

## O negócio Hoteleiro da teoria à realização

*The hospitality business from theory to Achievement*

Joyce Silva de Araujo

Centro Universitário Senac – SP

Gestão, Internacionalização e Desenvolvimento – Bacharelado em Hotelaria

Joyce Silva de Araujo: joyccearaujo@gmail.com, prof. Alessandra

Mieldazis:alessandra.asouza@sp.senac.br

**Resumo:** Abrir e gerir uma empresa exige compreender no mínimo o mercado e o público alvo. Pensando no segmento hoteleiro questiona-se se profissionais egressos de um curso superior em hotelaria, nas melhores Instituições de Ensino Superior (IES) do país, estão aptos a desenvolver plano de negócios. Com base nessa problemática o desenvolvimento desta pesquisa trabalhou com a hipótese de que o conhecimento adquirido durante a vida acadêmica deste profissional o torna apto a elaborar um plano de negócio para outras áreas. Logo, a proposta deste trabalho é correlacionar os conteúdos estudados nos cursos superiores em hotelaria, com os conteúdos necessários a serem compreendidos na realização de um plano de negócio. A metodologia adotada tratará de pesquisa bibliográfica e documental que oferecerá informações consolidadas, sobre os termos aqui tratados. O material desenvolvido contribuirá com informações que esclarecerão dúvidas do mercado acerca do curso de hotelaria, gerando oportunidades para esses profissionais em áreas administrativas, financeiras e estratégicas.

**Palavras-chave:** Plano de negócios, hotelaria, instituição de ensino superior.

**Abstract:** *Opening and managing a business requires understanding at least the market and the target audience. Thinking about the hotel segment, it is questioned whether the professional that is graduating in a degree in hospitality in the best higher education institutions in the country, are able to develop a business plan. Based on these problems, the development of this research worked with the hypothesis that the knowledge acquired during the academic life of this professional makes him/her able to draw up a business plan to other areas. Therefore, the purpose of this study is to correlate the contents studied in university courses in hospitality, with the contents needed to be understood in carrying out a business plan. The methodology will address literature and documents researches that will provide consolidated information about the terms discussed here. The material developed will contribute with information that will clarify market doubts about the hospitality course, creating opportunities for these professionals in administrative, financial and strategic areas.*

**Keywords:** *Business Plan, hospitality, higher education institution.*

**Iniciação** - Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística

**Edição Temática: Gestão, Internacionalização e Desenvolvimento**

Vol. 4 nº 4º – dezembro de 2014, São Paulo: Centro Universitário Senac

ISSN 2179-474X

© 2014 todos os direitos reservados - reprodução total ou parcial permitida, desde que citada a fonte

portal de revistas científicas do Centro Universitário Senac:

<http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistainiciacao/>

e-mail: revistaic@sp.senac.br

## 1. Introdução

Um número recorde de brasileiros com menos de 30 anos sonha em empreender. Pesquisa revela que seis em cada dez jovens no Brasil querem abrir um negócio (REVISTA EXAME, 2013).

A proporção de brasileiros que desejam possuir o próprio negócio (43,5%) é superior a dos que desejam fazer carreira em empresas (24,7%). Em um ranking com 67 países, o Brasil está em quarto lugar em termos de número de empreendedores. Em 2012, 30,2% da população adulta, entre 18 e 64 anos, estava envolvida na criação ou administração de um negócio (SEBRAE<sup>1</sup>, 2013a).

O SEBRAE ainda afirma que abrir e gerir uma empresa exige habilidades e conhecimento. É preciso entender o mercado, o público alvo, definir estratégias para posicionar corretamente o empreendimento no mercado, ou seja, planejar bem o negócio (SEBRAE, 2013b).

As universidades brasileiras também oferecem mais cursos de empreendedorismo do que a média mundial (REVISTA EXAME, 2013).

De acordo com a Endeavor<sup>2</sup> (2013) todos os cursos podem e devem formar empreendedores.

Para tornar o projeto realidade, é preciso perfil empreendedor, conhecer a realidade do mercado e desenvolver um plano de negócios (SEBRAE, 2013c).

Pesquisa realizada por Pinto, Azevedo e Fernandes (2012), afirma com base em depoimentos de professores do Centro Universitário SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial), que o conceito de plano de negócios é incorporado dentro das universidades. A ideia não é preparar o aluno apenas para trabalhar no mercado e sim que esse aluno possa se desenvolver e, fazer o mercado e conseqüentemente ter um negócio próprio. Ainda conforme pesquisa, o conteúdo da estrutura curricular do curso de hotelaria do SENAC, possui um plano de negócio direcionado para esse segmento, porém, o aluno é capaz de elaborar business plan para outras áreas.

Com base nesses relatos, este estudo tem como problemática o questionamento: Os profissionais egressos de um curso superior em hotelaria, nas melhores Instituições de Ensino Superior do país estão aptos a desenvolver plano de negócio?

A partir destas considerações, a presente pesquisa propôs – como objetivo geral – correlacionar os conteúdos estudados nos cursos de hotelaria das Instituições de Ensino Superior de nível 4 e 5 estrelas, conforme Guia do Estudante, com os conteúdos necessários a serem compreendidos na realização de um plano de negócio.

A fim de atender o objetivo geral, desenvolveram-se os seguintes objetivos específicos:

- a) Contextualizar os termos tratados nesta pesquisa
- b) Compreender a proposta pedagógica dos cursos em estudo e das etapas de um plano de negócio.
- c) Relacionar os conteúdos a serem desenvolvidos nos cursos com os conteúdos desenvolvidos em um plano de negócio.

---

<sup>1</sup>O Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE) é uma entidade privada sem fins lucrativos criada em 1972. Promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte.

<sup>2</sup> A Endeavor é uma organização internacional sem fins lucrativos, criada nos EUA no ano de 1997. Presente em 17 países está no Brasil desde 2000. Tem por objetivo conectar empreendedores com grande potencial a uma rede de voluntários composta pelas principais lideranças empresariais do país, que os orienta a crescer rapidamente e gerar milhões de empregos.

A elaboração desta pesquisa trabalhou com a hipótese de que o conhecimento adquirido durante a vida acadêmica deste profissional o torna apto a elaborar um plano de negócio para outras áreas.

Como contribuição, o teor deste trabalho apresentará informações que por sua vez esclarecerão dúvidas do mercado acerca do curso de hotelaria, gerando oportunidades para esses profissionais em áreas administrativas, financeiras e estratégicas.

Esta pesquisa foi estruturada em seis capítulos. O primeiro apresentou a introdução deste trabalho. O segundo é composto por referencial teórico, acerca de empreendedorismo, plano de negócios, etapas existentes em um plano de negócios e educação superior. O terceiro capítulo explica as técnicas de documentação indireta, pesquisa bibliográfica e documental, além da definição de amostragem, práticas utilizadas como metodologia para desenvolvimento deste estudo. O quarto capítulo é composto pela coleta, interpretação de dados. O quinto e último capítulo exporá as considerações finais desta pesquisa de acordo com a análise das informações obtidas.

