
PLANO DE NEGÓCIO DO

HOTEL FAZENDA 3 QUEDAS

Trabalhamos para você descansar

www.hotelfazenda3quedas.com.br
hotelfazenda3quedas@hotmail.com.br

Estrada da Guerroba, rodovia GO-070 km 11 a esquerda.
Fone: (62) 33850731 - Santa Fé de Goiás-GO

Dileno Constantino Bueno Neto - Gerente de Administrativo Financeiro
dilenoconstantino@hotmail.com

Adriano Pinheiro Ferreira – Gerente de Recursos Humanos
adrianopinheiro@yahoo.com.br

Valéria Virgínia Dutra – Qualidade de Limpeza
valeriadutra@hotmail.com

Fernando Domingos Monteiro – Gerente de Operações
monteirofernando@hotmail.com

Misael Afonso Damasceno – Gestão Ambiental
misaeldamasceno@hotmail.com

Tiago Gonçalves de Oliveira – Auxiliar de Operações
tiagogo@yahoo.com.br

Maria Osânia Coelho Souza – Qualidade de Alimentação
mariaocs@bol.com.br

Sumário

1. Sumário executivo	1
2. Conceito do Negócio	3
3. Equipe de Gestão	4
4. Mercado e Competidores	7
4.1. Análise Setorial	7
4.2. Mercado Alvo	8
4.3. Projeção de Vendas	8
4.4. Necessidades dos Clientes	8
4.5. Benefícios do Hotel Fazenda 3 Quedas	9
4.6. Competidores	9
5. Marketing e Vendas	9
5.1. Produtos	9
5.2. Preço	10
5.3. Praça	10
5.4. Promoção	11
5.5. Processos	11
5.6. Percepções	11
6. Estrutura e Operação	12
6.1. Organograma Funcional	12
6.2. Processos do Negócio	13
6.3. Política de Recursos Humanos	13
6.4. Fornecedores	14
6.5. Infra-estrutura e Localização	15
6.6. Tecnologia	15
7. Estratégia de Crescimento	15
7.1. Análise SWOT	16
7.2. Cronograma	16
8. Previsão de Resultados Financeiros e investimentos	17
Anexos	18

A Alimentação no Hotel Fazenda Três Quedas

Localizado nas proximidades do Município de Santa Fé, o Hotel Fazenda Três Quedas será o mais visitado da região, pois atrai pela qualidade das refeições servidas e pelo excelente atendimento. Lá são oferecidos alimentos naturais (orgânicos) de domingo a domingo. Os pratos principais são as comidas típicas goianas, tudo com certificado de garantia de qualidade orgânica.

Este estabelecimento tem como objetivo agradar seus visitantes da forma mais saudável e eficiente possível, por isso oferece-lhes: água mineral, sucos naturais e um café de ótimo sabor, contribuindo, assim para a saúde e o bem estar das pessoas que o frequentam.

Cardápio

Hotel Fazenda Três Quedas

Café da Manhã diário: Biscoito de queijo, Pão de queijo, Bolo de fubá de arroz, Bolo de fubá de milho, Broa de milho, Pamonha, Bolo de trigo, Pão francês, Rosca, Requeijão, Queijo fresco, Presunto, Frutas variadas, café, chá, leite, sucos.

Almoço:

Segunda - feira	Terça - Feira	Quarta – Feira	Quinta - Feira	Sexta – Feira	Sábado	Domingo
Arroz c/ carne de sol	Arroz	Galinhada com milho verde	Arroz	Arroz	Arroz com suã de porco	Arroz com frango e pequi
Feijão	Feijoada completa	Tutu de Feijão	Feijão	Feijão Tropeiro	Feijão	Feijão Tropeiro
Couve	Batata Frita	Molho de Pequi	Vaca atolada	Frango com guariroba	Frango com pequi	Leitoa a pururuca
Salada	Salada	Filé de peixe à milanesa	Banana Frita	Macarronada c/ carne moída	Saladas variadas	Saladas variadas
Macarronada	Suflê de milho	Macarrão Frito c/ ovos	Purê de Batatas	Farofa de jiló	Suflê de milho	Maionese
Carne de porco frita	Salpicão	Salada verde	Salada	Salada colorida	Salpicão	Peixe na telha
Frango assado	Peixe frito	Bife de porco	Frango frito	Molho de peixe	Empanado de peixe	Canelloni recheado
Carne assada	Carne Assada	Carne Assada	Carne Assada	Carne Assada	Carne Assada	Carne Assada

Sobremesas diárias: Salada de frutas, sorvete de frutas do cerrado, doce de leite com queijo fresco, doce de frutas com creme de leite, gelatina, goiabada e frutas variadas.

