

**UNIVERSIDADE DO OESTE DE SANTA CATARINA – UNOESC
CAMPUS DE VIDEIRA
PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU*, MBA EM ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA E
FINANCEIRA**

JULIANO RAMPON

**ESTUDO PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA EMPRESA QUE ANALISA A
VIABILIDADE DE NOVOS EMPREENDIMENTOS**

**VIDEIRA, SC
2017**

JULIANO RAMPON

**ESTUDO PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA EMPRESA QUE ANALISA A
VIABILIDADE DE NOVOS EMPREENDIMENTOS**

**Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado á UNOESC, como parte
dos requisitos para obtenção do grau
de especialista em Administração
Estratégica e Financeira.**

Orientador: Ms. Ildo Fabris

**VIDEIRA, SC
2017**

FOLHA DE APROVAÇÃO

JULIANO RAMPON

ESTUDO PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA EMPRESA QUE ANALISA A VIABILIDADE DE NOVOS EMPREENDIMENTOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado á
UNOESC, como parte dos requisitos para obtenção
do grau de especialista em MBA Administração
Estratégica e Financeira.

Aprovado em ____ / ____ / ____

PROFESSOR AVALIADOR

Prof.: Avaliador:

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, pela vida, pela saúde, pela oportunidade de ter realizado este trabalho vencendo mais uma etapa da caminhada, com força e luz, em busca do sucesso;

A família pelo incentivo, sempre apoiando em todas as decisões e orientando o melhor caminho a ser seguido;

Agradeço também a namorada pela compreensão em alguns momentos de ausência;

Aos colegas e amigos pela parceria, ajuda e momentos de diversões;

A todos os professores pelo aprendizado, dedicação;

Em especial, ao professor e Orientador Ildo Fabris pela atenção, conhecimento, e compartilhamento de ideias e opiniões que auxiliaram no desenvolvimento do trabalho;

E a todos que de um modo ou de outro contribuíram para que este trabalho fosse realizado, transformando em realidade a expectativa idealizada.

EPÍGRAFES

*“Por vezes sentimos que aquilo que fazemos não é senão uma gota de água no mar.
Mas o mar seria menor se lhe faltasse uma gota”.*

MADRE TERESA DE CALCUTA

*“A tarefa não é tanto ver aquilo que ninguém viu, mas pensar o que ninguém ainda
pensou sobre aquilo que todo mundo vê. ”*

ARTHUR SCHOPENHAUER

*“Tenho a impressão de ter sido
uma criança brincando à beira-mar, divertindo-me em descobrir uma pedrinha mais
lisa ou uma concha mais bonita que as outras, enquanto o imenso oceano da
verdade continua misterioso diante de meus olhos”.*

ISAAC NEWTON

RESUMO

Analisar a viabilidade é um tipo de prestação de serviço, mais conhecida como consultoria empresarial, pela qual um profissional qualificado, reconhece o perfil do cliente por meio de diagnósticos, identificando as suas necessidades, buscando soluções e recomendando ações a serem tomadas. Após o levantamento de informações, o consultor desenvolve um plano de negócios que será implementado na organização, tendo em vista a viabilidade do projeto. O profissional habilitado, trabalha com o conhecimento, tendo que estar atualizado, tanto do ponto de vista intelectual, como também tecnológico. Ter visão inovadora, flexibilidade, agilidade, qualidade nos serviços, são alguns fatores primordiais, que garantem a vantagem competitiva. A conquista do mercado geralmente acontece pela indicação de clientes satisfeitos, que se torna uma propaganda gratuita, ou pela divulgação nos meios de comunicação, o qual apresenta um custo bastante expressivo e atentando-se para não incorrer na denominada “concorrência desleal”. O escritório de consultoria tem a missão de oferecer aos seus clientes um serviço de qualidade, fazendo com que seus consumidores percebam que os trabalhos realizados contribuirão de forma real para a solução de seus problemas.

Palavras-chaves: Consultoria. Análise de Viabilidade. Qualidade.

ABSTRACT

Analyzing feasibility is a type of service rendering, better known as business consulting, whereby a qualified professional recognizes the client's profile through diagnostics, identifying their needs, seeking solutions and recommending actions to be taken. After collecting information, the consultant will develop a business plan that will be implemented in the organization, in view of the viability of the project. The qualified professional works with the knowledge, having to be updated, both from the intellectual point of view, as well as technological. Having innovative vision, flexibility, agility, quality in services, are some key factors, which guarantee the competitive advantage. The conquest of the market usually happens by the indication of satisfied customers, which becomes a free advertisement, or by the disclosure in the media, which presents a very significant cost and taking care not to incur the so-called "unfair competition." The consulting firm's mission is to offer its customers a quality service, making their customers realize that the work done will contribute to the solution of their problems.

Keywords: Consulting. Feasibility analysis. Quality.

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

Figura 1 - Layout	22
-------------------------	----

GRÁFICOS

Gráfico 1 - Ramo de Atividade	30
Gráfico 2 - Porte da Empresa.....	31
Gráfico 3 - Tempo que a empresa está no mercado, ou que tem interesse em implantar.....	32
Gráfico 4 - Realização de um estudo de mercado na abertura de empresas	33
Gráfico 5 - Motivos que levaram a abertura ou que levam as empresas no caso de iniciantes	34
Gráfico 6 - Análise de viabilidade econômica e financeira, no momento da abertura da empresa	35
Gráfico 7 - Técnicas de análise de investimento	36
Gráfico 8 - Recomendação de uma análise de viabilidade econômica aos empreendedores antes da implantação da empresa	37
Gráfico 9 - Disposição de pagamento por um estudo de viabilidade.....	38
Gráfico 10 - Sugestões, críticas, opiniões a respeito da realização de uma análise de viabilidade	39

QUADROS

Quadro 1: Investimentos Iniciais	41
Quadro 2 - Depreciação	41
Quadro 3 - Previsão de faturamento Janeiro.....	42
Quadro 4 - Previsão de faturamento Fevereiro	42
Quadro 5 - Previsão de Faturamento Março	42
Quadro 6 - Previsão de faturamento Abril	43
Quadro 7 - Previsão de faturamento Maio	43
Quadro 8 - Previsão de faturamento Junho.....	43
Quadro 9 - Previsão de faturamento Julho.....	43

Quadro 10 - Previsão de faturamento Agosto	44
Quadro 11 - Previsão de faturamento Setembro.....	44
Quadro 12 - Previsão de faturamento Outubro	44
Quadro 13 - Previsão de faturamento Novembro.....	44
Quadro 14 - Previsão de faturamento Dezembro.....	45
Quadro 15 - Previsão de faturamento do ano	45
Quadro 16 - Projeção de Vendas.....	45
Quadro 17 – Orçamento anual dos Custos Diretos dos Serviços	46
Quadro 18 - Continuação orçamento anual dos Custos Diretos dos Serviços	46
Quadro 19 – Orçamento anual de despesas administrativas / vendas	46
Quadro 20 - Continuação - Orçamento anual de despesas administrativas/ vendas	47
Quadro 21 - Orçamento de despesas tributárias.....	47
Quadro 22 - Orçamento de despesas financeiras	48
Quadro 23 - Fluxo de Caixa	48
Quadro 24 - Demonstração de Resultado.....	49
Quadro 25 - Indicadores da Viabilidade Econômico-Financeira.....	50

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 APRESENTAÇÃO	11
1.2 PROBLEMA DE PESQUISA	12
1.3 OBJETIVOS	12
1.3.1 Objetivo Geral	12
1.3.2 Objetivos Específicos	12
1.4 JUSTIFICATIVA	13
1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO	13
1.6 METODOLOGIA.....	14
1.7 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA.....	14
1.8 COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....	15
1.8.1 Coleta de dados	15
1.8.2 Análise de dados.....	15
1.9 QUESTÕES DE PESQUISA	15
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1 PRINCIPAIS INDICADORES DE VIABILIDADE	16
2.1.1 Taxa Média de Retorno (TMR).....	16
2.1.2 Lucratividade	16
2.1.3 Rentabilidade	17
2.1.4 Valor Presente Líquido (VPL).....	17
2.1.5 Índice Benefício/ Custo (IBC)	17
2.1.6 Retorno adicional sobre o investimento (ROIA)	18
2.1.7 Taxa Interna de Retorno (TIR)	18
2.1.8 Período de recuperação do investimento (Pay-back).....	18
2.2 ESTRUTURA DA EMPRESA.....	19
2.2.1 Plano de Negócios	19
2.2.2 Gastos (investimento inicial, custos e despesas).....	20
2.3 ESTUDO DO MERCADO.....	25
2.3.1 Análise Ambiental (SWOT).....	27
3 ANÁLISE E APRESENTAÇÃO DE DADOS	30
4 VERIFICANDO A VIABILIDADE	40

4.1 PLANEJAMENTO FINANCEIRO	41
4.1.1 Estimativa dos investimentos	41
4.1.2 Depreciação	41
4.1.3 Estimativa de faturamento (mensal)	42
4.1.4 Estimativa de faturamento (anual).....	45
4.1.5 Orçamento dos Custos Diretos dos Serviços	46
4.1.6 Estimativa de despesas administrativas e de vendas	46
4.1.7 Estimativa de despesas tributárias	47
4.1.8 Estimativa de despesas financeiras	47
4.1.9 Fluxo de Caixa	48
4.1.10 Demonstrativo de Resultado	49
4.1.11 Indicadores de Viabilidade	50
5 CONCLUSÃO	52
REFERÊNCIAS.....	53
APÊNDICES	55
ANEXOS	57

1 INTRODUÇÃO

A análise da viabilidade é essencial para o desenvolvimento e implantação de um projeto. Identificar o melhor investimento a ser contratado, entre duas ou mais alternativas para aplicação do dinheiro é grande fator de sucesso e insucesso das empresas. O presente capítulo abordará a apresentação do tema, o problema de pesquisa, objetivos, justificativa e a estrutura do trabalho.

1.1 APRESENTAÇÃO

Este estudo busca desenvolver e conhecer as diversas ferramentas disponíveis para gestores e empreendedores, tendo como objetivo, a orientação para a tomada de decisões de investimento e financiamento, visto que, ainda inúmeras decisões são tomadas por impulso.

Num primeiro momento serão abordados alguns conceitos envolvendo as principais técnicas de análise de investimento. Em seguida, será demonstrada toda a estrutura para a implantação de uma empresa de análise de viabilidade, desde sua criação até o seu pleno funcionamento.

Na sequência, será realizado um estudo do mercado, tendo em vista, a busca por informações relevantes para avaliar a viabilidade do investimento proposto. Essa pesquisa se dará por meio de um questionário aplicado a gestores, empreendedores, profissionais da área, sendo possível descobrir e estimar o faturamento pelos serviços prestados.

Ao final, serão calculados os indicadores de análise de investimento, identificando a viabilidade do empreendimento.

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Existe potencial para implantação de uma empresa que analisa a viabilidade de novos empreendimentos?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

O objetivo deste trabalho é descobrir a viabilidade ou não da implantação da empresa, tendo em vista, o seu papel que é identificar a viabilidade para novos empreendimentos.