## **2. Empreendedorismo**

De acordo com Dornelas (2008), empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades, onde o desenvolvimento dessas oportunidades transforma-se em negócios de sucesso.

Para a Endeavor (2010) o empreendedorismo é um processo por meio do qual as pessoas perseguem oportunidades, usam recursos e iniciam mudanças para criar valor, transformando ideias viáveis em negócios rentáveis, além de encontrar formas criativas de superar obstáculos, o empreendedor é um visionário, que identifica oportunidades, tem iniciativa e estabelece soluções inovadoras de alto impacto.

Segundo Britto e Wever (2003), o termo nada mais é do que a criação de valor por pessoas ou organizações, onde a implementação de uma ideia criativa, por meio de uma oportunidade, gera resultados positivos, visíveis na criação de novos postos de trabalho, no desenvolvimento tecnológico e conseqüentemente na melhoria da qualidade de vida.

Pesquisa realizada pelo SEBRAE (2008d) constatou que 46% de todas as novas empresas fecham após três anos de operação. Essa porcentagem sobe para 62% no quinto ano de atividade. Faz parte do perfil do empreendedor observar e analisar o contexto empresarial, onde dessa forma, é possível correr riscos calculados, gerenciando-os por meio de pesquisas e planejamento, portanto, de um modo geral esses profissionais correm riscos apenas moderados.

O empreendedor segundo Farah, Cavalcanti e Marcondes (2008), está continuamente em busca de novos métodos, tecnologias e filosofias, afim de que o seu negócio se torne mais sólido e competitivo nos mercados em que atua, o que aumenta a probabilidade de sucesso.

Uma das ferramentas utilizadas por esses profissionais a fim de reduzir os riscos e a taxa de mortalidade de suas organizações, é o desenvolvimento do plano de negócio, onde por meio das informações reunidas e observadas é possível identificar futuros obstáculos e estudar meios de contorná-los.

### **Plano de Negócios**

De acordo com Campos, Rosès e Baumgartner (2003), o plano de negócios é uma ferramenta fundamental de análise da viabilidade de qualquer empreendimento, utilizada para ampliar negócios já existentes, analisar novos negócios ou analisar alternativas de investimentos.

Para Lacruz (2008) há variados conceitos para plano de negócios, porém o define como um documento que visa o planejamento detalhado de um empreendimento antes de sua

abertura, além de prever sua expansão e manutenção, é também um instrumento de comunicação entre seu criador e os agentes externos ao empreendimento.

De acordo com Campos, Rosès e Baumgartner (2003), o plano de negócios nada mais é do que um mapa para atingir o destino desejado, ou seja, possui o ponto de partida à meta final, dando uma noção clara dos obstáculos à frente e indicando caminhos alternativos.

Segundo Pavani, Deutscher e López (2000) o plano de negócios deve refletir a realidade, as perspectivas e a estratégia da empresa. Sua existência diminui a probabilidade de morte precoce do empreendimento.

O objetivo ao desenvolver este documento é adquirir conhecimento suficiente do tipo de negócio ou serviço que se pretende empreender, além de ser um instrumento de apresentação da empresa para diferentes públicos, como clientes, bancos e investidores (Pavani, Deutscher e López, 2000).

Para Campos, Rosès e Baumgartner (2003), o plano de negócios serve como base para tomada de decisões cruciais de um empreendimento, dessa forma é possível dar enfoque às suas atividades e consequentemente maximizar os seus recursos, é possível também compreender os aspectos financeiros, as informações indispensáveis sobre o plano o segmento do negócio, prever e evitar obstáculos que possivelmente surgirão, além de servir como guia de avaliação dos progressos obtidos no decorrer de sua execução.

Pesquisas realizadas anteriormente (Pinto, Azevedo e Fernandes, 2012) revelam que o processo de desenvolvimento do plano de negócio é comum no ambiente acadêmico, porém, pouco habitual entre empreendedores.

Uma explicação para este fato é dada por Baron e Shane (2007), que afirmam que na ansiedade e na vontade de produzir suas ideias, muitos empreendedores não praticam a prévia reflexão de um plano, mas, segundo os mesmos autores, ocultar este procedimento pode ser grave para o empreendimento.

Pela amplitude de sua utilização o plano de negócios segundo Biagio e Batocchio (2012), pode assumir diversas formas e estruturas, dependendo da finalidade para qual foi elaborado, porém seções que o compõe são padronizadas para facilitar o entendimento, onde cada uma delas tem um propósito específico.

### **Estrutura de Plano de Negócios**

Para Lacruz (2008), a estrutura básica de um plano de negócio contém, sumário executivo, descrição da empresa, plano de marketing, plano financeiro e plano de implementação.

O sumário executivo mostra de acordo com Lacruz (2008) uma síntese de todo o conteúdo do plano de negócios, oferecendo ao leitor uma visão geral e resumida do empreendimento, dos resultados a serem alcançados e das estratégias utilizadas. Para Biagio e Batocchio (2012) é nesta seção que os objetivos do plano de negócios devem ser apresentados, mostrando uma síntese de suas principais informações.

Segundo Lacruz (2008), na descrição da empresa se define detalhadamente a organização que se pretende desenvolver, como a estrutura de funcionamento legal e operacional do negócio. Acordando com Lacruz (2008), Biagio e Batocchio (2012) este tópico começa por uma descrição da empresa, explicando o nível de organização empresarial do negócio, história, constituição jurídica, a situação atual e as projeções futuras, enfatizando-se as características únicas do produto ou serviço e os benefícios que a empresa pode trazer ao cliente.

É no plano de marketing para Lacruz (2008) que se expõe a análise do mercado em qual o empreendimento está inserido e a definição estratégica a ser executada pelo empreendimento durante o seu funcionamento, além de abordar o estudo do produto ou serviço a ser oferecido juntamente com a definição de público alvo, análise de concorrência, estratégia empresarial, de marketing e projeção de vendas. Para Biagio e Batocchio (2012), o plano de marketing define a forma como a empresa atuará para levar

seus produtos às mãos do consumidor, demonstrando sua capacidade em tornar o produto ou serviço conhecido pelo seu público alvo, assim como despertar o desejo de comprá-lo.

O plano financeiro é composto por um conjunto de informações financeiras, como previsões relativas à operacionalização do negócio, dentro dos parâmetros planejados, por meio de sua análise é possível avaliar a viabilidade do empreendimento, os riscos e sua rentabilidade (Lacruz, 2008).

Para Biagio e Batocchio (2012), o plano financeiro deve conter projeções abrangentes que possam refletir o desempenho futuro da empresa em termos financeiros, tornando-se dessa forma um dos principais pontos de avaliação da atratividade do negócio.

