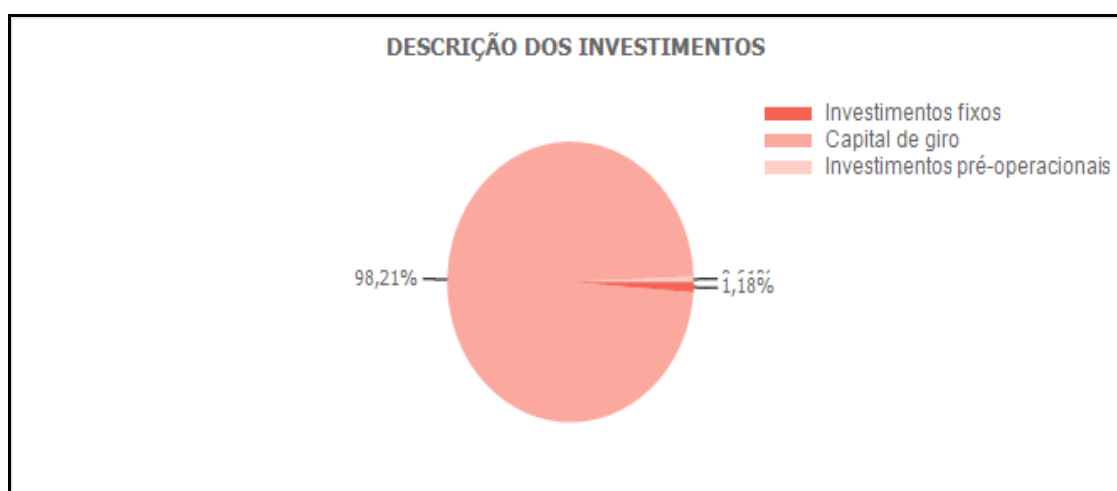
Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 341.228,80
B – Caixa Mínimo	R\$ 715.270,45
<b>TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)</b>	<b>R\$ 1.056.499,25</b>

### Investimentos pré-operacionais

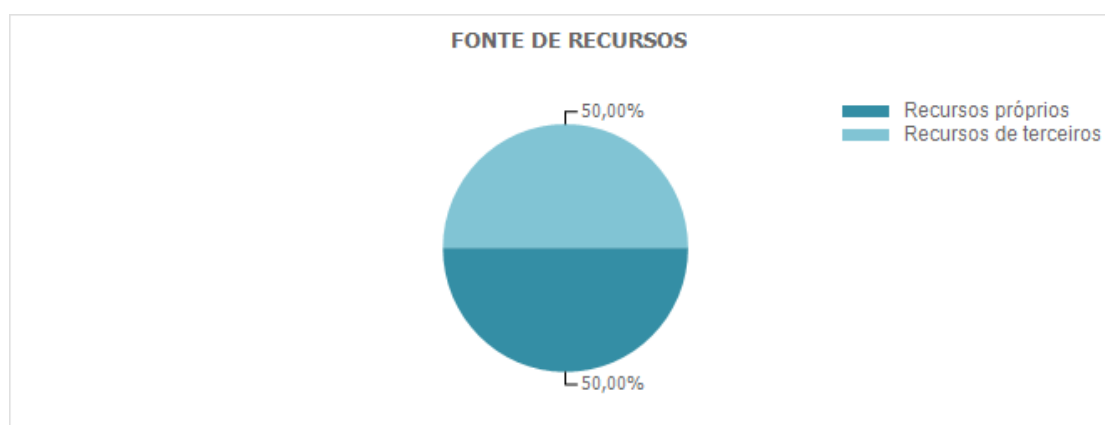
Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 1.000,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 1.000,00
Divulgação de Lançamento	R\$ 300,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 0,00
Outras despesas	R\$ 500,00
Registro de marca e patente	R\$ 500,00
Honorário contador	R\$ 300,00
Móveis escritorio e recepcao	R\$ 2.000,00
Fardamento	R\$ 1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 6.600,00</b>

### Investimento total

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 12.701,00	1,18
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 1.056.499,25	98,21
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 6.600,00	0,61
<b>TOTAL (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 1.075.800,25</b>	<b>100,00</b>



Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 537.900,12	50,00
Recursos de terceiros	R\$ 537.900,12	50,00
Outros	R\$ 0,00	0,00
<b>TOTAL (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 1.075.800,25</b>	<b>100,00</b>



**Faturamento mensal**

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Hotel Noite	15	R\$ 250,00	R\$ 3.750,00
2	Hotel dia (segunda a sexta)	27	R\$ 2.100,00	R\$ 56.700,00
3	Hotel fim de semana	15	R\$ 500,00	R\$ 7.500,00
4	Moradia Fixa	3	R\$ 4.500,00	R\$ 13.500,00
TOTAL				R\$ 81.450,00

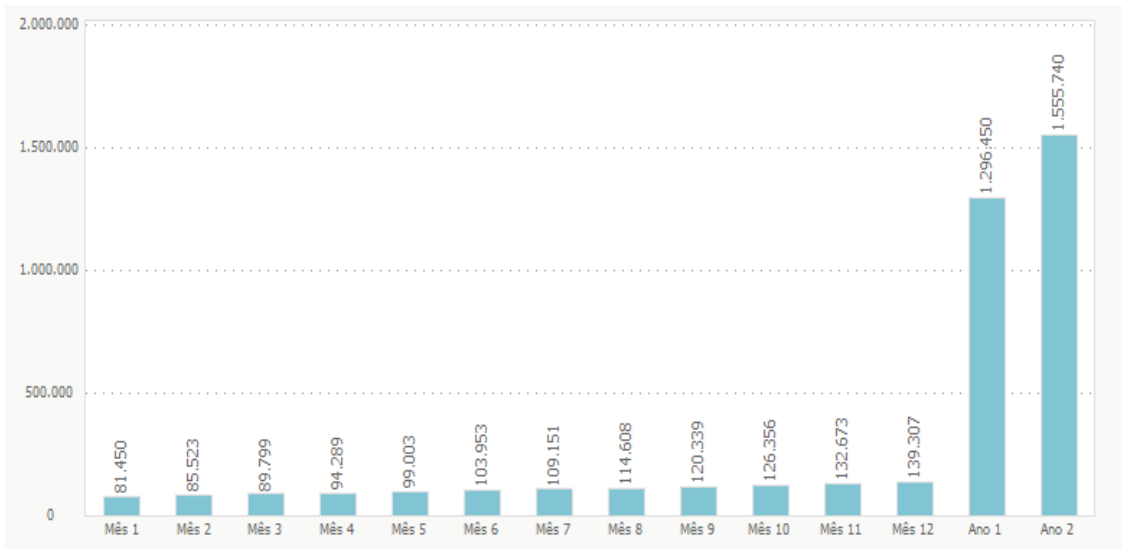
## Projeção das Receitas:

( ) Sem expectativa de crescimento (x) Crescimento a uma taxa constante:

5,00 % ao mês para os 12 primeiros meses 20,00 % ao ano a partir do 2º ano

( ) Entradas diferenciadas por período

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 81.450,00
Mês 2	R\$ 85.522,50
Mês 3	R\$ 89.798,63
Mês 4	R\$ 94.288,56
Mês 5	R\$ 99.002,98
Mês 6	R\$ 103.953,13
Mês 7	R\$ 109.150,79
Mês 8	R\$ 114.608,33
Mês 9	R\$ 120.338,75
Mês 10	R\$ 126.355,68
Mês 11	R\$ 132.673,47
Mês 12	R\$ 139.307,14
Ano 1	R\$ 1.296.449,96
Ano 2	R\$ 1.555.739,95