1.3.2 Objetivos Específicos

- ✓ Descrever sobre as principais técnicas de análise de investimento;
- ✓ Demonstrar a estrutura de uma empresa que analisa a viabilidade;
- ✓ Realizar um estudo do mercado, sobre a aceitação ou não desta modalidade de empresa;
- ✓ Identificar e quantificar o faturamento pelos serviços prestados;
- ✓ Apurar os indicadores de análise de investimentos, identificando a viabilidade.

1.4 JUSTIFICATIVA

A análise de viabilidade surge como uma ferramenta indispensável para qualquer negócio, ainda mais nesse mercado de concorrência que se está vivendo atualmente.

Diante da situação de que muitas empresas acabam fechando logo após a sua abertura, pode-se constatar que tal procedimento é devido à falta de um pré-estudo sobre a sua viabilidade. Nota-se também, uma carência de empresas ou profissionais que atuam nesta área e que poderiam evitar situações semelhantes se houvesse um estudo antecipado.

Este trabalho justifica-se pela importância de se fazer um projeto de viabilidade econômica antes de construir, adquirir, implantar, expandir ou modernizar qualquer tipo de empreendimento. Para que um empreendimento aconteça, verifica-se a necessidade de uma análise criteriosa para uma possível implantação, logo, é necessário que o empreendedor tome a decisão de investir baseando-se nos dados econômicos e financeiros que o projeto apresenta, bem como atender o mercado onde se pretende empreender.

Desse modo, optou-se por investir o estudo na análise de viabilidade, por ser um negócio inovador que pode auxiliar e muito empreendedores que procuram abrir uma empresa.

1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO

O presente trabalho está estruturado em seis capítulos: 1. Introdução; 2. Fundamentação teórica; 3. Análise e apresentação dos dados; 4. Verificando a viabilidade; 5. Conclusão e por último as Referências Bibliográficas.

No primeiro capítulo, apresenta-se a introdução sendo expostas todas as orientações iniciais do trabalho. O tema está sendo apresentado, assim como o problema de pesquisa, os objetivos e a justificativa.

No segundo capítulo, evidencia-se o capítulo da Fundamentação Teórica. É neste capítulo que estão inseridas as teorias que se relacionam com o tema.

No terceiro capítulo, está exposta toda parte de análise e apresentação do questionário;

Na sequência, capítulo quatro, encontra-se a análise econômica e financeira do projeto;

No quinto a conclusão;

No sexto capítulo, encontra-se as referências que representam as fontes de pesquisas bibliográficas utilizadas.

Por fim estão apresentados os Apêndices e Anexos, buscando uma melhor compreensão e exemplificação ao texto.

1.6 METODOLOGIA

Para elaboração deste trabalho, foram realizadas pesquisas com possíveis clientes, além é claro nos meios de comunicação através de livros, internet, TCCs antigos, também foram consultados empreendedores, gestores e proprietários de empresas.

1.7 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

O estudo do Trabalho de Conclusão de Curso terá sua delimitação caracterizada como pesquisa exploratória, sendo elaborado um levantamento de dados bibliográficos e aplicadas entrevistas aos possíveis clientes e profissionais da área.

1.8 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Os dados foram coletados através da aplicação de um questionário, cujas informações obtidas serão utilizadas para conclusão de estudos.

1.8.1 Coleta de dados

Após a elaboração do questionário, o mesmo foi encaminhado através de e-mails para gestores, empreendedores, possíveis clientes e demais profissionais interessados.

1.8.2 Análise de dados

Com o retorno do questionário, os dados foram analisados, catalogados, e por fim, apresentados na forma de gráficos.

1.9 QUESTÕES DE PESQUISA

Quais as principais técnicas de análise de investimento?

Qual a importância em demonstrar a estrutura de uma empresa que analisa a viabilidade?

Por que realizar um estudo do mercado para identificar a aceitação ou não desta modalidade de empresa?

Como identificar e quantificar o faturamento pelos serviços prestados?

Será viável ou não a implantação desse empreendimento?

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo estão inseridos os principais conceitos teóricos, necessários para o desenvolvimento deste trabalho.

2.1 PRINCIPAIS INDICADORES DE VIABILIDADE

De acordo com o relato de Gallon et al. (2006, p. 01 apud Kuhnen e Bauer, 1996) a análise de investimentos é um conjunto de técnicas que permitem a comparação entre os resultados de tomada de decisões referentes a alternativas diferentes de uma forma científica.

Diante do exposto, surgem diversos instrumentos financeiros que podem auxiliar na análise de projetos de investimentos. Logo abaixo, estão apresentados os principais indicadores de viabilidade.

2.1.1 Taxa Média de Retorno (TMR)

Segundo Fernandes (2010) em sua publicação ao site administradores, destaca que:

A Taxa Média de Retorno (TMR), refere-se a uma taxa obtida da divisão do lucro líquido médio anual estimulado pelo valor do investimento médio durante a vida útil do projeto. O resultado final é uma taxa que deve ser comparada a taxa mínima requerida decide-se pelo descarte da proposta e em caso contrário o inverso acontece.

2.1.2 Lucratividade

A lucratividade é uma taxa que demonstra o percentual de ganho recebido sobre o total de vendas realizadas. Quanto maior for a taxa melhor.

2.1.3 Rentabilidade

A Rentabilidade é uma taxa que demonstra o percentual de ganho recebido sobre o investimento realizado. Para descobrir a rentabilidade, divide-se o lucro da empresa, em um determinado período de tempo, pelo valor do investimento inicial. Quanto maior for a taxa melhor.

2.1.4 Valor Presente Líquido (VPL)

De acordo com Bresciani (2015, p. 02; 03),

O valor presente líquido, como o próprio nome indica nada mais é do que a concentração de todos os valores esperados de um fluxo de caixa na data zero. Contudo, via de regra se o resultado do VPL for maior que 0 significa que pelo menos o investimento inicial é recuperado com os retornos de caixa estimados, ou seja, o projeto merece continuar sendo avaliado, pelo menos.

Em conformidade com Camloffski, Rodrigo (2014, p. 75) afirma que:

O método de cálculo do valor presente líquido (VPL) apura, em valores atuais, o ganho financeiro previsto para o projeto. Para tanto, é necessário descapitalizar todos os valores constantes no fluxo de caixa e diminuir este resultado pelo investimento inicial. Se o resultado do VPL for superior a zero, significa que o projeto merece continuar sendo analisado, por outro lado, se o resultado for negativo (inferior a zero), o projeto deve ser descartado.

2.1.5 Índice Benefício/ Custo (IBC)

Segundo Bresciani (2015, p. 04),

O índice benefício/custo avalia a rentabilidade na comparação do valor presente dos fluxos estimados com o capital investido, genericamente nada mais é do que uma razão entre o fluxo esperado de benefícios de um projeto e o fluxo esperado de investimentos necessários para realizá-lo.

2.1.6 Retorno adicional sobre o investimento (ROIA)

De acordo com Bresciani (2015, p. 04), o retorno adicional sobre o investimento (ROIA) traz a informação da rentabilidade fragmentada em cada período, além da TMA, ou seja, depois de atingido a taxa mínima de atratividade quanto o projeto irá render considerando os fluxos de caixa estimados.

2.1.7 Taxa Interna de Retorno (TIR)

Segundo Kuster (2013, p. 126) a TIR é considerada a técnica de análise mais aprimorada de viabilidade:

Considerada como a técnica de análise mais sofisticada de análise de viabilidade pelos analistas financeiros, a TIR apresenta o retorno exato do projeto na forma de taxa percentual, a qual passa a ser referência para a comparação de resultados em qualquer mercado financeiro.

A – Seu objetivo é identificar a taxa que, aplicada a um projeto, apresenta um VPL igual a zero. Em outras palavras: identifica a taxa que, utilizada como deflator, faz com que o somatório atualizado dos retornos seja igual ao investimento inicial.

2.1.8 Período de recuperação do investimento (Pay-back)

De acordo com Bresciani (2015, p. 06),

O pay-back é um dos indicadores de análise de investimentos mais importantes e usuais, na sua condição de avaliação do tempo de retorno da aplicação, principalmente se considerarmos a atual conjuntura econômica atual de mudanças constantes e variáveis de interferência. O resultado demonstra o número de períodos necessários para que o fluxo de caixa de retornos supere o capital investido.

Camloffski (2014, p. 65) explica que o cálculo do pay-back, como o próprio nome sugere, demonstra em quanto tempo o investimento será recuperado. Quanto menor o pay-back, maior a liquidez do projeto e, portanto, menor o seu risco.

2.2 ESTRUTURA DA EMPRESA

A estrutura organizacional procura definir e organizar as atividades e recursos de um empreendimento, com o objetivo de alcançar os resultados que foram planejados.

2.2.1 Plano de Negócios

O plano de negócios do empreendimento é o projeto da empresa, no qual cada uma das questões será esmiuçada, estudada, compreendida e dominada, para tomada decisões assertivas como empresário. Um plano de negócios pode ser entendido como um conjunto de respostas que define o produto ou serviço a ser comercializado, o formato de empresa mais adequado, o modelo de operação da empresa que viabilize a disponibilização desses produtos ou serviço e o conhecimento, as habilidades e atitudes que os responsáveis pela empresa deverão possuir e desenvolver (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE, 2004).

Algumas das respostas serão em forma de estratégias, planos de ação, métodos de trabalho, outras serão conclusões numéricas que medirão o efeito de cada decisão a ser tomada para a formatação da empresa. Dentre todas as questões a esclarecer, é notória atenção especial para as seguintes: • Gastos (investimento inicial, custos e despesas); • Preço de venda; • Escala - ponto de equilíbrio e margem de contribuição; • Retorno do investimento. Estas quatro questões são decisivamente importantes, pois refletirão sobre as consequências do conjunto de respostas para todas as questões a serem identificadas. Pois todas as decisões a serem tomadas na formação da empresa terão impacto direto no volume

de vendas ou no volume de gastos, ou no preço, principalmente na lucratividade da empresa e na rentabilidade do investimento. Isto é, que lucro a ser obtido na realização de vendas e quanto finalmente terá de volta da empresa como pagamento do investimento que fará, ao montar esse negócio (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE, 2004).

2.2.2 Gastos (investimento inicial, custos e despesas)

Seja qual for a metodologia a ser utilizada para elaboração do plano de negócios, não abrir mão do convencimento sobre a realidade de gastos que serão enfrentados. Antes dos sócios, antes das fontes de financiamento que porventura vierem a ser utilizadas, é preciso ter certeza da composição de gastos que resultará na empresa a ser montada. Inicialmente realizar a separação dos gastos conforme três conceitos: investimento, custos e despesas. Todos os valores a serem despendidos para a montagem da empresa, até que ela esteja em condições de funcionar, devem ser tratados como gastos de investimento inicial. Tudo o que for necessário, daí para a frente, são custos de operação, para que a empresa possa produzir ou adquirir, ou despesas comerciais, para que possa comercializar. Custos de operação e despesas comerciais se repetem diariamente, mensalmente e permanentemente (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE, 2004).