O plano de implementação segundo Lacruz (2008), é o último tópico abordado em um plano de negócios, é nele que aparece o cronograma de execução da implementação do empreendimento detalhadamente e os principais responsáveis para execução dessas ações. Acordando com Lacruz (2008), Biagio e Batocchio (2012), afirmam que por meio desse tópico é possível visualizar e monitorar melhor a ideia apresentada, uma vez que o cronograma elaborado ajuda no acompanhamento do desenvolvimento do projeto, permitindo aos investidores uma visão não somente da oportunidade, mas também da operação para tornar esta oportunidade realidade. A seguir, esta pesquisa apresentará a base utilizada que limita o objeto de estudo.

## Guia do Estudante

De acordo com o seu portal online, o Grupo Abril é um dos maiores empreendimentos de comunicação e educação da América Latina.

A Abril Mídia é composta pela editora Abril, MTV, Abril Mídia Digital, Alemídia e Alphabase, é a maior empresa de comunicação segmentada no Brasil.

O Guia do estudante é uma das marcas do Grupo Abril, que oferece informações variadas aos vestibulandos do país.

No guia impresso ou em seu portal online é possível encontrar a classificação das melhores Instituições de Ensino Superior de acordo com o seu curso, guia de profissões, testes profissionais, simulado de provas, agenda dos vestibulares, entre outras informações direcionadas aos estudantes.

De acordo com os dados publicados no GUIA DO ESTUDANTE Profissões Vestibular 2012, a classificação dos cursos de hotelaria oferecidos no país ficou de acordo com a tabela abaixo:

**Tabela 1 – Classificação Guia do Estudante**

<b>Nome da faculdade</b>	<b>Estrelas</b>
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC)	★★★★★
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)	★★★★
Castelli Escola Superior de Hotelaria (Castelli ESH)	★★★★
Universidade Anhembi Morumbi	★★★★
Universidade Federal do Maranhão (UFMA)	★★★
Faculdade Boa Viagem (FBV)	★★★
Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste)	★★★
Estácio do Rio de Janeiro	★★★
Universidade de Caxias do Sul (UCS)	★★★
Universidade de Sorocaba (Uniso)	★★★

**Tabela1. Fonte: Portal Guia do Estudante 2012**

As Instituições de Ensino Superior de acordo com o Guia do Estudante classificadas com 5 e 4 estrelas servirão de base para essa pesquisa, são elas: Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Castelli Escola Superior de Hotelaria (Castelli ESH) e a Universidade Anhembi Morumbi.

### **Ministério da Educação**

Em 1930 após a chegada de Getúlio Vargas ao poder foi criado o Ministério da Educação e Saúde Pública, com o intuito de desenvolver atividades pertinentes à saúde, esporte, educação e meio ambiente. Até então, assuntos ligados à educação eram tratados pelo Departamento Nacional do Ensino, ligados ao ministério da Justiça (MEC<sup>3</sup>, 2013a).

Em 1934 surge uma nova constituição federal, que determinava que a educação como um direito de todos, devendo ser ministrada pela família e pelos poderes públicos (MEC, 2013a).

Em 1953, a área da saúde ganha autonomia, surgindo então o Ministério da Educação e Cultura, com a sigla MEC (MEC, 2013a).

Em 1985 é criado o Ministério da Cultura e em 1992 uma lei federal transformou o MEC no ministério da Educação e do Desporto, mas em 1995 a instituição passa a ser responsável somente pela área da educação (MEC, 2013a).

O ministério da Educação com 83 anos de história visa promover educação de qualidade, onde investir na educação básica significa investir na educação profissional e na educação superior (MEC, 2013a). A educação formal superior, que compõe o objeto deste estudo, detalha-se a seguir.

### **Cursos Superiores**

Segundo DELORS, J. et al(1998), A educação é um trunfo indispensável à humanidade na construção e no desenvolvimento contínuo das pessoas e da sociedade.

De acordo com o portal oficial do país (2013), no Brasil a educação básica é o primeiro nível do ensino escolar e compreende três etapas: a educação infantil (para crianças de zero a cinco anos), o ensino fundamental (para alunos de seis a 14 anos) e o ensino médio (para alunos de 15 a 17 anos).

Após este ciclo básico segundo Delors, J. et al(1998), o ensino superior tem por função criar, preservar e transmitir o saber em níveis mais elevados, juntando a equidade e a excelência, abrindo-se plenamente aos membros de todos os grupos sociais e econômicos.

Instituições de Ensino Superior para Delors, J. et al(1998) nada mais são do que locais de ciência, fontes de conhecimentos, com vista à pesquisa teórica ou aplicada, ou seja, o ensino superior é um meio de adquirir qualificações profissionais, conciliando ao mais alto nível, o saber e o saber-fazer, por meio de cursos e conteúdos constantemente adaptados às necessidades da economia.

A Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB, 1996), determina que a educação superior tem por finalidade estimular a criação cultural, o desenvolvimento científico, o pensamento reflexivo, afim de formar diplomados, nas diferentes áreas do conhecimento, para que assim possam participar do desenvolvimento da sociedade brasileira, e colaborar na sua formação contínua.

Cabe-lhes, ainda, propor novas perspectivas que levem à construção de um futuro melhor para os seus países de acordo com Delors, J. et al(1998).

Vale ressaltar que em IES se constrói o conhecimento por meio de um documento chamado projeto pedagógico e este, objetiva desenvolver competências no estudante ao

---

<sup>3</sup> MEC é a sigla referente ao Ministério da Educação.

longo do curso. O projeto pedagógico é organizado por meio da Estrutura Curricular que será detalhada a seguir.

### **Estrutura Curricular**

De acordo com o MEC (2003b), as diretrizes curriculares nacionais concebem a formação de nível superior como um processo, contínuo, independente e permanente, com uma formação profissional fundamentada na competência teórico-prática, onde as instituições de ensino superior tem a liberdade de elaborar seus projetos pedagógicos para cada curso.

O perfil desejado de um formando em hotelaria para o MEC (2003c), é o de um profissional apto a atuar em um mercado altamente competitivo e em constante transformação, com impactos periódicos ou sazonais, de acordo com as mudanças sociais, econômicas e políticas, tendo ênfase na gestão e administração de hotéis com diversos aspectos e segmentos culturais.

O curso superior em hotelaria deve possibilitar a formação profissional que revele competências e habilidades para atuar no planejamento, implantação e gerenciamento de unidades hoteleiras, coordenando diferentes níveis do processo de tomada de decisão, além da gestão de empresas desse segmento de acordo com o MEC (2003c).

Os conteúdos curriculares do curso segundo o MEC (2003c) devem direcionar o formando para o perfil desejado, interligando em sua base disciplinas relacionadas com as ciências humanas, com ênfase na psicologia, sociologia e na geografia física, humana, política e com as ciências da comunicação e das artes.