### Custo unitário

#### Produto: Hotel Noite

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
TOTAL			R\$ 0,00

#### Produto: Hotel dia (segunda a sexta)

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
TOTAL			R\$ 0,00

#### Produto: Hotel fim de semana

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
TOTAL			R\$ 0,00

#### Produto: Moradia Fixa

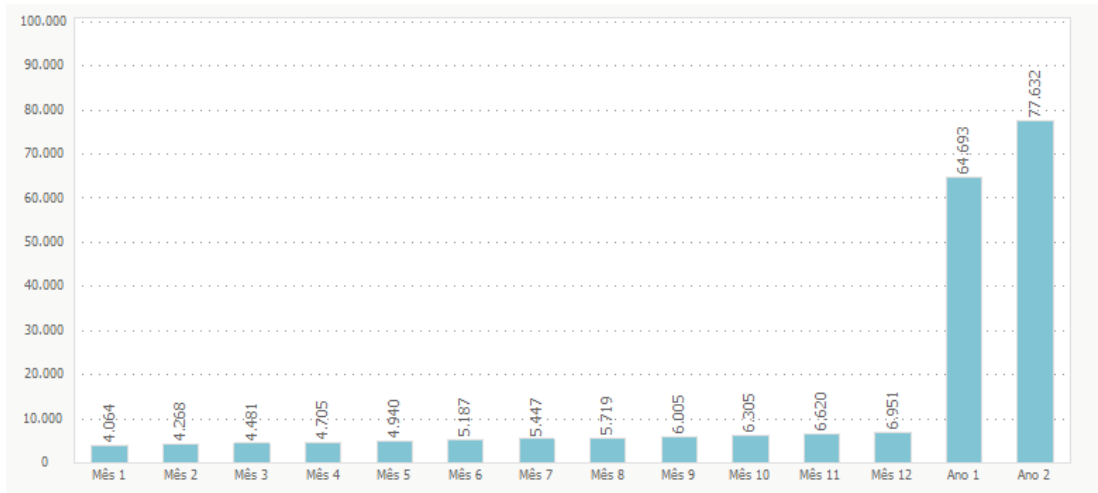
Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
TOTAL			R\$ 0,00

**Custos de comercialização**

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
SIMPLES (Imposto Federal)	0,00	R\$ 81.450,00	R\$ 0,00
Comissões (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 81.450,00	R\$ 0,00
Propaganda (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 81.450,00	R\$ 0,00
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	4,99	R\$ 81.450,00	R\$ 4.064,36

Total Impostos	R\$ 0,00
Total Gastos com Vendas	R\$ 4.064,36
Total Geral (Impostos + Gastos)	R\$ 4.064,36

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 4.064,36
Mês 2	R\$ 4.267,58
Mês 3	R\$ 4.480,96
Mês 4	R\$ 4.705,00
Mês 5	R\$ 4.940,25
Mês 6	R\$ 5.187,27
Mês 7	R\$ 5.446,63
Mês 8	R\$ 5.718,96
Mês 9	R\$ 6.004,91
Mês 10	R\$ 6.305,16
Mês 11	R\$ 6.620,41
Mês 12	R\$ 6.951,43
Ano 1	R\$ 64.692,93
Ano 2	R\$ 77.631,52