A quantia aplicada como investimento inicial deverá, se a empresa der certo, ser recuperada após um certo período de tempo. Esse tempo é variável, dependendo de cada negócio. Isto é, a empresa devolverá em forma de lucro todo o valor gasto para montagem, e daí para a frente deverá continuar a gerar lucro de forma adicional enquanto durar. Já a quantia aplicada para produzir ou adquirir, vender e manter o negócio deverá ser recuperada em cada venda, correspondente a cada unidade vendida. Por isso é decisivo saber com antecedência o quanto será gasto em custos e despesas em cada unidade, em determinado período de tempo e quanto será preciso vender (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE, 2004).

2.2.2.1 Investimento inicial

Antes de desembolsar o primeiro real, é necessário pesquisar, estudar e relacionar todas as despesas, por exemplo, com o imóvel, instalações, equipamentos, contratações de serviços e de empregados, treinamento, documentação, legalização da empresa etc. É importante relacionar esses valores conforme o prazo em que serão desembolsados e com isso garantir a disponibilidade de capital para os pagamentos. Por mais minucioso que seja na definição dos gastos que comporão o investimento inicial, torna-se importante ressaltar que, quando iniciar a montagem da empresa, surgirão situações de gastos não imaginadas antes. Portanto, surge a necessidade de reservar uma boa quantia de dinheiro para esses imprevistos. Outro fator que merece destaque é o “capital de giro”, isto é, o dinheiro necessário para custear as despesas de mão de obra, o aluguel e despesas com o imóvel, luz, telefone, internet, propagandas, mercadorias etc. nos primeiros meses de operação e também como reserva de capital para suportar períodos iniciais com baixo volume de venda. É de fundamental importância ter certeza de quanto será gasto para montar a empresa e quando terá de efetuar cada pagamento (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE, 2004).

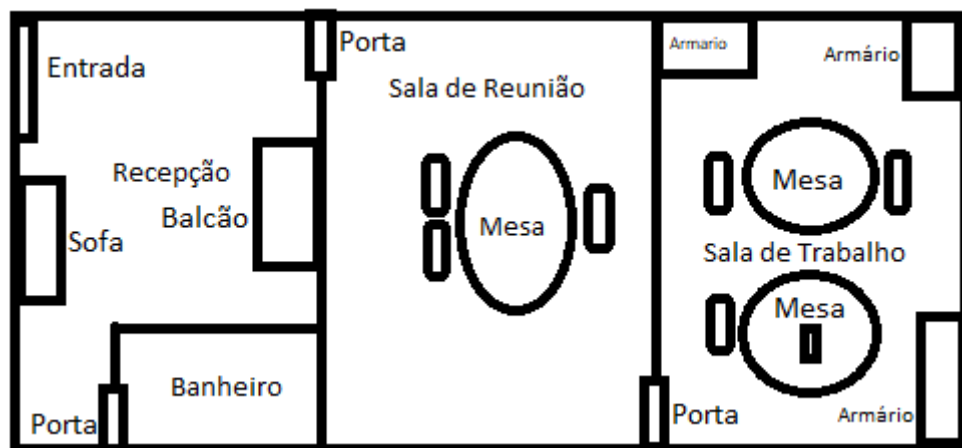
2.2.2.1.1 Estrutura física

O tamanho da estrutura física varia segundo o interesse e expectativa do empreendedor. No entanto alguns espaços devem ser preparados, conforme segue:

1. Recepção: espaço destinado à instalação de todo o aparato de recepção, tanto em termos de atendimento, quanto de espera, devendo ser um espaço muito bem decorado, com sofás e cadeiras especiais, tudo em prol da satisfação do cliente.
2. Sala de trabalho: área em que serão dispostos os computadores e mesas para o desenvolvimento dos serviços relacionados à consultoria propriamente dita, devendo ser montado ilhas de trabalho, facilitando assim o desenvolvimento da atividade principal da empresa.
3. Sala de reunião: espaço destinado à realização de reunião

com os clientes, visando direcionar os trabalhos de consultoria a ser proposta junto ao cliente. Para instalação dos espaços acima, o ideal é que se inicie com uma área mínima de 80m². Ressalta-se que o empresário deverá dotar os espaços com layout interativo e agradável. Salienta-se que a presença do empreendedor nesse segmento empresarial é fundamental, pois dará credibilidade a esse novo negócio (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE, 2012).

Figura 1 - Layout



Fonte: O autor

2.2.2.1.2 Exigências legais e específicas

O empreendedor de um escritório de consultoria deverá cumprir algumas exigências iniciais, e somente poderá se estabelecer depois de cumpridas, quais sejam: a) Registro da empresa nos seguintes órgãos: • Junta Comercial; • Secretaria da Receita Federal (CNPJ); • Secretaria Estadual de Fazenda; • Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento; • Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal); • Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”; • Corpo de Bombeiros Militar. b) Visita à prefeitura da cidade onde pretende montar a empresa para fazer a consulta de local e emissão das certidões

de Uso do Solo e Número Oficial. c) Antes de iniciar as atividades comerciais o empreendedor deverá obter o alvará de funcionamento e de licença sanitária (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE, 2012).

2.2.2.1.3 Localização

A evolução dos modelos de gestão e dos meios de comunicação levou as organizações a formatos virtuais, em que nem sempre a existência física do “escritório” da empresa é algo essencial. No ramo de consultoria a localização do empreendimento deve estar associada à ideia de que seus clientes irão demandar, prioritariamente, de sua empresa, um espaço para realizar reuniões e negócios do que para a produção material. Desta forma o local deve possuir características tais como proximidade de centros financeiros ou estar perto de seus principais clientes, além de possuir facilidade de acesso para clientes e empregados. Outras características importantes devem ser consideradas em relação à funcionalidade do imóvel escolhido: a) Boa estrutura de rede elétrica; b) Facilidade de acesso e de instalação de cabeamento de voz, dados, etc., c) Decoração aprazível. Segundo pesquisa realizada pela CATHO Consultores as capitais São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Belo Horizonte, concentram o maior número de consultorias e são justamente as localizadas nestas capitais que apresentam o maior faturamento (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE, 2012).

2.2.2.1.4 Equipamentos

Os equipamentos necessários para a montagem de um escritório de consultoria, considerando uma empresa de porte médio, são os seguintes: a) Estação de trabalho; b) Mesa de reunião; c) Cadeiras; d) Armário; e) Impressora; f) Microcomputador desktop; g) Notebook; h) Internet; i) Telefone fixo; j) Telefone móvel; k) Arquivos; l) Balcão. A parte tecnológica é um item importante para

qualquer segmento e não é diferente para um escritório de consultoria. Assim, havendo possibilidade, o empreendedor deverá dotar sua empresa de todo o processo tecnológico disponível, principalmente no que se refere ao controle cadastral da clientela, organização de cada consultoria que esteja planejando e também executando, dentre outros (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE, 2012).

2.2.2.2 Custos

Quando a empresa começar a funcionar, terão destaque três tipos de gastos: custo variável, despesas fixas e despesas comerciais. Como esta é a fase de elaboração do plano de negócios, a fase de avaliar se o empreendimento que deseja montar será lucrativo ou não, se será viável ou não, é necessário realizar estimativas dos custos e despesas que ocorrerão com o funcionamento da empresa. Quando a empresa estiver funcionando, será necessário desenvolver um processo seguro para apurar e manter esses gastos sob controle (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE, 2004).

Os custos variáveis são gastos que ocorrerão por causa da produção ou da compra de produtos para comercialização ou execução do serviço. Faz-se necessário conseguir, nesta fase de plano de negócios, estimar o valor do custo variável para cada produto ou serviço. Quando a empresa estiver funcionando, terá de apurar esses custos também por produto ou serviço. Ex.: custo de aquisição do produto, ou custo das matérias-primas utilizadas, componentes, embalagem, mão de obra aplicada etc. (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE, 2004).

Já as despesas fixas são todos os gastos que a empresa terá em sua operação, não relacionados diretamente a nenhum produto ou serviço. Incluem aluguel, gastos com manutenção, custo da administração, como salários, materiais de consumo, luz, água, telefone etc. (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE, 2004).

As despesas comerciais são os gastos que ocorrerão todas as vezes que a empresa realizar vendas. Portanto, são despesas que variam conforme o volume de vendas. Normalmente, são os impostos, as contribuições e a comissão de vendedores. Mas podem ocorrer outras despesas, como por exemplo a taxa de administração de cartão de crédito, se vender com cartão. Desse modo, é preciso dar atenção especial aos impostos e contribuições (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE, 2004).

2.2.2.2.1 Matéria prima / Mercadoria

A matéria-prima de um escritório de consultoria é o nível de conhecimento sobre os serviços que se propõe a realizar, devendo ser estruturada as necessidades e demandas segundo o escopo do projeto inicial. Assim o capital intelectual será o ponto forte desse ramo de atividade, em especial de seu idealizador e também de seu quadro fixo e móvel, pois será o resultado que contará como positivo ou negativo. Uma empresa de consultoria deve possuir arquivos, bem organizados, em meios físicos e eletrônicos e que possam ser acessados por pessoas autorizadas sempre que houver necessidade do trabalho ou fiscalização (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE, 2012).

2.3 ESTUDO DO MERCADO

O estudo de mercado é o pontapé inicial para a criação do projeto de investimento, por meio dele, obtém-se índices que determinam se o empreendimento terá ou não sucesso. Ele proporciona informações relevantes, referentes ao serviço ou produto que será comercializado.

Através das pesquisas, a empresa passará a conhecer melhor os seus possíveis clientes, fornecedores, concorrentes, podendo descobrir oportunidades e ameaças ao seu empreendimento. No que diz respeito as oportunidades, poderá

utilizar de estratégias, diferenciais buscando atender cada vez melhor o seu cliente. Em se tratando de ameaças, poderá se prevenir com um bom planejamento estratégico, implantando um plano de ação, e utilizando dele, caso venham a acontecer.

De acordo com SEBRAE (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2016) as decisões relacionadas a novos empreendimentos sempre geram muita incerteza, tanto no que diz respeito a decisão, quanto nas consequências que pode trazer, podendo assim a pesquisa mercadológica se tornar uma importante ferramenta de auxílio para essas decisões, conforme cita-se o trecho abaixo:

Todas as decisões relacionadas a novos empreendimentos contêm certo grau de incerteza, tanto no que diz respeito à informação na qual as decisões estão baseadas como no que diz respeito às suas consequências.

Assim, o sucesso de uma pesquisa mercadológica é uma ferramenta de orientação para as decisões. Isso significa que a pesquisa deve ser aplicada somente quando os seus resultados contribuirão para diminuir a incerteza ou influenciar decisões.

A informação, por si só, não leva à decisão nem ao sucesso: é preciso escolher um curso de ação que ajude a identificar problemas e oportunidades e que indique caminhos que reduzam as incertezas. Não há qualquer razão para se fazer uma pesquisa mercadológica se o tomador de decisão (o empreendedor) não pretende alterar sua posição inicial, não acredita ou não compreende os seus verdadeiros resultados.