Projeto de Marketing e Vendas

Vendas X Parcerias

O trabalho de vendas se torna constante e necessário para que estejamos sempre nos atualizando e inovando em busca de uma clientela nova.

O gerente de vendas visa idéias simples e que nos mostre resultados rápidos e lucrativos.

Com tudo o que tinha em mãos pensou em buscar parcerias com agências de turismo e viagem, convênios com empresas em busca de retornos mais rápidos como, por exemplo, Saga - Goiânia, Alto Rio-Rio Verde, Comigo - Rio Verde, Rodo Car - Iporá.

Marketing do Hotel Fazenda 3 Quedas

O marketing do Hotel Fazenda foi elaborado através de um projeto que visa um retorno imediato em relação ao capital de investimento, as condições da demanda, a abertura, maturidade e manutenção da empresa no seguimento de hotelaria e turismo rural, fazendo com que o retorno do capital investido viesse em curto prazo.

O projeto marketing elaborado se deu da seguinte forma.

- Panfletos
- Cartazes
- Informativos
- Divulgação boca a boca
- Auditores
- Faixas
- Cartões de visitas
- Internet

Elaboração dos Recursos de Marketing

Após um trabalho de pesquisa de mercado entramos em acordo com uma empresa de publicidade, pois a terceirização deste trabalho seria a maneira mais rápida e viável para que esta tarefa fosse realizada.

Pesquisa esta que foi feita diretamente com gráficos, jornais e meios de comunicação, rádios e emissoras de TVs.

No qual se constatou um elevado custo e uma grande perda de tempo na elaboração de modelos e formatos de anúncios, e com todos estes fatores o Hotel Fazenda 3 Quedas teve a brilhante idéia de terceirizar o serviço, contratando assim a empresa de publicidade JL que fará o serviço de divulgação e marketing do Hotel nos principais pólos de concentração de pessoas, Goiânia, Rio Verde, Brasília, Anápolis, Jataí, Ipora, São Luis de Montes Belos, Catalão, Ipameri, Jussara. Contrato este que terá o custo de 2% do faturamento da empresa ao mês, a não ser nos meses de janeiro, julho e dezembro onde o trabalho de marketing será mais intensivo devido ao período de férias, com um custo de 4% do faturamento.

Como o Hotel Fazenda 3 Quedas necessitava de um trabalho diferenciado ficam colocadas algumas normas que a empresa de publicidade JL terá de seguir na elaboração dos canais de divulgação.

A empresa de publicidade JL logo soube que as normas que ela terá de seguir estarão ligadas a um mercado amplo e exigente que cobra certos padrões de qualidade no serviço que são prestados.

A JL publicidade acolheu os planos de divulgação que o Hotel Fazenda 3 Quedas tinha elaborado, que a principio tratava-se de panfletos - cartazes – informativos – anúncios em rádios, TVs e jornais – outdoors – cartões de visita – faixas e internet, onde serão lançados ao publico em busca de novos clientes.



1- Sumário Executivo

O Conceito do Negócio

O Hotel Fazenda 3 Quedas foi criado a partir do espírito empreendedor dos seus sócios que enxergaram nesse negócio a oportunidade de abandonarem o serviço assalariado e prosperarem com o próprio negócio gerando trabalho e renda para a sociedade. Os fundadores do Hotel Fazenda 3 Quedas perceberam uma grande oportunidade, devido às pessoas estarem cansadas da correria dos grandes centros, buscando um ambiente tranquilo para descanso e lazer.

Equipe de Gestão

A equipe de gestão do Hotel Fazenda 3 Quedas é, sem sombra de dúvidas a alma do negócio. Isso se deve à grande força de vontade e à junção de experiências que todos os sócios acumularam durante os anos em que atuaram em outras empresas. Nossos gestores estão motivados e preparados para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades que surgirão, até atingir a solidez e prosperidade para o nosso negócio.