Para os conteúdos específicos, o MEC (2003c) indica estudos relacionados à administração, economia e direito, aplicados à hotelaria, interligados com o turismo, além de estudos sobre o sistema de comunicação e informática, incluindo o domínio de pelo menos uma língua estrangeira.

Os conteúdos teóricos relacionados com a prática devem ser obtidos de acordo com o MEC (2003c) por sistemas informatizados incluindo, laboratórios, estágio curricular supervisionado, estágios integradores, atividades extraclasse, atividades de pesquisa, atividades de iniciação científica e atividades complementares.

Isso posto, este estudo desenvolveu-se por meio do seguinte método de pesquisa.

### **3. Metodologia de Pesquisa**

De acordo com Andrade (2003) metodologia é o conjunto de métodos que são percorridos na busca de conhecimentos. Para Barros e Leheld (2000), é o ato de sistematizar o conhecimento obtido.

Para Marconi e Lakatos (2001) pesquisa é o ato de encontrar respostas para questões propostas, por meio de métodos científicos.

Os tipos de pesquisa podem ser classificados de maneiras diferentes, por critérios que variam segundo diferentes enfoques (Andrade, 2003).

Este estudo apresenta por objeto de pesquisa o conteúdo desenvolvido nos cursos superiores em hotelaria, onde o sujeito da pesquisa apresenta-se por meio de documentação indireta, utilizando-se o método de pesquisa bibliográfica e documental.

Segundo Marconi e Lakatos (2001), a coleta de dados por meio de bibliografias já publicadas, tem por finalidade colocar o pesquisador em contato com o que já foi escrito sobre determinado assunto.

Com base neste conceito, o instrumento de coleta de dados desta pesquisa, ocorreu por meio de livros, revistas, publicações avulsas entre outros sobre educação superior em hotelaria e seus componentes curriculares, além das fases de um plano de negócios,

permitindo assim, a análise e a correlação das informações obtidas acerca do tema estudado.

Quanto aos seus objetivos, este estudo tem o intuito de esclarecer os conteúdos desenvolvidos na estrutura dos cursos superiores em hotelaria relacionando os com as fases relevantes do desenvolvimento de plano de negócios. Dessa forma, esta pesquisa classifica-se como exploratória, onde segundo Andrade (2003), tem por finalidade proporcionar maiores informações sobre o assunto proposto.

Para Marconi e Lakatos (1999), nem sempre existe a possibilidade de pesquisar todos os indivíduos do grupo ou da comunidade que se pretende estudar, por esse motivo a coleta de informações desta pesquisa, ocorreu por meio da técnica científica de amostragem, que de acordo com o autor consiste em obter um juízo sobre o total (universo), mediante a compilação e exame de apenas uma parte, a amostra, que é uma parcela conveniente selecionada do universo, obtida por procedimentos científicos.

A amostra utilizada se obteve por meio de análise de informações publicadas acerca das quatro melhores Instituições de Ensino Superior segundo o guia do estudante, que oferece o curso de hotelaria.

#### 4. Análise de Dados

Por meio do portal online das instituições de ensino superior mencionadas como amostra para esta pesquisa, foi possível obter informações relevantes sobre o curso de hotelaria de cada instituição.

É importante ressaltar que a relação e classificação da estrutura curricular de cada IES com a estrutura básica de um plano de negócios, baseou-se no título apresentado por cada disciplina e não na ementa.

O centro Universitário SENAC, oferece uma estrutura curricular de acordo com a tabela abaixo, onde a categorização com base na estrutura do plano de negócios se deu por meio de cores, sendo a cor verde correspondente às disciplinas relacionadas com a descrição da empresa, a cor azul às disciplinas relacionadas ao plano de marketing, a cor lilás ao plano financeiro e a cor laranja à Implementação.



Tabela 2 - Senac

<b>Estrutura Curricular</b>	<b>Carga Horária</b>
Análise e Planejamento do Turismo	36
Atividades Complementares	36
Comportamento do Consumidor	36
Comportamento Organizacional	36
Comunicação	36
Comunicação Empresarial	36
Contabilidade de Custo	36
Contabilidade Gerencial	36
Contabilidade Introdutória	36
Controladoria e Auditoria	72

Desenvolvimento de Projetos Hoteleiros	36
Economia no contexto da hospitalidade	36
Eletivas	144
Empreendedorismo, Inovação e Economia Criativa	72
Estágio Supervisionado	800
Estratégia em Negócios da Alimentação	36
Estratégia em Negócios da Hospitalidade	36
Ética, Cidadania e Sustentabilidade	72
Eventos e Lazer	36
Fundamentos de Marketing	36
Fundamentos do Turismo e da Hospitalidade	36
Gerenciamento de Receitas - Revenue Management	36
Gestão de Cadeia de Suprimento	36
Gestão de Eventos e Entretenimento	36
Gestão de Infraestrutura - Facilities Management	72
Gestão em Serviços de Alimentos e Bebidas	72
Gestão em Serviços de Hospedagem	72
Gestão Estratégica de Pessoas	72
Idiomas I, II, III e IV	144
Implantação de Alimentos e Bebidas	36
Implantação de Hospedagem	36
Inovação e Criatividade	36
Legislação aplicada à hotelaria	36
Liderança e Gestão de Carreiras	36
Marketing de Serviços	36
Marketing Estratégico	36
Matemática Financeira	36
Modelos Organizacionais	36
Negócios Internacionais do Turismo e da Hospitalidade	36
Nutrição: segurança alimentar e controle	36
Operação e Supervisão em Serviços de Alimentos e Bebidas	72
Operação e Supervisão em Serviços de Hospedagem	72
Pesquisa, Tecnologia e Sociedade	72
Planejamento e Tomada de Decisão	36
Prática Profissional em hotel-escola I	144
Prática Profissional em hotel-escola II	18

Projeto Integrador I, II, III, IV, V e VI	216
Psicologia das Relações Humanas	36
Sistemas de Informações Gerenciais	36
Tecnologia da Informação	36
Teorias da Administração	36
Trabalho de Conclusão de Curso I	36
Trabalho de Conclusão de Curso II	36
Vendas e Negociação	36
Total	3354

**Fonte: Portal SENAC, 2013.**

De acordo com as informações obtidas no portal, por meio dessa estrutura curricular a proposta do SENAC é a formação de um profissional com competência para liderar, inovar e empreender na área de serviços, com capacidade de entender e analisar crítica e estrategicamente cenários globais e locais de negócios.

Já para a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) o curso de Hotelaria objetiva formar um profissional capacitado a dirigir, gerenciar, organizar, planejar e supervisionar e assessorar as empresas hoteleiras, na área de recepção, governança, alimentos e bebidas, setores administrativos e financeiros, por meio da seguinte estrutura curricular, onde as cores para classificação seguem conforme legenda utilizada anteriormente.