Ainda de acordo com o SEBRAE ((SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2016), toda e qualquer pesquisa mercadológica possui grande utilidade, conforme cita-se o trecho abaixo:

Para a abertura ou expansão de um novo negócio, a primeira providência que um empreendedor deve tomar é desenvolver uma análise mercadológica. A pesquisa é um recurso vital que serve para:

□ Conhecer o perfil do cliente, ela fornece a caracterização dos clientes nos aspectos quantitativos (potencial do mercado, participação da empresa no mercado etc.) e qualitativos (estilo de vida, características comportamentais, hábitos de consumo, escolaridade, renda etc.);

☐ Perceber a estratégia dos concorrentes e observar seus pontos fortes e fracos;

☐ Analisar os fornecedores e as empresas que fornecem produtos e serviços: sistema de vendas e distribuição, políticas de preços e cobrança; qualidade dos produtos e serviços;

O objetivo é possibilitar ao empreendedor a avaliação comparativa de seus potenciais fornecedores e, a partir de certos critérios, definir a classificação deles para orientar o processo de compras, ou, se for o caso, de terceirização das atividades.

Serve também, para dimensionar o mercado, identificar o segmento de mercado mais lucrativo, detectar novas tendências, avaliar a performance de seus produtos e serviços, identificar a quantidade ou volume que o mercado é capaz de absorver e a que preços esses produtos poderão ser vendidos.

Desse modo, é possível determinar que o estudo de mercado é um importante instrumento, o qual permite ao investidor analisar e identificar se o seu empreendimento será viável ou inviável.

2.3.1 Análise Ambiental (SWOT)

A tão conhecida matriz SWOT, é uma ferramenta de gestão que não pode faltar no que diz respeito ao planejamento estratégico das empresas. Ela demonstra, quais são os pontos fracos e fortes e também quais as oportunidades e ameaças para o empreendimento. Desse modo, consegue-se ter uma visão do que precisa ser melhorado, manter as forças e se beneficiar em vista dos concorrentes, aproveitar as oportunidades e se prevenir de possíveis ameaças.

Em virtude disso, a famosa matriz SWOT, se transformou num instrumento fundamental de planejamento para qualquer negócio, conforme explica Bastos (2014):

O termo “SWOT” é um acrônimo das palavras Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats que significam respectivamente: forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, mas é bastante comum aqui no Brasil algumas pessoas usarem a sigla FOFA, ao invés da tradicional. Conceitualmente falando, a Análise SWOT se trata de uma ferramenta estrutural da administração, que

possui como principal finalidade avaliar os ambientes internos e externos, formulando estratégias de negócios para a empresa com a finalidade de otimizar seu desempenho no mercado.

A Análise SWOT também é utilizada para identificar os pontos fortes e fracos de uma organização, assim como as oportunidades e ameaças das quais a mesma está exposta. Essa ferramenta é geralmente aplicada durante o planejamento estratégico, promovendo uma análise do cenário interno e externo, com o objetivo de compilar tudo em uma matriz e assim facilitar a visualização das características que fazem parte da sigla. Sabe-se que a técnica foi fundamentada por Kenneth Andrews e Roland Christensen, e tinha por objetivo auxiliar e aprimorar o planejamento estratégico empresarial, que já vinha sendo bastante estimulado nas escolas tradicionais americanas ao longo das décadas de 60 e 70.

Levando-se em consideração esses aspectos, será demonstrado a matriz SWOT do empreendimento em questão.

2.3.1.1 Avaliação estratégica/ Matriz SWOT

2.3.1.1.1 Forças

- Preços e prazos de entrega competitivos;
- Serviço com qualidade;
- Boa localização.

2.3.1.1.2 Oportunidades

- Expansão do mercado;
- Atendimento a novos segmentos;
- Surgimento de tecnologias inovadoras que possibilitem a redução de custos.

2.3.1.1.3 Fraquezas

- Desconhecimento de parte da concorrência;
- Baixa visibilidade / a empresa é pouco conhecida na cidade e região.
- Reputação duvidosa.

2.3.1.1.4 Ameaças

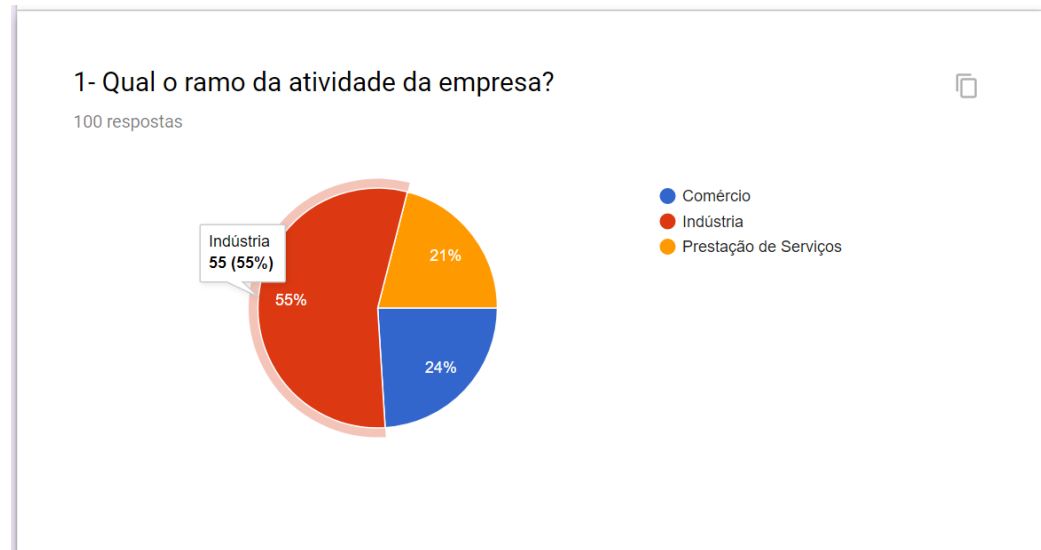
- Novos concorrentes podem surgir a qualquer momento;
- Novas tecnologias nas quais os concorrentes detenham;
- Novos tributos.

Para o prosseguimento dos estudos torna-se necessária a aplicação do questionário e análise dos dados.

3 ANÁLISE E APRESENTAÇÃO DE DADOS

Após a realização da pesquisa mercadológica, buscando conhecer melhor o perfil dos possíveis clientes, obteve-se o seguinte resultado.

Gráfico 1 - Ramo de Atividade

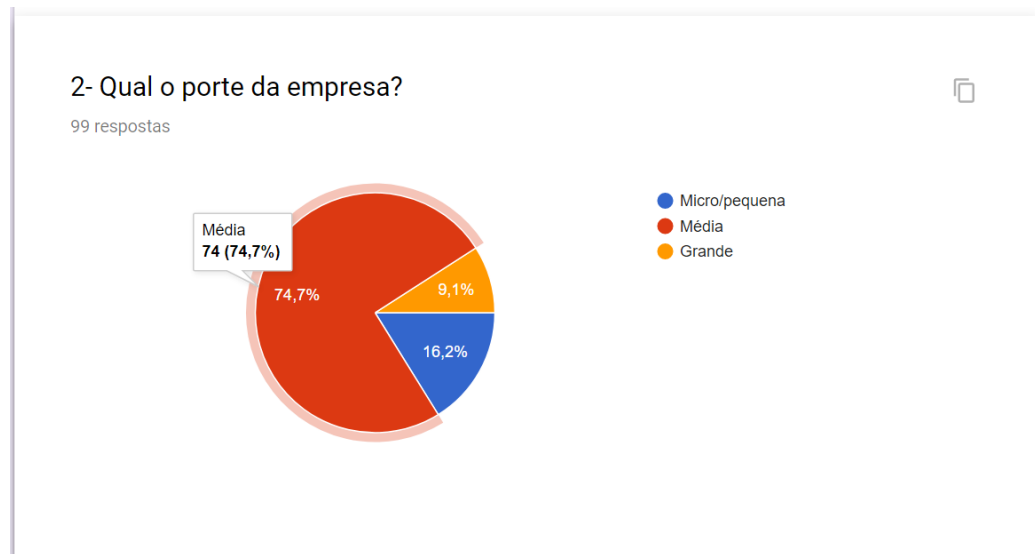


Fonte: Autor: Questionário da pesquisa

De acordo com a pesquisa, das 100 pessoas que responderam o questionário, 55% trabalham na indústria, demonstrando o foco dos trabalhos mais voltado para este setor.

Embora a indústria tenha se destacado, os demais ramos também apresentam uma porcentagem expressiva. Por estarem entre os principais impulsionadores da economia, os setores de prestação de serviços e o comércio abrangem também uma grande variedade de negócios, além é claro de terem investimentos iniciais mais baixos. Desse modo, também se tornam importante fonte de pesquisas para a abertura de novos empreendimentos.

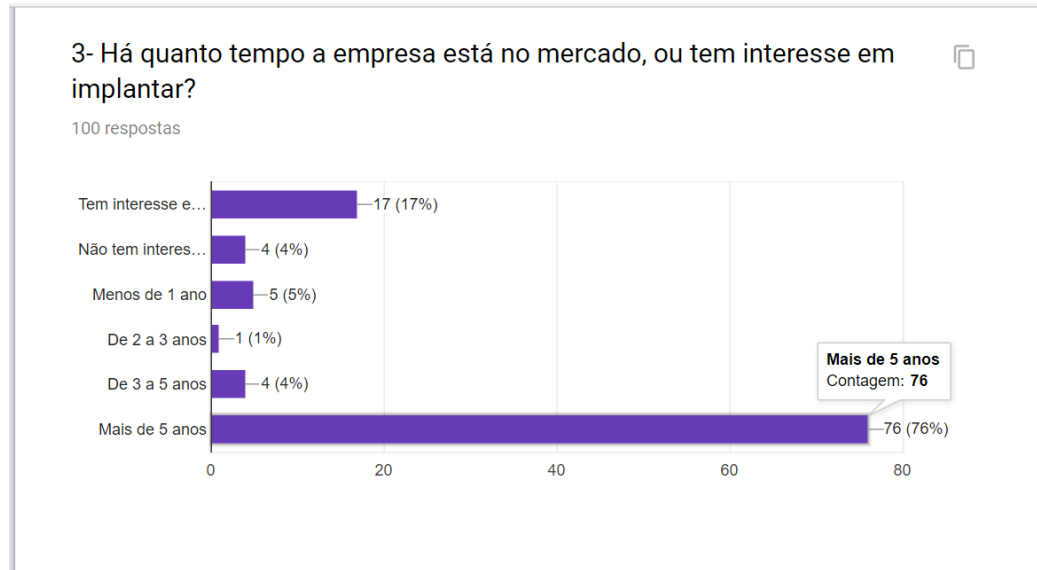
Gráfico 2 - Porte da Empresa



Fonte: Autor: Questionário da pesquisa

Como se pode observar no gráfico acima, 99 pessoas responderam à questão, cerca de 74,7% consideram a empresa que trabalham de médio porte, sendo seguido pelas micro e pequenas empresas com 16,2% e por último as grandes empresas com 9,1%.