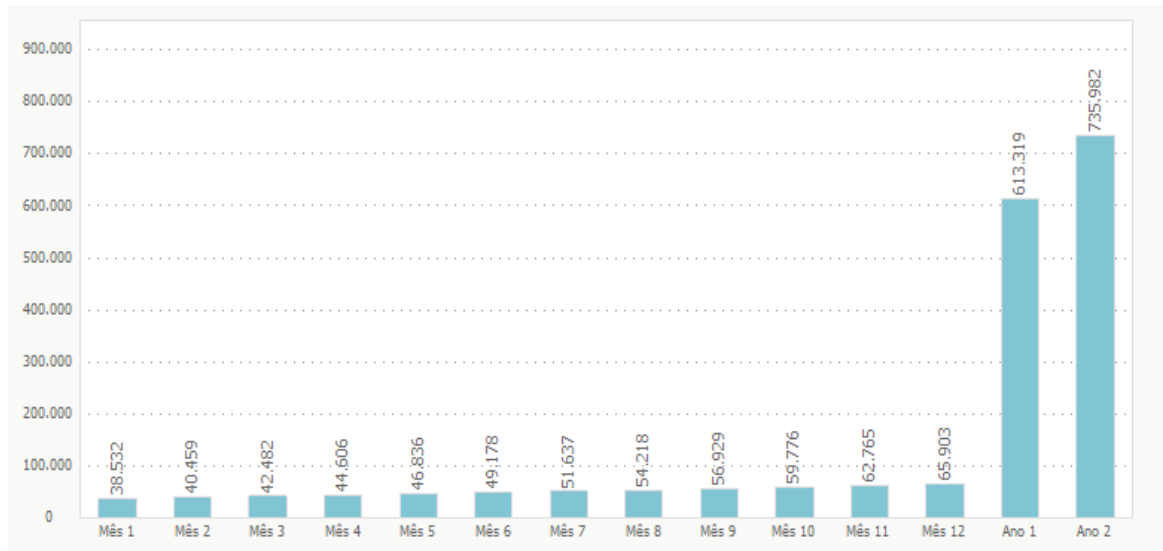


### Apuração do custo de MD e/ou MV

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais /Aquisições	CMD / CMV
1	Hotel Noite	15	R\$ 642,20	R\$ 9.633,00
2	Hotel dia (segunda a sexta)	27	R\$ 642,20	R\$ 17.339,40
3	Hotel fim de semana	15	R\$ 642,20	R\$ 9.633,00
4	Moradia Fixa	3	R\$ 642,20	R\$ 1.926,60
TOTAL				R\$ 38.532,00

Período	CMD/CMV
Mês 1	R\$ 38.532,00
Mês 2	R\$ 40.458,60
Mês 3	R\$ 42.481,53
Mês 4	R\$ 44.605,61
Mês 5	R\$ 46.835,89
Mês 6	R\$ 49.177,68
Mês 7	R\$ 51.636,57
Mês 8	R\$ 54.218,39
Mês 9	R\$ 56.929,31
Mês 10	R\$ 59.775,78
Mês 11	R\$ 62.764,57
Mês 12	R\$ 65.902,80

Ano 1	R\$ 613.318,72
Ano 2	R\$ 735.982,46



### Custos de mão-de-obra

Função	Nº de Empreg.	Salário Mensal	Subtotal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Total
Gestor	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	30,00	R\$ 450,00	R\$ 1.950,00
Nutricionista	1	R\$ 1.100,00	R\$ 1.100,00	30,00	R\$ 330,00	R\$ 1.430,00
Assistente Social	1	R\$ 1.100,00	R\$ 1.100,00	30,00	R\$ 330,00	R\$ 1.430,00
Assistente	3	R\$ 937,00	R\$ 2.811,00	30,00	R\$ 843,30	R\$ 3.654,30
Auxiliar de manutenção	1	R\$ 937,00	R\$ 937,00	30,00	R\$ 281,10	R\$ 1.218,10
Cozinheiro	1	R\$ 937,00	R\$ 937,00	30,00	R\$ 281,10	R\$ 1.218,10
Ajudante de cozinha	1	R\$ 937,00	R\$ 937,00	30,00	R\$ 281,10	R\$ 1.218,10
Técnico de enfermagem	1	R\$ 937,00	R\$ 937,00	30,00	R\$ 281,10	R\$ 1.218,10
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>		<b>10.259,00</b>		<b>R\$ 3.077,70</b>	<b>R\$ 13.336,70</b>

**Custos com depreciação**

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e equipamentos	R\$ 1.525,00	10	R\$ 152,50	R\$ 12,71
móveis e utensílios	R\$ 8.996,00	10	R\$ 899,60	R\$ 74,97
computadores	R\$ 2.180,00	5	R\$ 436,00	R\$ 36,33
Total			R\$ 1.488,10	R\$ 124,01

**Custos fixos operacionais mensais**

Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 2.500,00
Condomínio	R\$ 0,00
IPTU	R\$ 65,00
Energia elétrica	R\$ 300,00
Telefone + internet	R\$ 180,00
Honorários do contador	R\$ 0,00
Pró-labore	R\$ 1.500,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 150,00
Salários + encargos	R\$ 13.336,70
Material de limpeza	R\$ 150,00
Material de escritório	R\$ 150,00
Taxas diversas	R\$ 0,00
Serviços de terceiros	R\$ 0,00
Depreciação	R\$ 124,01
Contribuição do Microempreendedor Individual – MEI	R\$ 152,00
Outras taxas	R\$ 200,00
Água	R\$ 200,00
Energia	R\$ 300,00
Telefone + Internet	R\$ 150,00
Despesa com alimentação	R\$ 2.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 21.457,71</b>