Mercado e Competidores

O segmento de mercado em que o Hotel Fazenda 3 Quedas irá atuar está em grande ascensão pois cresce a cada ano (segundo dados da AGOTUR). Com isso cresce exponencialmente a procura por serviços de hotelaria e lazer. A intenção do Hotel Fazenda 3 Quedas é inserir nesse nicho de mercado produtos/serviços de alta qualidade aos nossos clientes, conquistando, assim, uma expressiva participação nesse mercado altamente rentável.

Marketing e Vendas

A estratégia de marketing e vendas do Hotel Fazenda 3 Quedas visa rápido ganho de mercado. Para que isso ocorra decidiu-se pela implantação de uma pesada e constante campanha publicitária, vinculada em vários meios de comunicação. E para complementar nossas ações será instaurada uma política de preços agressiva sustentada por

produtos/serviços de alta qualidade e, principalmente, pelas parcerias de sucessos, que nossa empresa possui.

Estrutura e Operação

O Hotel Fazenda 3 Quedas possui uma estrutura funcional simples. Sua equipe de gestão é ativamente participativa, estando próxima das tarefas corriqueiras e dos clientes. O Hotel Fazenda 3 Quedas está situado em local próprio e conta com o que há de mais moderno em termos hospedagem incorporado à rusticidade das fazendas tradicionais.

Estratégia de Crescimento

O Hotel Fazenda 3 Quedas será inaugurado em meados de 2007, tendo o objetivo de atingir em seu primeiro ano de atuação uma participação no mercado, de hotelaria rural de 41,53%, com um crescimento anual de 45,69%, devendo chegar ao final do quarto ano de funcionamento com um *share* de mercado igual ou superior a 53,70%, Isso implica em pesado investimento em propaganda e estratégia de preço diferenciada, contando sempre com nossas parcerias e com uma equipe de gestão empreendedora e de alta qualidade.

Previsões de Resultados Financeiros e investimentos

A implantação do Hotel Fazenda, em concordância com o planejamento e com as condições preestabelecidas resultará em um negócio de alta lucratividade e retorno para seus sócios, comparativamente com as oportunidades de mercado.

O investimento previsto para a implantação da empresa e de R\$ 240.000,00, para tal aplicação contaremos com 100% de capital próprio.

2- O Conceito do Negócio

O consumidor brasileiro está cansado da vida corrida dos grandes centros, com isso buscam opção de descanso e lazer, em um ambiente diferente de sua rotina, que possa trazer contato com os ares do campo e a natureza.

Segundo dados da Associação Goiana de Atividades de Turismo Rural (AGOTUR), em Goiás o turismo rural cresceu cerca de 20% acima da média nacional, mesmo com esse crescimento não conseguiremos atender nem 5% da demanda, tornado o ramo de atividade economicamente viável.

Nesse contexto o Hotel Fazenda 3 Quedas surge para suprir uma deficiência desse ramo de atividade, que se encontra na região do “vale do Araguaia”, com atendimento altamente qualificado, conforto nas acomodações e sem perder a rusticidade das antigas mobílias.

A Missão do Hotel Fazenda 3 Quedas é ser sempre o melhor no ramo hoteleiro, buscando, acima de tudo, a satisfação dos clientes, trabalhando de forma ética com produtos/serviços de qualidade insuperável.

A Visão do Hotel Fazenda 3 Quedas é ser o referencial em excelência no ramo hoteleiro, sendo reconhecido pelos clientes como modelo de qualidade e conforto.

Os Valores Essenciais que o Hotel Fazenda 3 Quedas pretende assumir são os seguintes: qualidade, satisfação dos clientes e transmitir felicidade.

O Hotel Fazenda 3 Quedas possui dois diferenciais competitivos principais em relação aos seus concorrentes. Em primeiro lugar temos uma concorrência pouco expressiva o que nos permite trabalhar com preços agressivos. Em segundo lugar podemos citar nossas parcerias de sucesso. Estamos localizados na estrada da Guerroba, rodovia GO-070 km11 a esquerda.

A partir do citado e do empenho dos gestores acreditamos que o Hotel Fazenda 3 Quedas tem grandes possibilidades de crescimento e sucesso absoluto no mercado.