Gráfico 3 - Tempo que a empresa está no mercado, ou que tem interesse em implantar

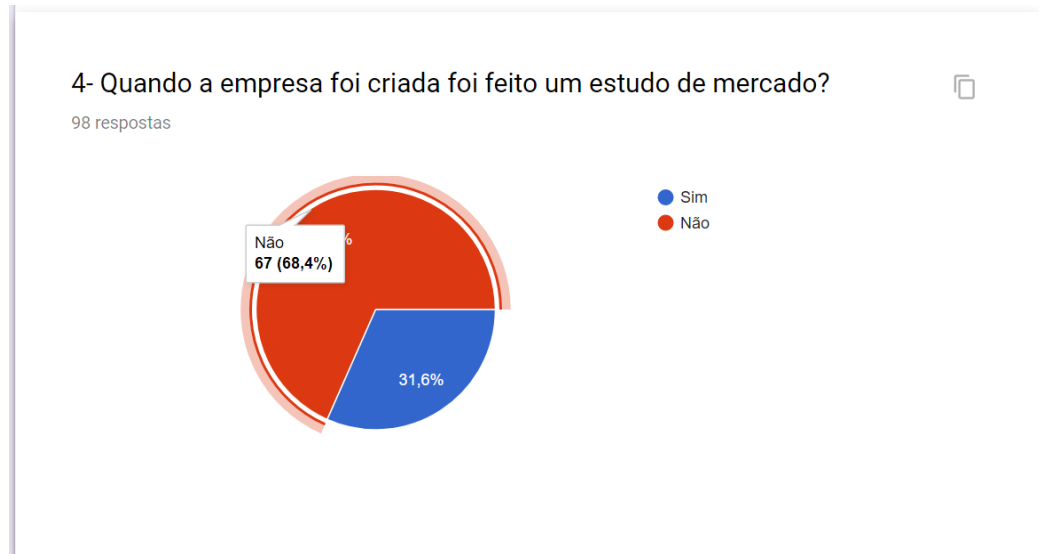


Fonte: Autor: Questionário da pesquisa

Verifica-se no gráfico acima que a maioria dos respondentes 76%, assinalaram a opção “Mais de 5 anos” que a empresa se encontra no mercado, isso em detrimento de se ter um número expressivo de empresas sólidas na cidade.

Nota-se também que 17% responderam que tem interesse em implantar uma empresa, esse percentual pode parecer pequeno, mas já é um bom número de possíveis clientes quando comparado a quantidade de habitantes na cidade de Videira/SC (população estimada em 52.066 pessoas – ano: 2017 – Fonte: IBGE)

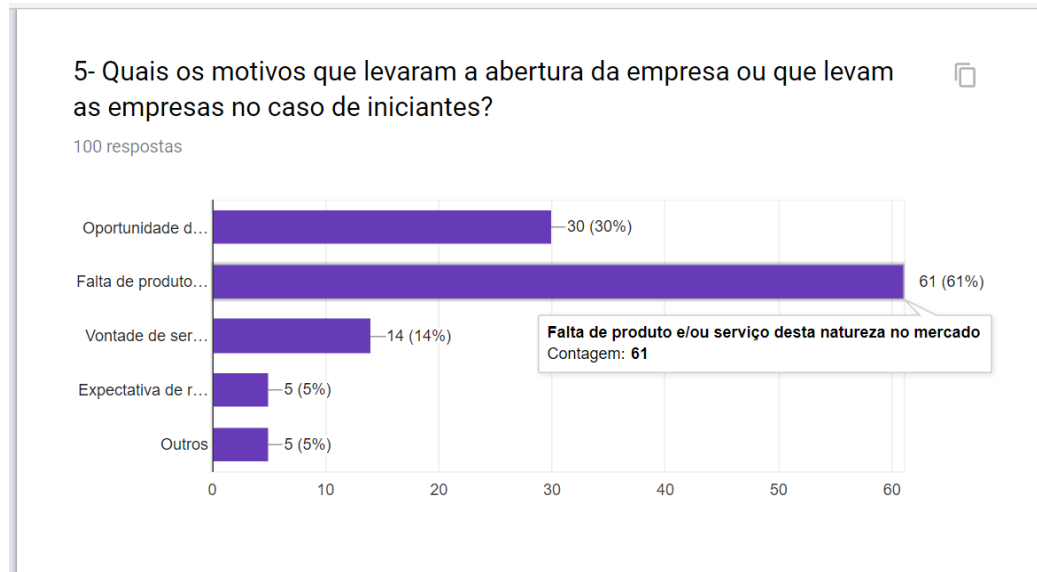
Gráfico 4 - Realização de um estudo de mercado na abertura de empresas



Fonte: Autor: Questionário da pesquisa

Ao serem questionados a respeito da realização de um estudo antecipado de mercado nas empresas as quais colaboram, a maioria dos entrevistados, 68,4% responderam que não é realizado ou que não foi realizado. Desse modo, chega-se à conclusão de que muitas empresas acabam demorando mais para atingir suas metas – seja por falta de não conhecer realmente quem são o público-alvo, os concorrentes, fornecedores, etc - ou mesmo fechando em pouco tempo, por se tornarem insustentáveis.

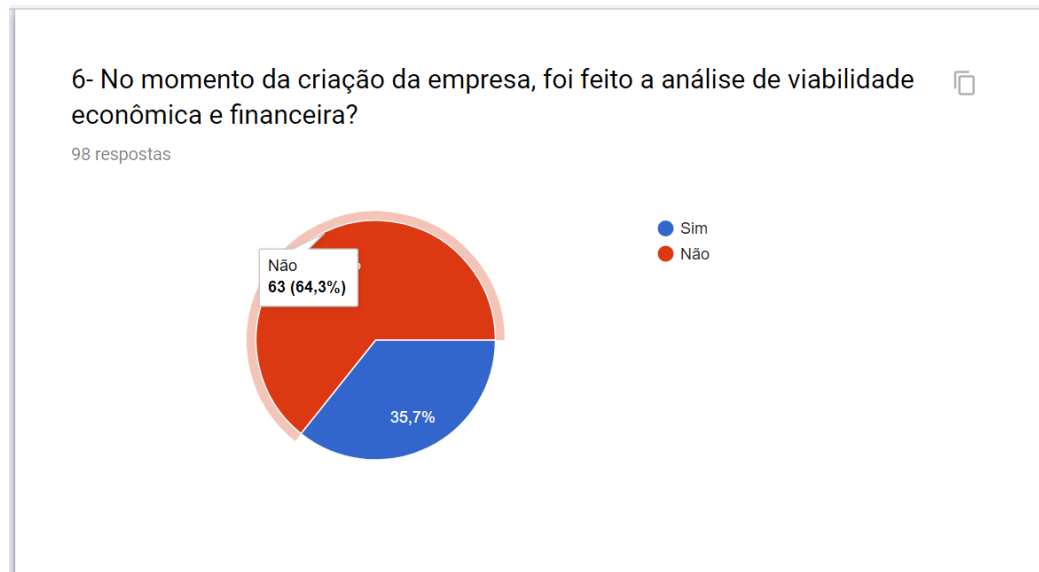
Gráfico 5 - Motivos que levaram a abertura ou que levam as empresas no caso de iniciantes



Fonte: Autor: Questionário da pesquisa

Pode ser observado nessa indagação, uma porcentagem expressiva de pessoas que assinalaram como sendo o principal motivo que levam a abertura das empresas, a falta de produto e ou serviço no mercado, sendo seguido pela oportunidade de negócio e pela vontade de ser empreendedor.

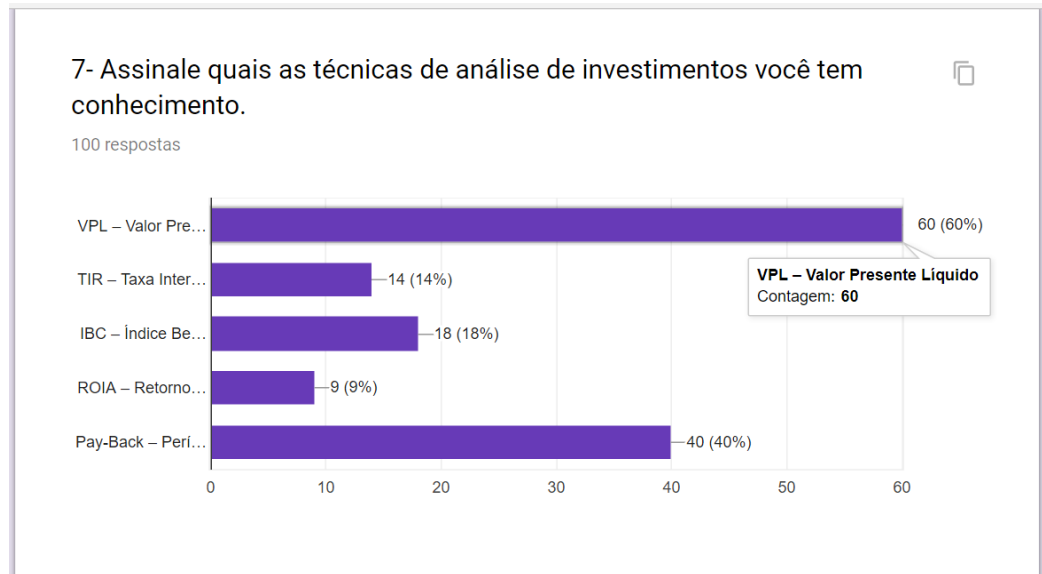
Gráfico 6 - Análise de viabilidade econômica e financeira, no momento da abertura da empresa



Fonte: Autor: Questionário da pesquisa

Analisando o gráfico acima, observa-se que 64,3% dos entrevistados informaram que não foi realizado na criação da empresa uma análise de viabilidade econômica e financeira. Esse fato demonstra o porquê de muitas empresas terem somente prejuízos, pelo fato de não terem realizado uma projeção de retorno sobre seu investimento. Uma análise bem elaborada auxilia e muito na tomada de decisões, se precavendo de imprevistos e conhecendo melhor o mercado.

Gráfico 7 - Técnicas de análise de investimento



Fonte: Autor: Questionário da pesquisa

Pode ser observado na exposição dos dados acima, que muitas pessoas desconhecem a maioria das técnicas de análise de investimentos listadas. A técnica de maior conhecimento assinalada foi a VPL, com 60 marcações. De acordo com Prates, 2016, o Valor Presente Líquido é um dos métodos mais conhecidos e utilizados para análise de viabilidade econômica de projetos de investimentos.