**Projeção dos Custos:**

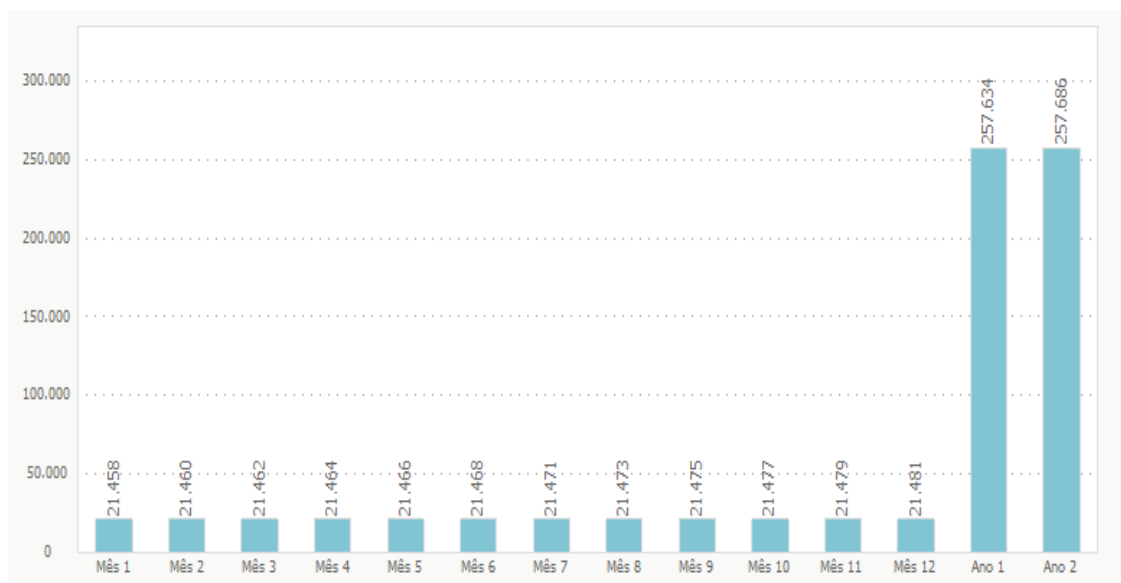
( ) Sem expectativa de crescimento

(x) Crescimento a uma taxa constante:

0,01 % ao mês para os 12 primeiros meses 0,02 % ao ano a partir do 2º ano

( ) Entradas diferenciadas por período

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 21.457,71
Mês 2	R\$ 21.459,86
Mês 3	R\$ 21.462,00
Mês 4	R\$ 21.464,15
Mês 5	R\$ 21.466,29
Mês 6	R\$ 21.468,44
Mês 7	R\$ 21.470,59
Mês 8	R\$ 21.472,73
Mês 9	R\$ 21.474,88
Mês 10	R\$ 21.477,03
Mês 11	R\$ 21.479,18
Mês 12	R\$ 21.481,33
Ano 1	R\$ 257.634,19
Ano 2	R\$ 257.685,71



### Demonstrativo de resultados

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 81.450,00	R\$ 1.296.449,96	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 38.532,00	R\$ 613.318,73	47,31

2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 4.064,36	R\$ 64.692,92	4,99
Total de custos Variáveis	R\$ 42.596,36	R\$ 678.011,65	52,30
3. Margem de Contribuição	R\$ 38.853,64	R\$ 618.438,31	47,70
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 21.457,71	R\$ 257.634,19	26,34
5. Resultado Operacional: LUCRO	R\$ 17.395,93	R\$ 360.804,13	21,36

Período	Resultado
Mês 1	R\$ 17.395,93
Mês 2	R\$ 19.336,47
Mês 3	R\$ 21.374,14
Mês 4	R\$ 23.513,80
Mês 5	R\$ 25.760,55
Mês 6	R\$ 28.119,74
Mês 7	R\$ 30.597,01
Mês 8	R\$ 33.198,24
Mês 9	R\$ 35.929,64
Mês 10	R\$ 38.797,72
Mês 11	R\$ 41.809,31
Mês 12	R\$ 44.971,58
Ano 1	R\$ 360.804,12
Ano 2	R\$ 484.440,25

### Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1	Ano 2
Ponto de Equilíbrio	R\$ 540.085,94	R\$ 540.193,96
Lucratividade	27,83 %	31,14 %
Rentabilidade	33,54 %	45,03 %
Prazo de retorno do investimento		