**Tabela 3 - UFPE**

<b>Estrutura Curricular</b>	<b>Carga Horária</b>
Estatística Básica	60
Fundamentos da Sociologia	60
Informática Aplicada a Hotelaria	30
Inglês Instrumental I	60
Introdução a Administração	60
Introdução as Atividades Turísticas e Hoteleiras	60
Princípios Alimentação e Nutrição	60
Comportamento Organizacional	60
Inglês Instrumental II	60
Microanálise das Organizações	60
Metodologia do Trabalho Científico	60
Noções de Química dos Alimentos e Bebidas	60
Segurança e Higiene do Trabalho	60
Administração de Recursos Humanos I	60
Economia das Empresas	60

Inglês Instrumental III	60
Matemática Financeira	60
Teoria e Prática de Alimentos I	120
Tópicos Especiais em Hotelaria I	15
Administração de Recursos Humanos II	60
Laboratório de Inglês	60
Marketing Hoteleiro	60
Teoria e Prática de Alimentos II	120
Teoria e Prática Operacional de Hotelaria I	120
Comunicação Empresarial	60
Contabilidade Geral e de Custos	60
Legislação e Ética do Turismo e da Hotelaria	60
Teoria e Prática de Restaurante I	120
Teoria e Prática Operacional de Hotelaria II	120
Administração Financeira e Controladoria	60
Administração de Material	60
Estágio Curricular	390
Planejamento e Organização de Eventos	60
Teoria e Prática de Restaurante II	120
Tópicos Especiais em Hotelaria II	15
Administração de Vendas em Hotelaria	60
Controle de Qualidade dos Serviços Hoteleiros	60
Estratégia Empresarial	60
Planejamento e Manutenção de Hotéis	60
Recreação e Lazer em Hotéis	60
Trabalho de Conclusão de Curso	30
Eletivas	120
Total	3120

**Fonte: Portal UFPE, 2013.**

A UFPE apresentou o gráfico abaixo, se comparada a IES anterior, embora tenha ênfase nos mesmos tópicos do plano de negócios, possui menor horas/aula, com exceção do item Descrição da Empresa, que conta com 8 horas a mais de aula, do que o Centro Universitário SENAC.

Na Castelli, Escola Superior de Hotelaria o curso tem por objetivo de acordo com o seu portal, proporcionar conhecimentos e desenvolver habilidades que permitam aos participantes planejar, organizar e supervisionar os serviços oferecidos pelos diferentes setores que compõe a estrutura organizacional dos meios de hospitalidade; e, proporcionar a formação de atitudes pertinentes ao exercício da profissão, por meio da estrutura curricular abaixo, onde as cores para classificação seguem conforme legenda

utilizada anteriormente, sendo a cor verde descrição da empresa, a cor azul plano de marketing, lilás plano financeiro e laranja Implementação.

**Tabela 4 – Castelli**

<b>Estrutura Curricular</b>	<b>Carga Horária</b>
Tecnologia de Serviços em Gastronomia	104
Tecnologia da Recepção	60
Tecnologia Culinária	60
Tecnologia da Governança	60
Educação Ambiental	40
Controles de Hospedagem	40
Planejamento de Cardápios	40
Gestão Empresarial Aplicada	40
Higiene na Produção de Alimentos	60
Relações Humanas e Dinâmica de Grupo II	16
Custos de Alimentos e Bebidas	40
Organização de Eventos	40
Controles de Alimentos e Bebidas	40
Marketing da Hospitalidade	40
Fundamentos da Administração	40
Diversidade Cultural	40
Relações Humanas e Dinâmica de Grupo I	16
Recreação e Lazer	40
Introdução à Hospitalidade	60
Sociologia Aplicada	40
Informática Básica	40
Contabilidade Básica	60
Metodologia Científica	40
Estatística	40
Inglês Instrumental I	60
Matemática Financeira	40
Espanhol Instrumental I	32
Segurança e Medicina do Trabalho	40
Prática Operacional I	110
Inglês Instrumental II	60
Espanhol Instrumental II	32
Prática Operacional II	110

Gestão de Recursos Humanos	60
Administração de Marketing	60
Gestão Financeira	60
Comportamento do Consumidor	60
Gestão de Custos	60
Gestão da Comunicação	60
Técnicas e Procedimentos Administrativos	40
Gestão de Serviços	60
Gestão de Processos na Hospitalidade	60
Gestão da Segurança	40
Economia e o Setor de Serviços	40
Sistemas de Informações Gerenciais	60
Gestão Ambiental	60
Gestão Orçamentária	60
Estudo de Viabilidade Econômico-Financeira	60
Planejamento de Hotel	60
Gestão Patrimonial	60
Empreendedorismo	60
Relações Humanas e Dinâmica de Grupo III	16
Gestão de Negócios	60
Legislação da Hospitalidade	60
Relações Humanas e Dinâmica de Grupo IV	16
Tópicos Avançados em Hotelaria	60
Ética Profissional	40
Inglês Instrumental III	60
TCC	40
Espanhol Instrumental III	32
Prática Operacional IV	40
Prática Operacional III	40
Atividades Complementares	40

**Fonte: Portal Castelli ESH, 2013.**

A Anhembi Morumbi propõe que ao final do curso o aluno estará apto a identificar desafios, mudanças e oportunidades no setor hoteleiro e na indústria da hospitalidade, além de articular soluções inovadoras, adaptando-se às exigências do mercado de trabalho em contínuo avanço tecnológico, podendo atuar em hotéis, *resorts*, parques temáticos, cassinos, spas, clínicas, eventos, clubes, restaurantes, empresas de serviços, hospitais, bancos, consultorias, empresas alimentícias, transportes, órgãos de turismo, agência de

viagens e de ecoturismo. Onde as cores de classificação seguem de acordo com as instituições anteriores.