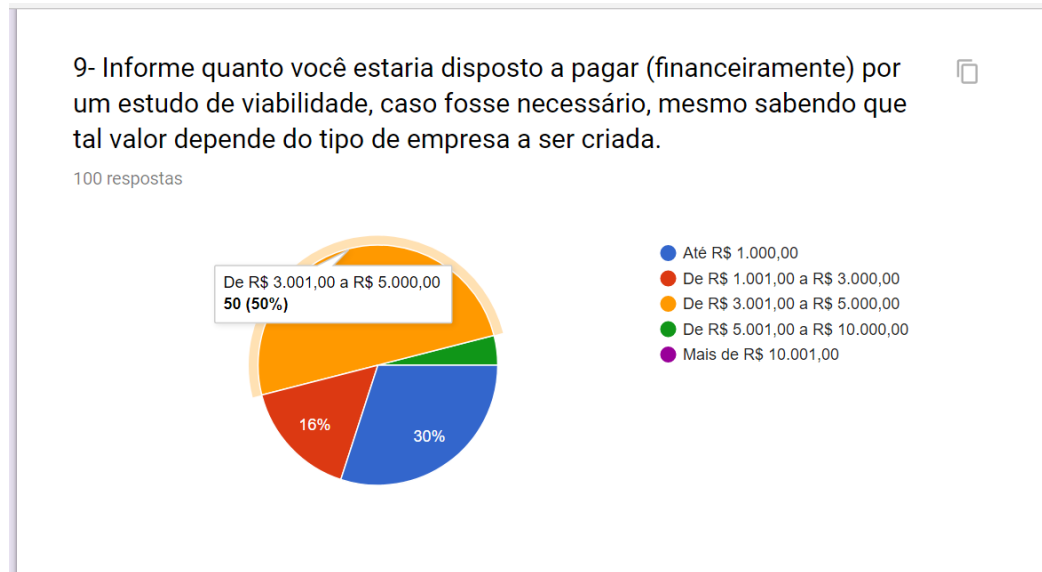
Gráfico 8 - Recomendação de uma análise de viabilidade econômica aos empreendedores antes da implantação da empresa



Fonte: Autor: Questionário da pesquisa

Explorando o gráfico acima, chega-se a conclusão de que os profissionais que responderam o questionário tem ciência da importância de um estudo de viabilidade, e que caso fossem empreender com certeza buscariam um profissional para realização dessa análise.

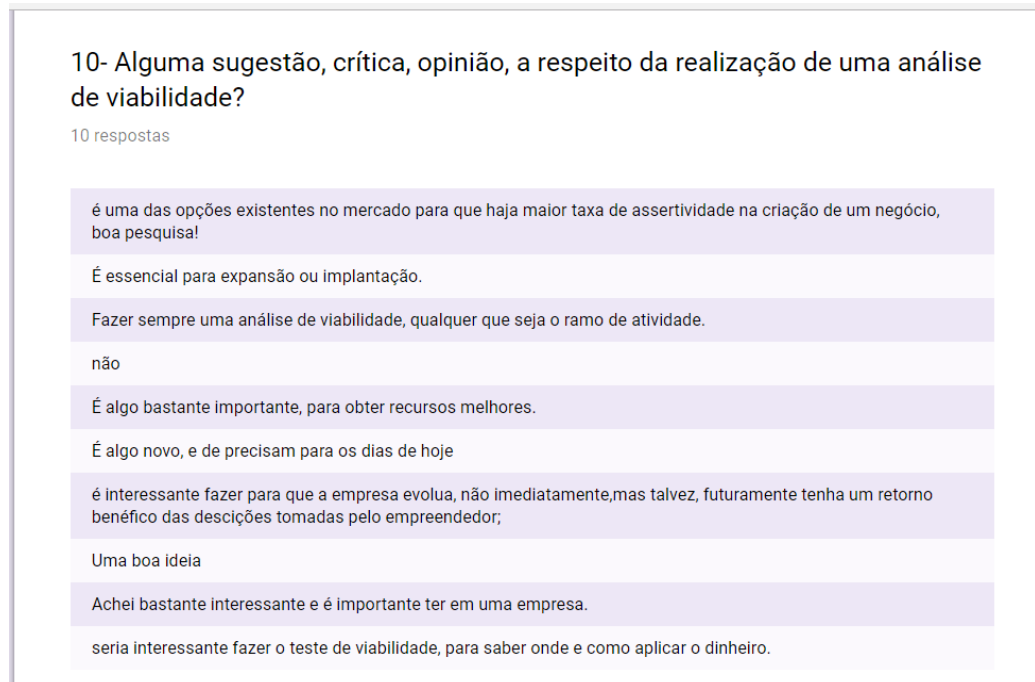
Gráfico 9 - Disposição de pagamento por um estudo de viabilidade



Fonte: Autor: Questionário da pesquisa

De acordo com exposto acima, nota-se que metade dos entrevistados optaram por despendar de R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00 para realização de um estudo de viabilidade. Por um lado pode ser considerado um bom valor, no entanto, deve ser levado em consideração outros fatores, como por exemplo, a abrangência e o tempo de trabalho consumido.

Gráfico 10 - Sugestões, críticas, opiniões a respeito da realização de uma análise de viabilidade



Fonte: Autor: Questionário da pesquisa

Com base nas respostas apresentadas, verifica-se que foram poucas, porém deixam claro a importância da realização do estudo.

Desse modo, com base no questionário da pesquisa, no próximo capítulo será abordado um estudo com a finalidade de encontrar a viabilidade ou não para a empresa em questão.

4 VERIFICANDO A VIABILIDADE

A atividade de consultoria está a cada dia mais presente no mercado e a procura por estes profissionais vem ganhando espaço nas organizações. No entanto, uma dúvida que surge é em relação ao custo dos serviços prestados. De acordo com o portal Carreira & Sucesso, publicação digital da Catho (2012), afirma que poderia ser cobrado o valor por hora de serviço ou importância do trabalho, conforme citação abaixo:

Especialistas afirmam que um consultor em início de carreira cobra em torno de R\$ 20 por hora. Por outro lado, o profissional deve levar em consideração alguns critérios para definir um honorário justo para ambas as partes e que chame atenção das empresas. A reputação no mercado, formação acadêmica, currículo e até mesmo a presença na mídia são pontos cruciais que definem e valorizam o profissional.

Outra questão que pode ser observada para decidir sobre o custo da consultoria é a importância do trabalho que será realizado e os resultados que a consultoria proporcionará à empresa contratante, ou seja, o quanto o consultor irá contribuir para redução de custos ou mesmo em ganhos de produtividade ao seu cliente.

Ainda de acordo com o portal Carreira & Sucesso, publicação digital da Catho (2012), outro fator determinante para decidir quanto cobrar pela consultoria é a despesa que o profissional terá com suas necessidades de trabalho e o quanto isso pode interferir no orçamento final.

Entretanto, o faturamento pode ser calculado por projeto, estimando um valor a ser pago; mensalidade, acertando com a organização um pacote de horas e cobrando por ele; ou também por meio da participação nos resultados, que nesse último pode se tornar o mais rentável, no entanto, também corre-se o risco de não receber caso a empresa não apresente os retornos planejados.

Desse modo, em conformidade com a análise dos dados coletados e com base no que explica o portal Carreira & Sucesso, será estimado um faturamento mensal em torno de R\$ 10.000,00 levando em consideração a disposição de pagamento que foi a com maior percentual (R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00) e pelo qual serão oportunizadas por volta de 5 análises de empreendimentos. O salário inicial do administrador será no valor de R\$ 937,00 correspondente a um salário mínimo.

A partir de agora serão demonstrados os dados em quadros, desde os investimentos iniciais até os indicadores para avaliação da viabilidade ou não do projeto.

4.1 PLANEJAMENTO FINANCEIRO

4.1.1 Estimativa dos investimentos

O investimento inicial será efetuado a partir de capital próprio do sócio, que totaliza R\$ 50.000,00. Os valores serão distribuídos da seguinte forma:

Quadro 1: Investimentos Iniciais

Descrição	Valor
Regularização da empresa	2.500,00
Aluguel do Ponto Comercial	900,00
Compra de Equipamentos	6.600,00
Compra de Moveis e Utensílios	5.000,00
Despesas Operacionais (Água, Luz, telefone, internet, combustível, propaganda, etc)	2.000,00
Carro	23.000,00
Capital de Giro	10.000,00
TOTAL	50.000,00

Fonte: O autor

4.1.2 Depreciação

Abaixo estão demonstrados os bens que serão depreciados.

Quadro 2 - Depreciação

Descrição	Vida útil	Dep. Mês	Dep. Anual	Valor Residual
Equipamentos	10	38,33	460,00	2.000,00
Móveis e Utensílios	10	29,17	350,00	1.500,00
Carro	5	216,67	2.600,00	10.000,00
TOTAL		284,17	3.410,00	13.500,00

Fonte: O autor

4.1.3 Estimativa de faturamento (mensal)

Agora será demonstrada a estimativa de faturamento mensal da consultoria.

Quadro 3 - Previsão de faturamento Janeiro

PREVISÃO DE FATURAMENTO JANEIRO			
Item	Previsão de Venda	Valor Unitário	Total
Projeto A	1	4000	4.000,00
Projeto B	2	2500	5.000,00
Projeto C	1	1000	1.000,00
FATURAMENTO TOTAL DE JANEIRO			10.000,00

Fonte: O autor

Quadro 4 - Previsão de faturamento Fevereiro

PREVISÃO DE FATURAMENTO FEVEREIRO			
Item	Previsão de Venda	Valor Unitário	Total
Projeto A	2	3500	7.000,00
Projeto B	2	2500	5.000,00
Projeto C	1	1000	1.000,00
FATURAMENTO TOTAL DE FEVEREIRO			13.000,00

Fonte: O autor

Quadro 5 - Previsão de Faturamento Março

PREVISÃO DE FATURAMENTO MARÇO			
Item	Previsão de Venda	Valor Unitário	Total
Projeto A	1	4000	4.000,00
Projeto B	1	2500	2.500,00
Projeto C	1	1000	1.000,00
FATURAMENTO TOTAL DE MARÇO			7.500,00

Fonte: O autor

Quadro 6 - Previsão de faturamento Abril

PREVISÃO DE FATURAMENTO ABRIL			
Item	Previsão de Venda	Valor Unitário	Total
Projeto A	2	3500	7.000,00
Projeto B	1	2500	2.500,00
Projeto C	1	1000	1.000,00
FATURAMENTO TOTAL DE ABRIL			10.500,00

Fonte: O autor

Quadro 7 - Previsão de faturamento Maio

PREVISÃO DE FATURAMENTO MAIO			
Item	Previsão de Venda	Valor Unitário	Total
Projeto A	2	4000	8.000,00
Projeto B	1	2500	2.500,00
Projeto C	2	1000	2.000,00
FATURAMENTO TOTAL DE MAIO			12.500,00

Fonte: O autor

Quadro 8 - Previsão de faturamento Junho

PREVISÃO DE FATURAMENTO JUNHO			
Item	Previsão de Venda	Valor Unitário	Total
Projeto A	2	4000	8.000,00
Projeto B	2	2500	5.000,00
Projeto C	2	1000	2.000,00
FATURAMENTO TOTAL DE JUNHO			15.000,00

Fonte: O autor

Quadro 9 - Previsão de faturamento Julho

PREVISÃO DE FATURAMENTO JULHO			
Item	Previsão de Venda	Valor Unitário	Total
Projeto A	1	4500	4.500,00
Projeto B	1	3000	3.000,00
Projeto C	2	1000	2.000,00
FATURAMENTO TOTAL DE JULHO			9.500,00

Fonte: O autor

Quadro 10 - Previsão de faturamento Agosto

PREVISÃO DE FATURAMENTO AGOSTO			
Item	Previsão de Venda	Valor Unitário	Total
Projeto A	1	4500	4.500,00
Projeto B	2	2750	5.500,00
Projeto C	2	1000	2.000,00
FATURAMENTO TOTAL DE AGOSTO			12.000,00