3- Equipe de Gestão

Dileno Constantino Bueno Neto – Gerente de Administrativo Financeiro

Responsável pela direção de finanças

Escolaridade: Ensino superior

Instituição: UniFAJ

Curso: Administração Rural

Experiência:

Auxiliar administrativo da Fazenda Serra da Pintura, período 3 anos.

Competência:

Responsável pelos investimentos e pelo departamento financeiro.

Adriano Pinheiro Ferreira – Gerente de Recursos Humanos

Responsável pelos Recursos Humanos

Escolaridade: Ensino superior

Instituição: UniFAJ

Curso: Administração Rural

Instituição: Escola Agrotécnica Federal de Urutai

Curso: Técnico em Agropecuária

Experiência:

Auxiliar administrativo da casa agropecuária, Agro-pec da cidade de Goiás.

Competência:

Responsável pela estratégia organizacional de RH, recrutamento, seleção, treinamento, remuneração, admissão e demissão.

Valéria Virgínia Dutra – Qualidade de Limpeza

Responsável pela qualidade e custo da sanidade.

Escolaridade: Ensino superior

Instituição: UniFAJ

Curso: Administração Rural

Experiência:

Vendedora comercial

Competência:

Responsável pela qualidade e custo da limpeza da empresa.

Fernando Domingos Monteiro – Gerente de Operações

Responsável pela gerencia de operações

Escolaridade: Ensino superior

Instituição: UniFAJ

Curso: Administração Rural

Experiência:

Proprietário de uma loja Agropecuária no município de Santa Fé – Go

Competência:

Responsável pela gerencia dos funcionários.

Misael Afonso Damasceno – Gestão Ambiental

Responsável pela gestão Ambiental e estrutura física

Escolaridade: Ensino superior

Instituição: UniFAJ

Curso: administração rural

Competência:

Responsável pela gestão ambiental e toda estrutura física da empresa.

Tiago Gonçalves de Oliveira – Gerente de Mercado

Responsável pelo Marketing e Relacionamento com clientes

Escolaridade: Ensino superior

Instituição: UniFAJ

Curso: Administração rural

Experiência:

Gerente de transportadora de produtos e materiais.

Competência:

Instrutor de novas idéias ao serviço a ser elaborado.

Maria Osânia Coelho Souza – Qualidade de Alimentação

Responsável pela gestão da alimentação

Escolaridade: Ensino superior

Instituição: UniFAJ

Curso: Administração rural

Experiência:

Vendedora comercial

Competência:

Responsável pelos investimentos da gestão da qualidade em alimentação.

A composição do capital social do Hotel Fazenda 3 Quedas está dividida da seguinte forma:

Dileno Constantino Bueno Neto	20,00%
Adriano Pinheiro Ferreira	20,00%
Fernando Domingues Monteiro	15,00%
Misael Afonso Damasceno	15,00%
Tiago Gonçalves de Oliveira	10,00%
Valeria Virginia Dutra	10,00%
Maria Osânia Coelho Souza	10,00%

4-Mercado e competidores

4.1. Análise setorial

O turismo rural não pára de crescer na região centro-oeste e, em Goiás, o setor está em pleno desenvolvimento (Agotur)¹.

A procura por serviços turísticos ligados ao meio rural tem crescido de forma bastante expressiva devido aos cidadãos urbanos estarem cansados da correria, insegurança e poluição dos grandes centros, buscando, assim, locais tranquilos para passarem os finais de semana, feriados e férias.

O turismo rural além de economicamente viável já é o setor que mais emprega no mundo e o segundo em faturamento, ficando atrás apenas da indústria bélica, dados da associação brasileira da indústria de hotéis (ABIN-GO)².

Em pesquisa realizada junto a diversas empresas do ramo, podemos constatar que os consumidores buscam serviços de hotelaria, turismo e lazer com maior frequência nas seguintes ocasiões:

Frequência de procura por hospedagem	
Procura pelos serviços	Média de dias
Semana Santa	5
Ano Novo	4
Carnaval	4
Natal	3
Férias de janeiro	4
Férias de julho	4
Feriados prolongados	3
Dias e fins de semana normais	2

Tabela 1.Períodos de maior procura dos clientes pelos serviços do hotel fazenda.