**Tabela 5 – Anhembi**

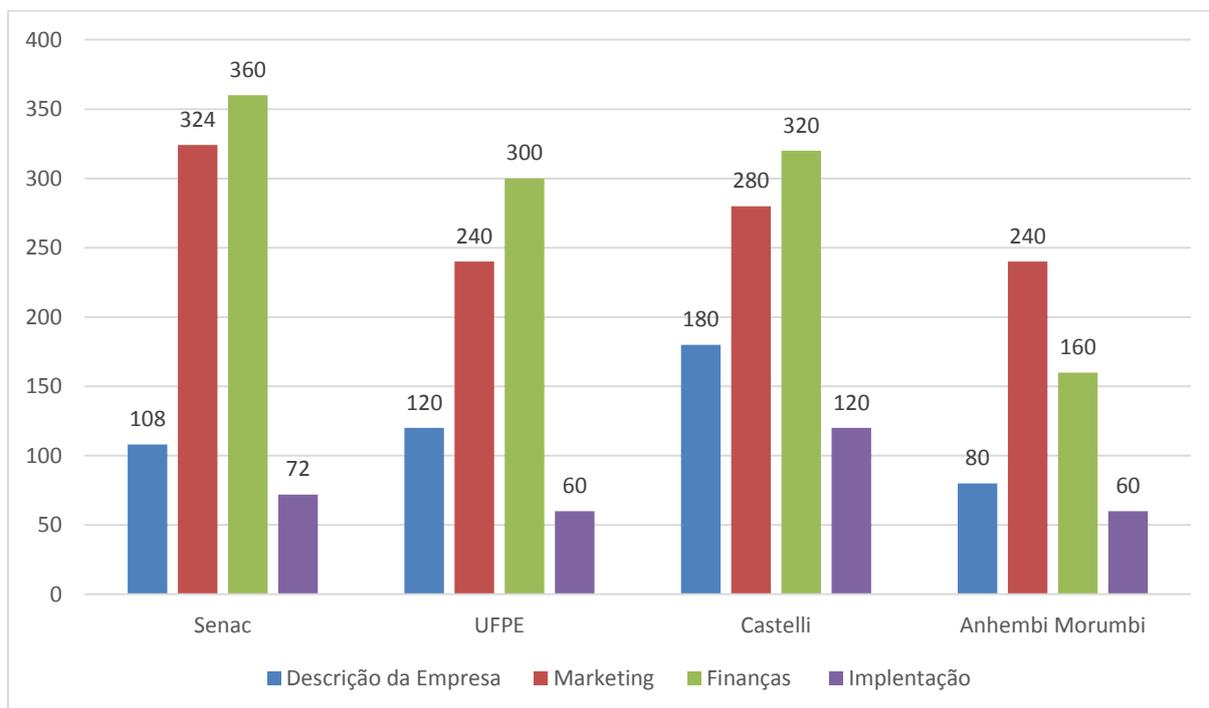
<b>Estrutura Curricular</b>	<b>Carga Horária</b>
Aprendizagem Prática de Serviço e Cozinha	120
Comportamento, Cerimonial, Protocolo e Etiqueta	60
Comunicação e Expressão (ON-LINE)	80
Inglês Operacional	80
Operações Hoteleiras	40
Princípios de Alimentos e Bebidas	40
Turismo, Hospitalidade e Competência Profissional	60
Antropologia e Cultura Brasileira (ON-LINE)	80
Aprendizagem Prática: de Alimentos e Bebidas	120
Contabilidade em Hospitalidade	60
Gerenciamento de Alimentos e Bebidas	40
Hospedagem	40
Inglês Aplicado	80
Metodologia: Ciência e Normas Técnicas (ON-LINE)	80
Desenvolvimento Humano e Social (ON-LINE)	80
Gestão de Tecnologia	40
História e Patrimônio	80
Inglês Avançado	80
Optativa I	80
Vivência Operacional e Acompanhamento	40
Empreendedorismo e Sustentabilidade (ON-LINE)	80
Gestão de Alimentos e Bebidas	60
Gestão de Hospedagem	60
Gestão Financeira	40
Inglês para Certificação	80
Princípios de Turismo e Viagem	60
Recursos Humanos na Indústria Hotelaria	60
Direito e Legislação do Turismo	40
Estágio Profissional	300
Gerenciamento de Desenvolvimento Profissional	40
Marketing	40
Optativa II	80

Economia e Política Internacional	60
Gestão de Eventos e Entretenimento	60
Gestão de Viagem e Produto	40
Marketing de Serviços	40
Análise e Avaliação de Projetos Hoteleiros	40
Trabalho de Conclusão de Curso	60
Gestão Ambiental	40
Jogos Integrados de Empresas	60
Gestão de Marketing	40
Gestão de Serviços de Hospitalidade	40
Trabalho de Conclusão de Curso	60

**Fonte: Portal Anhembi Morumbi, 2013.**

As matérias estudadas em cada IES foram separadas de acordo com a estrutura básica do plano de negócios, onde o gráfico 1 destaca as disciplinas correspondentes, conforme a carga horária desenvolvida por cada instituição.

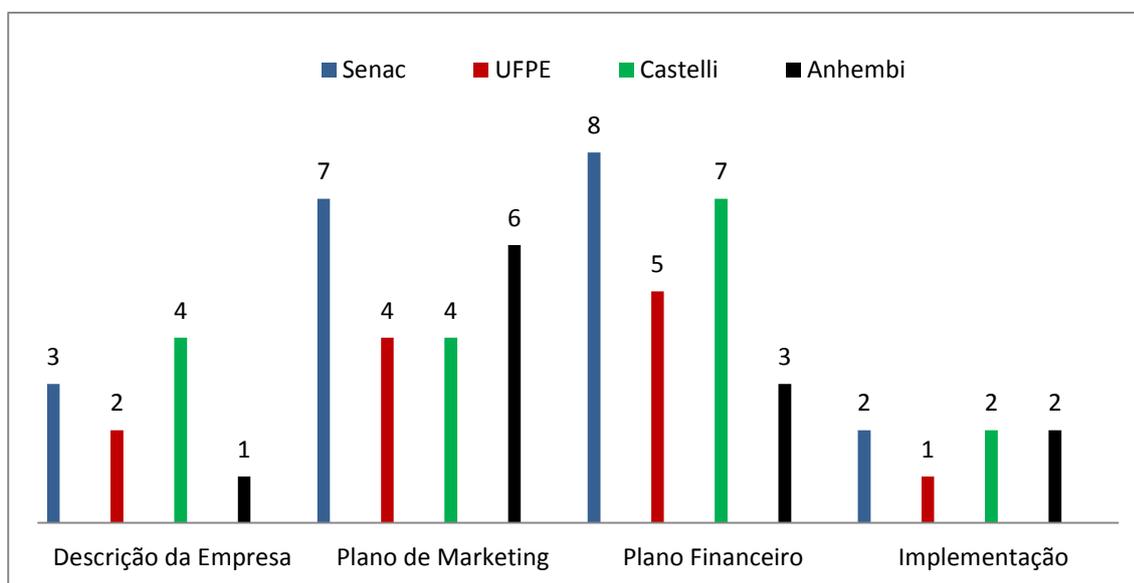
**Gráfico 1 – Estrutura Básica do Plano de Negócios**



**Fonte: A autora, 2013.**

Para melhor visualizar e analisar as informações acima, os dados foram separados de acordo com a estrutura do plano de negócios e relacionados segundo a quantidade de vezes em que apareceram na estrutura curricular, dessa forma obteve-se o gráfico 2.