Fonte: O autor

Quadro 11 - Previsão de faturamento Setembro

PREVISÃO DE FATURAMENTO SETEMBRO			
Item	Previsão de Venda	Valor Unitário	Total
Projeto A	3	3500	10.500,00
Projeto B	2	2750	5.500,00
Projeto C	2	1000	2.000,00
FATURAMENTO TOTAL DE SETEMBRO			18.000,00

Fonte: O autor

Quadro 12 - Previsão de faturamento Outubro

PREVISÃO DE FATURAMENTO OUTUBRO			
Item	Previsão de Venda	Valor Unitário	Total
Projeto A	1	5000	5.000,00
Projeto B	2	3000	6.000,00
Projeto C	3	1000	3.000,00
FATURAMENTO TOTAL DE OUTUBRO			14.000,00

Fonte: O autor

Quadro 13 - Previsão de faturamento Novembro

PREVISÃO DE FATURAMENTO NOVEMBRO			
Item	Previsão de Venda	Valor Unitário	Total
Projeto A	1	4000	4.000,00
Projeto B	2	2500	5.000,00
Projeto C	1	1000	1.000,00
FATURAMENTO TOTAL DE NOVEMBRO			10.000,00

Fonte: O autor

Quadro 14 - Previsão de faturamento Dezembro

PREVISÃO DE FATURAMENTO DEZEMBRO			
Item	Previsão de Venda	Valor Unitário	Total
Projeto A	0	4000	0,00
Projeto B	2	3000	6.000,00
Projeto C	1	1000	1.000,00
FATURAMENTO TOTAL DE DEZEMBRO			7.000,00

Fonte: O autor

Quadro 15 - Previsão de faturamento do ano

PREVISÃO DE FATURAMENTO DO ANO			
Item	Previsão de Venda	Valor Unitário	Total
Projeto A	17	3912	66.500,00
Projeto B	20	2675	53.500,00
Projeto C	19	1000	19.000,00
	56	7587	
FATURAMENTO TOTAL ANUAL			139.000,00

Fonte: O autor

4.1.4 Estimativa de faturamento (anual)

Abaixo está demonstrada uma projeção anual de vendas.

Quadro 16 - Projeção de Vendas

Período	Venda	Valor Unit.	Venda Total
	(Qtd dos serviços)	(R\$ Médio dos Serviços)	(R\$)
Ano 1	56	2.482,14	139.000,00
Ano 2	68	2.794,12	190.000,00
Ano 3	77	3.246,75	250.000,00
Ano 4	85	3.411,76	290.000,00
Ano 5	99	3.494,95	346.000,00
Ano 6	110	3.545,45	390.000,00
Ano 7	100	3.650,00	365.000,00
Ano 8	105	3.809,52	400.000,00
Ano 9	96	3.958,33	380.000,00
Ano 10	90	3.888,89	350.000,00
TOTAL			3.100.000,00

Fonte: O autor

4.1.5 Orçamento dos Custos Diretos dos Serviços

Quadro 17 – Orçamento anual dos Custos Diretos dos Serviços

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
<i>Projetos</i>					
Mão de obra direta	55.600,00	76.000,00	100.000,00	116.000,00	138.400,00
Outros	10.000,00	20.000,00	30.000,00	35.000,00	40.000,00
TOTAL	65.600,00	96.000,00	130.000,00	151.000,00	178.400,00

Fonte: O autor

Quadro 18 - Continuação orçamento anual dos Custos Diretos dos Serviços

Descrição	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
<i>Projetos</i>					
Mão de obra direta	156.000,00	146.000,00	160.000,00	152.000,00	140.000,00
Outros	45.000,00	37.000,00	50.000,00	40.000,00	33.000,00
TOTAL	201.000,00	183.000,00	210.000,00	192.000,00	173.000,00

Fonte: O autor

O objetivo do quadro é levantar os custos diretamente ligados ao serviço.

4.1.6 Estimativa de despesas administrativas e de vendas

Abaixo estão demonstradas todas as despesas voltadas ao processo administrativo e de vendas. Todas essas despesas não estão ligadas diretamente ao serviço de consultoria.

Quadro 19 – Orçamento anual de despesas administrativas / vendas

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Telefone / Internet	2.400,00	2.600,00	2.700,00	2.800,00	2.900,00
Aluguel	10.800,00	11.300,00	11.500,00	11.900,00	12.200,00
Despesas com Vendas	8.000,00	9.000,00	10.000,00	12.000,00	12.000,00
Pró-labore	15.000,00	18.000,00	20.000,00	22.000,00	24.000,00
Energia Elétrica / Água	1.080,00	1.200,00	1.300,00	1.400,00	1.500,00
Outras	6.000,00	8.000,00	9.000,00	10.000,00	11.000,00
TOTAL	43.280,00	50.100,00	54.500,00	60.100,00	63.600,00

Fonte: O autor

Quadro 20 - Continuação - Orçamento anual de despesas administrativas/ vendas

Descrição	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
Telefone / Internet	3.000,00	3.100,00	3.200,00	3.300,00	3.400,00
Aluguel	12.400,00	12.600,00	12.900,00	13.200,00	13.500,00
Despesas com Vendas	13.000,00	12.000,00	13.500,00	11.500,00	10.000,00
Pró-labore	26.000,00	28.000,00	30.000,00	32.000,00	34.000,00
Energia Elétrica / Água	1.600,00	1.700,00	1.800,00	1.850,00	1.900,00
Outras	12.000,00	13.000,00	14.000,00	15.000,00	16.000,00
TOTAL	68.000,00	70.400,00	75.400,00	76.850,00	78.800,00

Fonte: O autor

4.1.7 Estimativa de despesas tributárias

Abaixo estão demonstradas as despesas tributárias.

Quadro 21 - Orçamento de despesas tributárias

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Simplex Nacional	23.532,70	33.668,00	44.300,00	51.388,00	61.311,20
INSS (Pró-labore)	1.650,00	1.980,00	2.200,00	2.420,00	2.640,00
TOTAL	25.182,70	35.648,00	46.500,00	53.808,00	63.951,20
Descrição	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
Simplex Nacional	71.877,00	67.269,50	73.720,00	70.034,00	62.020,00
INSS (Pró-labore)	2.860,00	3.080,00	3.300,00	3.520,00	3.740,00
TOTAL	74.737,00	70.349,50	77.020,00	73.554,00	65.760,00

Fonte: O Autor

4.1.8 Estimativa de despesas financeiras

As despesas financeiras referem-se as tarifas com manutenção de conta corrente, juros com a utilização do limite, entre outros. Abaixo estão demonstradas as despesas financeiras.

Quadro 22 - Orçamento de despesas financeiras

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Manutenção conta corrente	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Outras	53,20	58,52	63,84	69,16	74,48
TOTAL	173,20	178,52	183,84	189,16	194,48
Descrição	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
Manutenção conta corrente	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Outras	79,80	85,12	90,44	95,76	101,08
TOTAL	199,80	205,12	210,44	215,76	221,08

Fonte: O autor

4.1.9 Fluxo de Caixa

O fluxo de caixa tem por finalidade demonstrar as movimentações financeiras que ocorrerão na empresa. Abaixo está projetado o fluxo de caixa da empresa.

Quadro 23 - Fluxo de Caixa

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Saldo Inicial	10.000,00	14.764,10	22.837,58	41.653,74	66.556,58
Recebimentos	139.000,00	190.000,00	250.000,00	290.000,00	346.000,00
Vendas de serviços	139.000,00	190.000,00	250.000,00	290.000,00	346.000,00
Pagamentos	134.235,90	181.926,52	231.183,84	265.097,16	306.145,68
Custos Diretos de Serviços	65.600,00	96.000,00	130.000,00	151.000,00	178.400,00
Despesas Administrativas	43.280,00	50.100,00	54.500,00	60.100,00	63.600,00
Despesas Tributárias	25.182,70	35.648,00	46.500,00	53.808,00	63.951,20
Despesas Financeiras	173,20	178,52	183,84	189,16	194,48
Saldo Final de Caixa	14.764,10	22.837,58	41.653,74	66.556,58	106.410,90
Resultado de Caixa	4.764,10	8.073,48	18.816,16	24.902,84	39.854,32
Descrição	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
Saldo Inicial	106.410,90	152.474,10	193.519,48	230.889,04	268.269,28
Recebimentos	390.000,00	365.000,00	400.000,00	380.000,00	350.000,00
Vendas de Serviços	390.000,00	365.000,00	400.000,00	380.000,00	350.000,00
Pagamentos	343.936,80	323.954,62	362.630,44	342.619,76	317.781,08
Custos Diretos de Serviços	201.000,00	183.000,00	210.000,00	192.000,00	173.000,00
Despesas Administrativas	68.000,00	70.400,00	75.400,00	76.850,00	78.800,00
Despesas Tributárias	74.737,00	70.349,50	77.020,00	73.554,00	65.760,00
Despesas Financeiras	199,80	205,12	210,44	215,76	221,08
Saldo Final de Caixa	152.474,10	193.519,48	230.889,04	268.269,28	300.488,20
Resultado de Caixa	46.063,20	41.045,38	37.369,56	37.380,24	32.218,92

Fonte: O autor

4.1.10 Demonstrativo de Resultado

Abaixo está demonstrado a projeção dos resultados apurados.

Quadro 24 - Demonstração de Resultado

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita Bruta com Vendas	139.000,00	190.000,00	250.000,00	290.000,00	346.000,00
(-) Deduções da Receita Bruta	25.182,70	35.648,00	46.500,00	53.808,00	63.951,20
Receita Líquida com Vendas	113.817,30	154.352,00	203.500,00	236.192,00	282.048,80
(-) Custo dos Produtos Vendidos	65.600,00	96.000,00	130.000,00	151.000,00	178.400,00
Resultado Bruto Operacional	48.217,30	58.352,00	73.500,00	85.192,00	103.648,80
Despesas Operacionais	43.280,00	50.100,00	54.500,00	60.100,00	63.600,00
Despesas Administrativas / Vendas	43.280,00	50.100,00	54.500,00	60.100,00	63.600,00
Resultado Operacional Líquido	4.937,30	8.252,00	19.000,00	25.092,00	40.048,80
Resultado Não Operacional	173,20	178,52	183,84	189,16	194,48
Despesas Financeiras	173,20	178,52	183,84	189,16	194,48
Resultado Líquido	4.764,10	8.073,48	18.816,16	24.902,84	39.854,32
Descrição	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
Receita Bruta com Vendas	390.000,00	365.000,00	400.000,00	380.000,00	350.000,00
(-) Deduções da Receita Bruta	74.737,00	70.349,50	77.020,00	73.554,00	65.760,00
Receita Líquida com Vendas	315.263,00	294.650,50	322.980,00	306.446,00	284.240,00
(-) Custo dos Produtos Vendidos	201.000,00	183.000,00	210.000,00	192.000,00	173.000,00
Resultado Bruto Operacional	114.263,00	111.650,50	112.980,00	114.446,00	111.240,00
Despesas Operacionais	68.000,00	70.400,00	75.400,00	76.850,00	78.800,00
Despesas Administrativas / Vendas	68.000,00	70.400,00	75.400,00	76.850,00	78.800,00
Resultado Operacional Líquido	46.263,00	41.250,50	37.580,00	37.596,00	32.440,00
Resultado Não Operacional	199,80	205,12	210,44	215,76	221,08
Despesas Financeiras	199,80	205,12	210,44	215,76	221,08
Resultado Líquido	46.063,20	41.045,38	37.369,56	37.380,24	32.218,92

Fonte: O autor

Analisando o quadro pode se constatar que, em todos os anos obteve-se lucro, ponto positivo para o projeto.