1. Agencia Goiana de Atividades de Turismo Rural.
2. Associação Brasileira da Indústria de Hotéis.

4.2. Mercado Alvo

O Hotel Fazenda 3 Quedas tem como público-alvo os consumidores, cansados dos grandes centros que possuem um poder aquisitivo razoável, na maioria dos casos formação universitária, incluindo pessoas de ambos os sexos.

No entanto nossa empresa não pode discriminar as demais classes sociais, estando aberta a todos os clientes em potencial.

4.3. Projeção de vendas

Baseado em estudos feitos, junto à concorrência e em pesquisas de mercado efetuadas por empresa contatada, levando em consideração a fatia de mercado que pretendemos alcançar, chegamos a seguinte projeção de vendas para os quatro primeiros anos de operação:

Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Acumulado
R\$ 1.127.700,00	R\$ 1.240.470,00	R\$ 1.364.380,00	R\$ 1.500.840,00	R\$ 5.233.390,00

Tabela 2: Projeção de vendas para os primeiros anos de operação do Hotel Fazenda 3 Quedas.

4.4. Necessidades dos clientes

Os gestores do hotel fazenda 3 quedas sabem por experiência e através de pesquisa que o consumidor brasileiro está se tornando cada vez mais exigente.

Nossos clientes estão buscando tranquilidade e conforto sem perder, no entanto, a rusticidade do campo.

Sabemos que nossos clientes jamais voltarão se não ficarem altamente satisfeitos com qualquer peculiaridade no serviço que estamos prestando, por isso contamos com uma equipe altamente qualificada. Mas só isso não basta: os clientes não irão se hospedar em qualquer lugar. Eles negociam preços e estão sempre atentos às novidades, mas, acima de tudo, estimam qualidade.

O Hotel Fazenda 3 Quedas está convicto de suas atribuições para atender de maneira impecável as necessidades dos nossos clientes, e o mais importante, por um preço justo.

4.5. Benefícios do Hotel Fazenda 3 Quedas

O Hotel Fazenda 3 Quedas identificou através das necessidades dos consumidores, os seguintes benefícios a proporcionar aos nossos clientes:

- Tranqüilidade;
- Excepcional conforto;
- Responsabilidade social;
- Qualidade total;
- Preço justo.

4.6. Competidores

O Hotel Fazenda 3 Quedas sofrerá concorrência direta de basicamente dois outros hotéis fazendas, o Manduzanzan e o Araras que são as duas empresas de maior influência do setor no estado de Goiás. Vejamos o gráfico a seguir:



Gráfico 1: Projeção de mercado dos competidores

5. Marketing e vendas

O plano de marketing do Hotel Fazenda 3 Quedas esclarece as diversas estratégias utilizadas.

5.1. Produto

O hotel fazenda tem o intuito de oferecer produtos e serviços de altíssima qualidade. Nossas ofertas, além de proporcionar extremo conforto aos clientes, levam-nos a lembrar o cotidiano de nossos antepassados, sem perder as comodidades e facilidades dos dias atuais.

Veja a tabela de nossos produtos/serviços:

Produtos/serviços oferecidos
Apartamentos confortáveis
Cofre eletrônico
Piscina com bar
Restaurante no local
Sauna
Estacionamento
Frigobar
Televisão
Biblioteca
Massagem
Áreas de <i>camping</i>
Trilhas
Passeios a cavalo
Bica de água
Área de pesca

Tabela 3. Serviços oferecidos pelo Hotel Fazenda 3 Quedas.

5.2. Preço

A estratégia de preços adotada pelo Hotel Fazenda 3 Quedas é bastante agressiva devido a necessidade de conquistar, clientes e espaço no mercado. Nosso posicionamento será, em média, 8% abaixo da concorrência.

5.3. Praça

O mercado-alvo do Hotel Fazenda 3 Quedas inicialmente são os grandes centros urbanos do estado de Goiás estendendo-se gradativamente para demais estados do país e nossa expectativa, apesar de não fazer parte do nosso foco inicial, é adotar estratégias para buscar clientes internacionais a partir do terceiro ano de atuação.