**Construção de cenário:** Receita (pessimista) 0,05 % Receita (otimista) 20,00 %

### Análise Estratégica

#### Ações corretivas e preventivas:

Buscar outros meios de captação de clientes

Aumentar a customização do serviço visando atrair, um público alvo com maior poder aquisitivo maior poder aquisitivo, oferecendo um serviço personalizado, para mais clientes

Procurar meios de diminuir os custos fixos e variáveis

Anualmente aumentar os valores dos planos

## Resumo

Indicadores	Ano 1	Ano 2
Ponto de Equilíbrio	R\$ 540.085,94	R\$ 540.193,96
Lucratividade	27,83 %	31,14 %
Rentabilidade	33,54 %	45,03 %
Prazo de retorno do investimento	2 anos e 12 meses	

## Análise da matriz F.O.F.A

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
PONTOS FORTES	<p><b>FORÇAS</b></p> <p>Equipe especializada Layout favorável</p>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>Grande procura por cuidadores Aumento da expectativa de vida</p>
PONTOS FRACOS	<p><b>FRAQUEZAS</b></p> <p>Capacidade limitada Facilmente copiado</p>	<p><b>AMEAÇAS</b></p> <p>Aumento do número de concorrentes diretos Economia em crise</p>

## 6. DISCUSSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente capítulo tem por finalidade apresentar as considerações finais acerca do Plano de Negócio elaborado a fim de instituir um hotel para idosos na cidade de Aracaju-SE, bem como discutir se os objetivos traçados para o propósito de desenvolvimento do trabalho foram ou não alcançados.

Como conceituado, Fundamentação Teórica, a elaboração de um plano de negócio é extremamente providencial, tendo em vista ser um instrumento pelo qual a organização representa o seu negócio a fim de procurar o apoio externo que todo empreendimento necessita para o início de suas atividades. É composto por uma análise de mercado, um Plano de Marketing, um Plano Operacional, um Plano Financeiro e uma Análise de Viabilidade.

Deste modo, pode-se afirmar que os valores tanto teóricos quanto práticos do presente relatório são de suma importância para um empreendedor, tendo em vista que fornece as bases para o entendimento de análises complexas e as questões práticas avaliam de forma estruturada e objetiva importantes pontos do projeto para, então, se tirar conclusões acerca da criação e desenvolvimento.

Com relação aos objetivos inicialmente traçados para a elaboração do estudo, tem-se que todos foram cumpridos integralmente. Foi analisado o setor de hotel de idosos em Aracaju-SE, em seguida elaborado o Plano de Marketing para o hotel, definido o Plano Operacional para esse empreendimento, as ações de Recursos Humanos adequadas ao hotel, o Plano Financeiro para o negócio e por fim verificada a viabilidade do negócio.

A partir do entendimento sobre o mercado hoteleiro para idosos na cidade de Aracaju-SE, do estudo do comportamento e posicionamento dos principais concorrentes, do exame das características do público alvo, da análise da relevância de parceiras com fornecedores, do diagnóstico dos principais riscos relacionados ao desenvolvimento do projeto e da elaboração de uma modelagem econômico-financeira do projeto foi possível concluir que existe uma necessidade de investimento nessa área, visto que a demanda de pessoas que procuram e/ou necessitam de cuidadores é grande, e, em contrapartida, a mão de obra não supre a precisão.

A análise referente ao plano de negócio demonstram que o projeto apresenta potencial mercadológico, principalmente no que se refere a rentabilidade e viabilidade, visto que, os indicadores alcançados mediante a utilização do Software Plano de Negócio 3.0 disponibilizado pelo SEBRAE indicam que existe uma margem de lucratividade de 27,83% no primeiro ano, e 31,14% no segundo ano, sendo que a rentabilidade conseqüentemente é de 33,54% no primeiro ano e 45,03% no segundo. Observando que o prazo de retorno apurado é de 2 anos e 12 meses.

Por fim, pode-se afirmar que o empreendimento possui um potencial de entrada no mercado na região estudada, competindo diretamente com seus concorrentes diretos e indiretos. Somente no que se refere a preço, o empreendimento proposto possui desvantagem, pois a estimativa é de que seja superior aos seus concorrentes devido ao grande número de serviços diferenciados oferecidos aos clientes, o que acrescenta valor ao negócio.