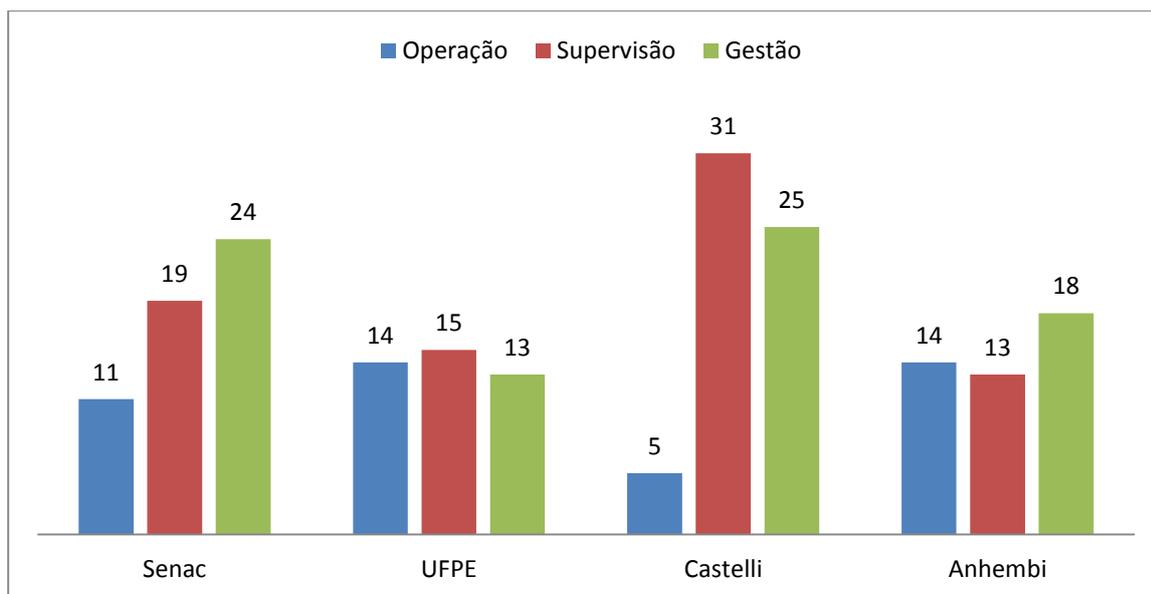
**Gráfico 2: A relação entre o plano de negócios e a quantidade de vezes que cada disciplina aparece na estrutura curricular de cada IES**



**Fonte: A autora, 2013.**

Por meio da junção das informações obtidas com os gráficos acima, foi possível criar uma relação entre a quantidade de matérias relevantes para a realização de um plano de negócios e as horas que cada IES desenvolveu em sua estrutura curricular cada disciplina. Para uma análise completa das informações as estruturas curriculares foram também categorizadas em três grandes grupos, operação, supervisão e gestão.

**Gráfico3 : Divisão departamental do negócio hoteleiro**



Fonte: A autora, 2013.

A partir do gráfico foi possível observar de maneira concreta o foco de cada IES, onde as matérias relacionadas à gestão do negócio hoteleiro e supervisão ganharam destaque maior na Castelli e no SENAC, já a UFPE e a Anhembí mostraram um equilíbrio entre operação, supervisão e gestão.

## 5. Considerações Finais

Com o tema o negócio hoteleiro da teoria à realização esta pesquisa trabalhou com a hipótese de que o conhecimento adquirido durante a vida acadêmica do profissional formado em hotelaria o torna apto a elaborar um plano de negócios para outras áreas.

Para tal, propôs como objetivo geral correlacionar os conteúdos estudados nos cursos de hotelaria das melhores Instituições de Ensino Superior e a partir disso foi possível contextualizar os termos tratados nesta pesquisa, a fim de compreender a proposta pedagógica dos cursos em estudo e as etapas de um plano de negócios relacionando-as.

Por meio dos dados obtidos foi possível esclarecer o foco pedagógico de cada Instituição de Ensino Superior estudada ao relacionar isso com a estrutura básica de um plano de negócios.

Verifica-se que o SENAC e a Castelli tiveram maior destaque uma vez que sua estrutura curricular apresenta maior carga horária em todas as matérias relacionadas ao plano de negócios, matérias diversas e específicas para esse segmento.

Estas Instituições apresentam, também, desenvolvimento no estudo da operação hoteleira, tópico importantíssimo para gestão e desenvolvimento de negócios nesse segmento.

Com base nas informações obtidas acerca dessas instituições foi possível constatar que as duas IES possibilitam a formação profissional com o intuito de desenvolver competências e habilidades para atuar no planejamento, implantação e gestão desse tipo de negócio, o que conseqüentemente torna os seus alunos aptos a desenvolverem plano de negócios.

O aluno egresso nas duas instituições possui um diferencial em relação às outras IES citadas nesta pesquisa, uma vez que o conhecimento acadêmico desenvolvido proporciona o conhecimento do segmento como um todo, partindo da operação, passando pela gestão e finalmente chegando ao planejamento e implementação do negócio hoteleiro.

Para a UFPE e a Anhembi Morumbi, as disciplinas relacionadas à operação hoteleira e a gestão do negócio apresentam desenvolvimento de competências similares nos estudantes e possuem praticamente o mesmo desenvolvimento por parte de ambas as instituições. Essa fusão forma um profissional apto a gerir e operar negócios nesse segmento, porém, quando se fala em áreas estratégicas, os alunos nelas formados possivelmente apresentarão dificuldades ao elaborar um plano de negócios, uma vez que a estrutura curricular das instituições não apresenta profundo desenvolvimento por meio de disciplinas relacionadas a esse tipo de conteúdo.

Levando em consideração todas as informações obtidas nesta pesquisa a hipótese apresentada no início do projeto foi parcialmente confirmada.

Verifica-se que duas das quatro instituições analisadas desenvolvem em sua estrutura curricular matérias relacionadas à estrutura básica de um plano de negócios e duas não.

É relevante levar em consideração também o objetivo educacional de cada IES, pois embora o Brasil, apresente maior quantidade de cursos de empreendedorismo do que a média mundial, a formação empreendedora ainda é um tópico em desenvolvimento, ou seja, formar profissionais empreendedores nem sempre é o objetivo educacional de todas as instituições, fato perceptível na descrição de cada curso da amostra desta pesquisa, disponível no portal online das instituições aqui analisadas, a formação empreendedora foi citada somente pelo SENAC, que como parte do seu objetivo educacional promove anualmente duas competições extracurriculares de empreendedorismo e inovação. O Empreenda em sua 7ª edição, destina-se aos alunos dos cursos Técnicos, do Programa de Educação para o Trabalho (PET), Programa de Aprendizagem, Graduação e Pós-graduação do Senac São Paulo, na qual os inscritos, em categorias, por meio de suas ideias inovadoras de negócios, participam de um processo de avaliação e desenvolvem um Plano de Negócio. Já o Conexões em sua 9ª edição destina-se aos estudantes regularmente matriculados, em qualquer um dos cursos de graduação do Centro Universitário Senac dos Campi Águas de São Pedro, Campos do Jordão e Santo Amaro. Com vagas limitadas para 260 estudantes separados em equipes, os participantes passam por um processo de capacitação sobre temas correlatos ao empreendedorismo e a partir de então, passam a desenvolver seus projetos. Ambas as competições tem por objetivo formar uma cultura empreendedora entre os estudantes universitários do SENAC, estimulando a difusão e aplicação dos conceitos de empreendedorismo em suas vertentes de atitude e técnica, e suas conexões com as diversas áreas de conhecimento do SENAC São Paulo.