Foco por estado

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4
Goiás	80%	70%	60%	40%
Demais estados	20%	30%	30%	40%
Países vizinhos	_____	_____	10%	20%

Tabela 4. Foco de atuação do hotel fazenda por estado

5.4. Promoção

Serão utilizados vários canais de publicidade para promover o Hotel Fazenda 3 Quedas, junto aos clientes em potencial. Inicialmente implantaremos campanhas em redes de rádios, que constituem um meio de divulgação barato e de grande eficiência, e também através do clube de vantagens do O popular. Dentre outros, tais como: panfletos, cartazes, informativos, divulgação boca a boca, outdoors, faixas, cartões de visitas e internet.

Após um trabalho de pesquisa de mercado, entramos em acordo com uma empresa de publicidade, que estará trabalhando na divulgação do nosso empreendimento, dessa maneira será mais rápida e viável a realização desta tarefa.

5.5. Processos

Os processos do Hotel Fazenda 3 Quedas serão de forma integrada, inter-relacionados isso fará com que estes se agilizem, diminuindo os conflitos e tornando eficaz a execução das tarefas corriqueiras.

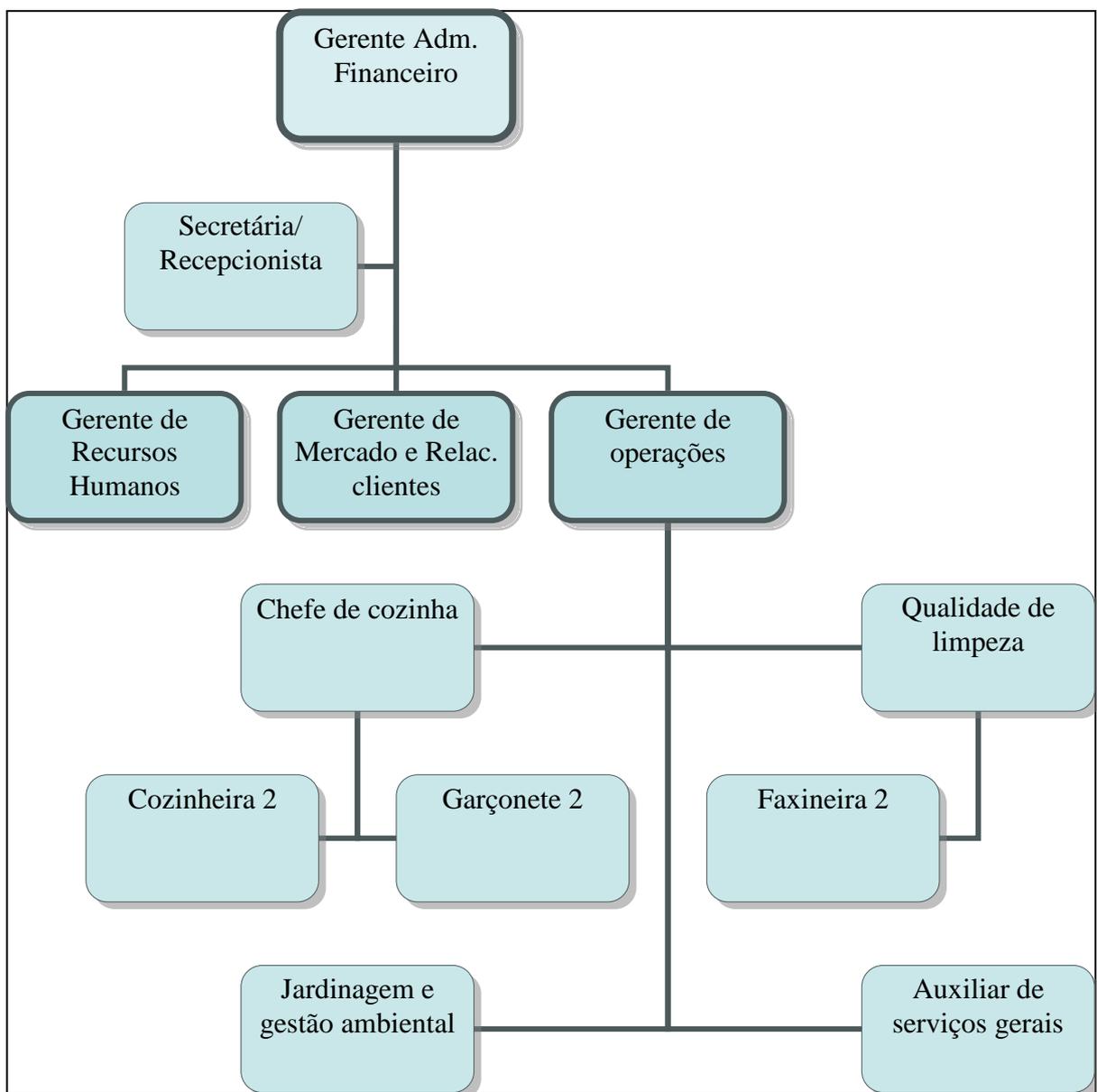
5.6. Percepções

Nossos clientes serão levados, por meio das acomodações e do atendimento a experimentarem a vida das antigas fazendas, sem perder as comodidades dos dias atuais, através dos produtos/serviços tangíveis estaremos produzindo satisfação aos nossos clientes.

6. Estrutura e Operação

6.1. Organograma funcional

A estrutura funcional e hierárquica do Hotel Fazenda 3 Quedas foi desenvolvida com o intuito de suprir necessidades administrativas e operacionais decorrentes do funcionamento da empresa e eliminar possíveis problemas em função do crescimento da mesma.



Quando 1: Organograma funcional do Hotel Fazenda 3 Quedas.

6.2. Processos do negócio

Os processos do negócio estão especificados no funciograma descritivo abaixo.

INFRA-ESTRUTURA DA EMPRESA				
Gerente financeiro	Pagamento de funcionários; Elaboração e execução de orçamentos; Divisão de investimento; Controle de caixa.		Pagamentos para fornecedores.	
Gerente de recursos humanos		Programa de qualidade de vida para os funcionários.	Recrutamento e seleção.	Introdução do endomarketing para os funcionários.
Gerente de mercado		Relacionamento com clientes.	Pesquisas de mercado.	Publicidade; Promoções; Parcerias; Busca de clientes; Fidelização dos clientes.