É importante frisar que assim como em todo e qualquer empreendimento, o grande desafio em empreender está voltado às responsabilidades diretivas, ou seja, na adoção e execução contínua de estratégias adequadas a fim de manter o empreendimento atuante em meio aos desafios do mercado ao qual faz parte. Deste modo, cabe ao gestor assimilar e compreender as informações contidas no Plano de Negócio e executar as modificações necessárias para que se atinja o sucesso cogitado para o novo negócio.

Além disso, é de essencial importância que as análises preparadas neste estudo sejam ciclicamente reformuladas em virtude de transformações do mercado macroeconômico, das novas necessidades do público alvo, de ações tomadas por concorrentes e etc, sendo importante para o bom andamento do empreendimento uma fiel reavaliação das estratégias e das propostas da organização, tendo em vista o Plano de Negócio ser ponderado como um documento dinâmico.

## REFERÊNCIAS

- ABRAZ - Associação Brasileira de Alzheimer de Sergipe. 2017. Disponível em: <<http://www.abraz.org.br/assistencia-abraz/campanhas-e-acoes-informativas>> Acesso em 11 de agosto de 2017.
- ALMEIDA, Ana Carolina de; DIAS, Djavan Wallace Almeida; CARVALHO, Jonas de Souza; MAIA, Tatiane Angélica Maia. **Evolução e Gerenciamento do Comércio Eletrônico**. 2012. Disponível em <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/33616334.pdf>>. Acesso em 15/11/2017.
- BARON, Robert A.. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de plano de negócio: fundamentos, processos e estruturação**. São Paulo: Atlas, 2009.
- BOTOMÉ, M. M. ; RAUPP, F. M. . **Proposta de plano de negócios para a constituição de um hotel fazenda em Alfredo Wagner**, Santa Catarina, Brasil. Observatório de economia latino-americana, v. 191, p. 1-38, 2013.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4. ed. Barueri: Manole, 2012.
- CHEQUETTO, Guilherme Zamith. **Plano de negócios: implantação de hotel de alto luxo**. Trabalho de Formatura apresentado à Escola Politécnica da Universidade de São Paulo para obtenção do Diploma de Engenheiro de Produção. São Paulo, 2012. Disponível em <[http://pro.poli.usp.br/wp-content/uploads/2013/04/Plano-de-Neg%C3%B3cios\\_-\\_Implanta%C3%A7%C3%A3o-de-Hotel-de-Alto-Luxo.pdf](http://pro.poli.usp.br/wp-content/uploads/2013/04/Plano-de-Neg%C3%B3cios_-_Implanta%C3%A7%C3%A3o-de-Hotel-de-Alto-Luxo.pdf)>. Acesso em 19.11.2017.
- COSTA, Eliezer Arantes da. **Gestão estratégica: da empresa que temos para a empresa que queremos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
- CR BASSO Consultoria e treinamento. **5 principais desafios na gestão de pessoas**. 2016. Disponível em <<https://www.crbasso.com.br/blog/quais-os-principais-desafios-na-gestao-de-pessoas-atualmente/>>. Acesso em 09/11/2017.
- DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa uma Ideia, uma Paixão e um Plano de Negócio: Como Nasce o Empreendedor e se cria uma Empresa**. 1. ed. São Paulo: Sextante, 2008.
- DORNELAS, José C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende / LTC, 2014.
- FARAH, Osvaldo Elias. **Empreendedorismos estratégico: Criação e gestão de pequenas empresas**. 1ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- FORTI, Helton. **Importância do plano de negócios para abertura de um empreendimento**. Processos e estratégias para tomada de decisão. IX Convibra

Administração – Congresso Virtual Brasileiro de Administração. Instituição Anhanguera Educacional. Bauru-SP, 2012.

GARDEN VILLE Residencial Sênior. **Relatório Institucional**. Disponível em <<http://gardenvillecuritiba.com.br/>>. Acesso em 18/10/2017.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

HASHIMOTO, Marcos. **Espírito empreendedor nas organizações**: aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

HOLANDA, Nilson. **Planejamento e projetos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Apec, 1975

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E PESQUISA - IBGE. **Crescimento da população de idosos no Brasil**. 2015. Disponível em: <http://teen.ibge.gov.br/biblioteca/livros-on-line/293-teen/teen-sobre-o-brasil/populacao-economia-e-sociedade/3361-idosos.html>. Acesso em 11 de agosto de 2017.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

LOBATO, David Menezes et al. **Estratégia de empresas**. 8. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

MINER, J. B. **Os quartos caminhos para o sucesso empresarial**. São Paulo: Futura, 1998.