Diante das informações aqui obtidas acerca do plano de negócios, dos profissionais egressos do curso de hotelaria, do benefício do empreendedorismo para o empreendedor e para a sociedade, fica como sugestão para pesquisas futuras a continuidade deste estudo, de maneira que as instituições utilizadas como amostra não estejam ligadas à área de negócios, dessa forma a ampliação da pesquisa contribuirá com a identificação da formação empreendedora em outros segmentos da educação, podendo ajudar também na disseminação do assunto empreendedorismo em outras áreas e consequentemente na formação de uma sociedade mais empreendedora.

## Referências

ANDRADE, M.M. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: Uma Visão do Processo**. São Paulo: Thomson, 2007.

BARROS, A. J. S.; LEHFELD N. A. S. **Fundamentos da Metodologia Científica: Um Guia para a Iniciação Científica**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2000.

- BIAGIO, L. A. Batocchio A. **Plano de Negócios: Estratégia pra Micro e Pequenas Empresas**. São Paulo: Manole, 2012.
- BIRLEY S.; MUZYKA D. F. **Dominando os Desafios do Empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001.
- BRITTO F.; WEVER L. **Empreendedores Brasileiros**. Rio de Janeiro: Elsevier 2003.
- CAMPOS J. R. V.; ROSÈS C. F.; BAUMGARTNER R. R. **Estudo de Viabilidade para Projeto Hoteleiro**. Campinas: Papyrus, 2003.
- CONEXÕES SENAC**. Disponível em: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/gd2/conexoes/index.htm>. Acesso em: 27 abr. 2014.
- DELORS, J. et al. **Educação um tesouro a descobrir: Relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI**. Cortez Editora. São Paulo, 1998.
- DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo: Transformando idéias em plano de negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2008.
- ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA CASTELLI**. Disponível em: <http://www.castelli.edu.br/site/hotelaria-bacharelado.asp>. Acesso em: 4 mar. 2013.
- EMPREENDA**. Disponível em: <http://www3.sp.senac.br/hotsites/gd2/empreenda/index.htm>. Acesso em 27 abr. 2014.
- FARAH, O. E.; CAVALCANTI M.; MARCONDES L. P. **Empreendedorismo Estratégico – Criação e Gestão de Pequenas Empresas**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- GUIA DO ESTUDANTE**. Disponível em: <http://guiadoestudante.abril.com.br/>. Acesso em: 4 mar. 2013.
- GRUPO ABRIL**. Disponível em: <http://www.grupoabril.com.br/index.shtml>. Acesso em: 4 mar. 2013.
- INSTITUTO EMPREENDER ENDEAVOR. **Bota pra Fazer: De Empreendedor para Empreendedor**. São Paulo: Publit Soluções Editoriais, 2010.
- INSTITUTO EMPREENDER ENDEAVOR**. Disponível em: <http://www.endeavor.org.br/>. Acesso em: 11 mar. 2013
- LACRUZ, A. J. **Plano de Negócios passo a passo: transformando sonhos em negócios**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.
- Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional**, 1996. Disponível Em: <http://portal.mec.gov.br/arquivos/pdf/ldb.pdf> Acesso em: 22 set. 2013.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS E. M. **Metodologia do Trabalho Científico**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**. Disponível em: [http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2&Itemid=1164](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2&Itemid=1164). Acesso em: 16 abr. 2013a.
- MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**. Disponível em: [http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=12991](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=12991) >. Acesso em: 16 abr. 2013b.
- MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**. Disponível em:

<<http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CES0146.pdf>>. Acesso em: 16 abr. 2013c.

PAVANI, C.; DEUTSCHER, J. A., LÓPEZ, S. M. **Plano de Negócios: Planejando o Sucesso de seu Empreendimento**. Rio de Janeiro: Minion, 2000.

PINTO, K.; AZEVEDO, L.; FERNANDES, V. **Plano de Negócios na Hotelaria**. São Paulo 2012.

**PORTAL BRASIL**. Disponível em:

<<http://www.brasil.gov.br/sobre/educacao/sistema-educacional>>. Acesso em 06 mai. 2013.

**REVISTA EXAME**; São Paulo, n. 4, p. 96-99, mar. 2013.

**SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS.**

Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/>> Acesso em: 11 mar. 2013a.

**SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS.**

Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/uf/amazonas/gestao/quero-abrir-um-negocio?> Acesso em 11 mar. 2013b.

**SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS.**

Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/uf/goias/programas-e-projetos/registro-de-empresas/registro-de-empresa>>. Acesso em: 10 mar. 2013c.

**SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS.**

Disponível em:

<[http://www.sebraesp.com.br/arquivos\\_site/biblioteca/EstudosPesquisas/mortalidade/10 anos mortalidade relatorio completo.pdf](http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/EstudosPesquisas/mortalidade/10%20anos%20mortalidade%20relatorio%20completo.pdf)>. Acesso em: 23 abr. 2013d.

**SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS.**

Disponível em:

<[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/4BB33E51D81E5AE2832574E100742A84/\\$File/NT00039182.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/4BB33E51D81E5AE2832574E100742A84/$File/NT00039182.pdf)>. Acesso em: 16 abr. 2013.

**SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL**. Disponível em:

<<http://www.sp.senac.br/jsp/default.jsp?newsID=0>>. Acesso em: 4 mar. 2013.

SOUZA E.C.L.; GUIMARÃES T. A. **Empreendedorismo Além do Plano de Negócio**. São Paulo: Atlas, 2005.

TEIXEIRA, G.; **A Relação Pedagógica no Ensino Superior e a**

**Transicionalidade do Ser**. Ser Professor Universitário. Disponível em:

<<http://www.serprofessoruniversitario.pro.br/m%C3%B3dulos/ensino-e-aprendizagem/rela%C3%A7%C3%A3o-pedag%C3%B3gica-no-ensino-superior-e-transicionalidade-do-ser>>. Acesso em: 22 set. 2013.

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO**. Disponível em:

<[http://www.ufpe.br/proacad/index.php?option=com\\_content&view=article&id=153&Itemid=138](http://www.ufpe.br/proacad/index.php?option=com_content&view=article&id=153&Itemid=138)>. Acesso em: 4 mar. 2013.