Gerente de operações	Circulação de materiais e funcionários.	Manutenção e conservação das instalações.		
	Logística interna	Serviços	Logística externa	Marketing e vendas

Funciograma 1. Processos de negócios do hotel fazenda 3 quedas.

6.3. Política de Recursos Humanos

O mercado está cada vez mais competitivo, e por isso o Hotel Fazenda 3 Quedas decidiu elaborar uma estratégia com os seguintes objetivos organizacionais.

- Sobrevivência
- Crescimento Sustentado
- Lucratividade
- Qualidade nos produtos/serviços
- Redução de Custos
- Participação no mercado

- Novos Mercados
- Novos Clientes
- Competitividade
- Imagem no mercado

Mas para isso o Recursos Humanos do Hotel Fazenda 3 Quedas tem uma inovação a apresentar ao mercado: Introdução do Endomarketing no departamento de Gestão de Pessoas.

O grande desafio do Endomarketing é proporcionar aos empregados uma condição de aplicação de valores como: transparência, empatia, efetividade, comprometimento e cooperação, transformando esses valores em crescimento e desenvolvimento dos empregados, e conseqüentemente, em ganhos de produtividade.

Com o Endomarketing a comunicação ficará mais, clara e os empregados terão mais liberdade para expor suas idéias, sentindo-se mais seguros para tomar atitudes, pois conhecerão muito mais a empresa em que trabalham a missão e os valores; enfim, estarão mais preparados para fazer a empresa crescer, sendo que a organização também estará preparada para permitir o crescimento e desenvolvimento de seus empregados, agora chamados com orgulho, de colaboradores.

O Hotel Fazenda 3 Quedas vai melhorar o nível de escolaridade, treinar, promover melhorias na comunicação interna e externa, incentivar os colaboradores a produzir trabalhos que reduzam custos e ainda assim mantê-los satisfeitos. É uma tarefa muito difícil para a empresa, mas se o trabalho for levado a sério, partir da diretoria e contaminar os colaboradores de menor escalão, os ganhos serão enormes a médio e longo prazo.

O processo de implantação e consolidação do Endomarketing requer persistência, apoio do pessoal da área de Recursos Humanos, Marketing, Operacional, e acima de tudo, da Diretoria. Os ganhos são imediatos, mas os resultados operacionais virão a partir do segundo ano de implantação.