NASCIMENTO, Leidimar Cardoso; MORAES, Eronice Ribeiro de; SILVA, Jaqueline Carvalho e; VELOSO, Laurimary Caminha; VALE, Andréia Rodrigues Moura da Costa. Revista Brasileira de Enfermagem – REBEM. **Cuidador de idosos: conhecimento disponível na base de dados LILACS**. Rev. bras. enferm. vol.61 no.4 Brasília July/Aug. 2008. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-71672008000400019](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-71672008000400019)>. Acesso em 26/10/2017.

OLIVEIRA, Dejaime de. **Administre as finanças de sua empresa**: princípios de gestão financeira. São Paulo: Futura, 2006.

ROCHA, Duílio Reis da. **Gestão de produção e operações**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna Ltda, 2008.

ROSSETTO, Prof. Dr. Carlos Ricardo. **Conceitos fundamentais**: planejamento estratégico. Florianópolis, 2008.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Software Plano de Negócio 3.0**. 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ms/artigos/analise-a-viabilidade-da-empresa-com-o-software-plano-de-negocios-30,5c9cc864ea068410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em 19 de agosto de 2017.

SILVA, Suse. ALMEIDA, Paulo. **Plano de Marketing para um produto ou serviço turístico**. 2013. Disponível em <<https://cld.pt/dl/download/42cb39a2-9d80-4eae-8f59->

a9e1713d1e70/Proceedings%20Book%20ITC'13/Papers/P125-13.pdf>. Acesso em 26.10.2017.

UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO – UMESP. **Hotelaria para terceira idade**. 2009. Disponível em <<http://www.metodista.br/rroonline/noticias/cidades/pasta-6/hotelaria-para-a-terceira-idade>>. Acesso em 10/11/2017.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de pesquisa em administração**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

## APÊNDICE A – ENTREVISTA ESTRUTURADA



**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS**

**DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

**Prezado(a) Senhor(a),**

Esta pesquisa foi elaborada no sentido de coletar informações a fim de elaborar um Plano de Negócio de um Hotel para idosos. As informações aqui contidas serão utilizadas no sentido de obter subsídios sobre o setor de hotéis para idosos na cidade e a necessidade vivente por seus familiares quando o assunto é contratação de cuidadores. Agradecemos sua colaboração.

**Nome do Projeto:** Plano de Negócio para a criação de um hotel para idosos em Aracaju-SE.

**Data:**

### **ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA ELABORAÇÃO DA ANÁLISE DE MERCADO E PLANO DE MARKETING**

- 1- Possui algum idoso em sua residência?
- 2- Se a resposta anterior for “Sim” qual o grau de dependência do idoso?
- 3- Quais as suas maiores dificuldades quando o assunto é ser responsável por um idoso?
- 4- O idoso precisa de acompanhante?
- 5- Quais as principais atribuições dos acompanhantes?

- 6- Qual a carga horária desse profissional?
- 7- Encontrou dificuldade no processo de escolha do acompanhante? Qual?
- 8- Quantos acompanhantes você já contratou?
- 9- Qual o valor médio pago para manter esse profissional? (Incluindo gastos com alimentação, hospedagem e encargos)
- 10- Em média, você se sente satisfeito com o serviço oferecido pelo profissional (ou profissionais anteriores que já cuidaram do seu idoso)?
- 11- No que diz respeito a insatisfação, quais os pontos mais relevantes?
- 13- Alguma vez já deixou de participar de alguma viagem, eventos, festa, etc... por conta do idoso?
- 12- Já ouviu falar em ‘hotel para idosos’?
- 13- Se existisse um local em Aracaju que passasse o dia com o seu idoso, proporcionando lazer, alimentação e higiene pessoal, tudo isso com muita atenção, responsabilidade, paciência e acima de tudo carinho, você teria interesse em conhecer?
- 14- Qual valor você estaria disposto a pagar para proporcionar qualidade de vida (alimentação, lazer e higiene pessoal) ao seu idoso?
- 15- Qual o seu grau de parentesco com o idoso?