6.4. Fornecedores

O Hotel Fazenda 3 Quedas será abastecido basicamente pelos seguintes fornecedores: Frigorífico Arantes, Super Frango, Ceasa e Martins. Devido a nossa fidelidade nossos

fornecedores não acrescentaram às mercadorias custos de entrega pelo período de um ano renovando o contrato após esse prazo.

6.5. Infra-estrutura e localização

O hotel fazenda 3 quedas ficará sediado (em prédio próprio) próximo à zona urbana de Santa Fé de Goiás na estrada para Guerroba, rodovia GO-070 km 11 a esquerda. A administração e a equipe de operações estarão concentradas no mesmo local. O maquinário, as ferramentas e os utensílios necessários ao funcionamento da empresa serão adquiridos mediante cotação junto às principais empresas do Centro-Oeste.

6.6. Tecnologia

Todos os equipamentos do Hotel Fazenda 3 Quedas são de última geração, garantindo agilidade e qualidade nos nossos serviços e o mais importante, proporcionando conforto aos nossos clientes. Nossa empresa contará com computadores interligados em rede distribuídos de acordo com as necessidades de cada departamento, *software* de gerenciamento para os processos internos e externos tais como controle de estoque, cadastramento de clientes e fornecedores, logística dentre outros, além de pessoal capacitado para utilização do equipamento.

7. Estratégias de crescimento

Os objetivos de crescimento do Hotel Fazenda 3 Quedas foram estabelecidos mediante estudos de mercado, bem como das oportunidades, e dos riscos inerentes ao negócio, através de minuciosa identificação e análise dos fatores críticos de sucesso e elaboração de cronogramas de ações com marcos de referência para avaliação de resultados obtidos e aplicação de medidas corretivas em caso de falhas nos processos.

7.1. Análise SWOT

Após analisar os ambientes interno e externo do negócio, obteve-se a seguinte tabela SWOT:

Interna	
Pontos fortes	Alto padrão de atendimento
	Opções para os clientes
	Política de preços baixos
	Equipe de gestão qualificada
Pontos fracos	Empresa nova no mercado
	Nome de empresa a ser consolidado

Externa	
Oportunidades	Mercado crescente
	Grande fidelização dos clientes
Ameaças	Aparecimentos de novos concorrentes
	Concorrentes consolidadas no mercado

Tabela 6. Análise SWOT do hotel fazenda 3 quedas.

7.2. Cronograma

Com base em nossos objetivos e em nossos planos de implantação e crescimento foi elaborado o seguinte cronograma de ações:

Mês	Ações
1 a 4	Adequação da estrutura física/Compra de equipamento/Documentação.
5	Formação da equipe/ Treinamento de funcionários
6	Início das operações/Inauguração do hotel
7 a 11	Campanha publicitária
12	Campanha publicitária/Participação de mercado (em valor) de 41,53%.
Ano II a IV	Campanha publicitária Crescimento (em valor) de 45,69% ao ano
Ano V	Campanha publicitária/ <i>share</i> de mercado de 53,70%

Quadro 2: Cronograma de ações do Hotel Fazenda 3 Quedas

Com base na análise SWOT foi possível identificar os fatores críticos de sucesso para o Hotel Fazenda 3 Quedas:

1. Equipe de gestão;
2. Parcerias estratégicas;
3. Localização; e
4. Políticas comerciais

O Hotel Fazenda 3 Quedas tem o objetivo de alcançar no final do quarto ano de atuação uma participação de mercado de 53,70%. Para isso foi decidido adotar as seguintes estratégias:

1. Política de preços agressivos (em média 8% abaixo dos preços da concorrência);
2. Pesados investimentos em publicidade e em ações diversas que possibilitem a consolidação do nome e a fidelização dos nossos clientes.
3. Implantação de projetos de melhoria e agregação de valores aos nossos produtos/serviços.

8. Previsão de Resultados Financeiros e Investimentos

A Projeção dos resultados financeiros bem como os demais investimentos, como fluxos de caixa, balanços patrimoniais, demonstração do resultado do exercício dentre outros recursos financeiros, seguem em anexo.

ANEXOS