4.1.11 Indicadores de Viabilidade

Abaixo está demonstrado os principais indicadores de viabilidade.

Quadro 25 - Indicadores da Viabilidade Econômico-Financeira

	DRE	Fluxo de Caixa
Investimentos Iniciais	(50.000,00)	(50.000,00)
Retorno ano 1	4.764,10	4.764,10
Retorno ano 2	8.073,48	8.073,48
Retorno ano 3	18.816,16	18.816,16
Retorno ano 4	24.902,84	24.902,84
Retorno ano 5	39.854,32	39.854,32
Retorno ano 6	46.063,20	46.063,20
Retorno ano 7	41.045,38	41.045,38
Retorno ano 8	37.369,56	37.369,56
Retorno ano 9	37.380,24	37.380,24
Retorno ano 10	32.218,92	32.218,92
Taxa Média de Retorno (TMR)	58,10%	58,10%
Valor Presente Líquido (VPL - TMA 12%)	93.373,53	93.373,53
Taxa Interna de Retorno (TIR)	36,15%	36,15%
Índice Benefício Custo (IBC)	2,87	2,87
Retorno Adicional sobre o investimento (ROIA)	11,12%	11,12%
Pay-back (aproximadamente)	4,45 Anos	4,45 Anos
Lucratividade (Ano 1)	3,43%	3,43%
Rentabilidade (Ano 1)	9,53%	9,53%

Fonte: O autor

A partir dos resultados acima observa-se o seguinte:

TMR: O projeto analisado demonstra uma taxa média anual de 58,10% de retorno do investimento inicial.

VPL: Apresenta um valor de R\$ 93.373,53 já descontado o custo de capital, isto significa, que o investimento inicial será recuperado com os retornos de caixa estimados.

TIR: Determina 36,15% efetivos de retorno do capital investido.

IBC: Apresenta um valor de 2,87, demonstrando que para cada R\$ 1,00 investido retira-se R\$ 1,87.

ROIA: Representa um ganho de 11,12% anuais além da TMA (Taxa Média de Atratividade, definida como 12%).

Pay-back: Estima o retorno do capital investido para 4 anos 5 meses e 12 dias, considerando as atualizações financeiras.

5 CONCLUSÃO

Realizar uma análise de viabilidade é fator primordial para todo e qualquer empreendimento. Com o surgimento de novas empresas e com as inúmeras mudanças que vem ocorrendo no mercado, encontram-se várias oportunidades para o desenvolvimento de projetos que visam auxiliar empreendedores desde o nascimento ou até reformulações de práticas das organizações.

Todo empreendimento possui riscos, no entanto empreender sem um bom planejamento, é estar assumindo um risco, o qual poderia ser evitado. Com um bom estudo de mercado, elaboração de um plano de negócios, pode até não ser a garantia de sucesso, no entanto irá auxiliar, dentre outras coisas, na tomada de decisões.

Após a análise dos indicadores percebe-se que, uma empresa de consultoria seria uma boa oportunidade de negócio, pois por exemplo comparando com uma aplicação de um título privado (CDB) com uma TMA de 10%, observa-se um retorno do investimento de quase o quadruplo. Além disso, uma oportunidade que pode ser aproveitada para o negócio é em relação a expansão econômica da cidade. E outro fator muito importante refere-se ao ponto comercial, no projeto, foi calculado pagando-se aluguel, no entanto, se caso já possuir uma sala comercial eleva-se muito a sua rentabilidade e lucratividade.

Em vista dos argumentos apresentados, pode-se concluir que os objetivos iniciais do presente estudo foram atingidos e que este projeto empresarial se mostra como uma excelente oportunidade de negócio, com grande potencial de retorno sobre o investimento.

REFERÊNCIAS

BASTOS, Marcelo. Análise SWOT (Matriz) – Conceito e aplicação. Disponível em: <<http://www.portal-administracao.com/2014/01/analise-swot-conceito-e-aplicacao.html>>. Acesso em: 16 dez. 2016.

BRESCIANI, Jaison da Silva. Técnicas de Análise de Investimento. Elaboração e Análise de Projetos, 2015. 07 p.

CAMLOFFSKI, Rodrigo. Análise de Investimento e viabilidade financeira das empresas / Rodrigo Camloffski. – São Paulo: Atlas, 2014. 124 p.

CARREIRA & SUCESSO. CATHO. Como cobrar uma consultoria. Disponível em: <<https://www.catho.com.br/carreira-sucesso/noticias/como-cobrar-uma-consultoria>>. Acesso em 08 dez 2017.

FERNANDES, Gilberto Junior. Critérios de Seleção de Investimentos. Disponível em: < <http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/criterios-de-selecao-de-investimentos/49894/>>. Acesso em: 24 dez. 2016.

GALLON, Alessandra Vasconcelos et al. Utilização da Análise de Investimento nas Empresas de Tecnologia do Vale do Itajaí/SC. Disponível em: < <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/DCT547.pdf>>. Acesso em: 28 dez. 2016.

IBGE. Panorama cidade Videira. População estimada (2017). Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/videira/panorama>>. Acesso em: 15 nov. 2017.

KUHNEN, Osmar Leonardo; BAUER, Udibert Reinoldo. Matemática Financeira aplicada e Análise de Investimentos. São Paulo: Atlas, 1996.

KUSTER, Edison. Projetos empresariais: elaboração e análise de viabilidade. / Edison Kuster, Fabiane Christina Kuster. / Curitiba: Juruá, 2013. 164 p.

PINHO, Prof. Cíntia. Gerar Índice de ilustrações - colocar legenda imagens, gráficos, etc - ABNT - Word - Parte 6. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=py3EwsFVedc>>. Acesso em: 09 dez. 2017.

POS GRADUANDO. Frases célebres para monografias, dissertações e teses. Disponível em: <<http://posgraduando.com/frases-celebres-para-monografias-dissertacoes-e-teses>>. Acesso em 21 nov. 2017.

PRATES, Wladimir Ribeiro. O que é VPL (Valor Presente Líquido)? Disponível em: <<http://www.wrprates.com/o-que-e-vpl-valor-presente-liquido>>. Acesso em: 15 nov. 2017.

ROVER, Ardinete. Diretrizes para elaboração de trabalhos científicos / Ardinete Rover, Débora Diersmann Silva Pereira. – Joaçaba: Editora Unoesc, 2016. 140 p.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). Como montar um escritório de consultoria (2012). Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-escritorio-de-consultoria,4c187a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 15 nov. 2017.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). O início de um novo negócio – Um alerta ao empreendedor (2004). Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/B D9542E6A53D191A0325714700665954/\\$File/NT00031FEE.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/B D9542E6A53D191A0325714700665954/$File/NT00031FEE.pdf)>. Acesso em: 26 dez. 2016.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). Pesquisa de Mercado: o que é e para que serve (2016). Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/pesquisa-de-mercado-o-que-e-e-para-que-serve,97589f857d545410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 12 dez. 2016.

APÊNDICES

APENDICE A – Questionário de Pesquisa

Questionário de pesquisa aplicado a gestores, empreendedores e demais profissionais do ramo.

01) Qual o ramo da atividade da empresa?

Comércio Indústria Prestação de Serviços

02) Qual o porte da empresa?

Micro/pequena Média Grande

03) Há quanto tempo a empresa está no mercado, ou tem interesse em implantar?

Tem interesse em implantar Não tem interesse em implantar

Menos de 1 ano De 2 a 3 anos De 3 a 5 anos Mais de 5 anos

04) Quando a empresa foi criada foi feito um estudo de mercado?

Sim Não

05) Quais os motivos que levaram a criar a empresa ou que levam as empresas no caso de iniciantes?

Oportunidade de negócio

Falta de produto e/ou serviço desta natureza no mercado

Vontade de ser empreendedor

Fazer uma renda extra

Outro, qual? _____

06) No momento da criação da empresa, foi feito a análise de viabilidade econômica e financeira?

Sim Não

07) Assinale quais as técnicas de análise de investimentos você tem conhecimento.

VPL – Valor Presente Líquido

TIR – Taxa Interna de Retorno

IBC – Índice Benefício-Custo

ROIA – Retorno Adicionado ao Investimento

Pay-Back – Período de Recuperação do Investimento

08) Você recomendaria uma análise de viabilidade econômica aos empreendedores antes da implantação da sua empresa?

Sim Não

09) Informe quanto você estaria disposto a pagar (financeiramente) por um estudo de viabilidade, caso fosse necessário, mesmo sabendo que tal valor depende do tipo de empresa a ser criada.

Até R\$ 1.000,00

De R\$ 1.001,00 a R\$ 3.000,00

De R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00

De R\$ 5.001,00 a R\$ 10.000,00

Mais de R\$ 10.001,00

10) Alguma sugestão, crítica, opinião, a respeito da realização de uma análise de viabilidade?

ANEXOS

ANEXO A – Viabilidade para abertura de empresa



Viabilidade para abertura de empresa

Empresa com atividade de serviços de Consultoria em Gestão Empresarial

CNAE: 7020-4/00 – Atividades de Consultoria em Gestão Empresarial

Atividades que compreende:

- os serviços de assessoria, consultoria, orientação e assistência operacional para a gestão do negócio prestados a empresas e a outras organizações, em matéria de planejamento, organização, reengenharia, controle orçamentário, informação, gestão, etc.
- a definição de métodos e procedimentos de contabilidade geral, de contabilidade de custos, de controle de orçamentos
- a consultoria para a negociação entre empresas e seus trabalhadores
- a consultoria em relações públicas e comunicação, interna e externa
- a consultoria em logística de localização

Gastos com constituição da empresa

O valor para constituição da empresa de natureza jurídica LTDA é de R\$ 630,00.

Estão inclusos nesse valor, o Contrato Social da empresa devidamente registrado na JUCESC, inscrição no CNPJ junto à Receita Federal, inscrição nos Bombeiros e Prefeitura Municipal de Videira.

Não estão inclusas as taxas de alvarás municipal e dos Bombeiros que variam em torno de R\$400,00 anuais.

O valor dos honorários contábeis mensais R\$ 230,00.

Planejamento tributário

Realizado planejamento tributário com base um faturamento de R\$ 10.000,00 e salário de administrador no valor de R\$ 937,00 correspondente a um salário mínimo.

Lucro Presumido

Consultoria		PIS	COFINS	IRPJ	CSLL	ISS	Total
		0,65%	3,00%	4,80%	2,88%	3%	
Faturamento	10.000,00	65,00	300,00	480,00	288,00	300,00	1.433,00

Salário Administrador		INSS
		31%
Pro Labore	937,00	290,47
Total		290,47

Lucro Presumido recolheria um total de R\$ 1.723,47 de impostos e contribuições.

Simples Nacional

Consultoria		16,93%
Faturamento	10.000,00	1.693,00

Salário Administrador		INSS
		11%
Pro Labore	937,00	103,07
Total		103,07

Simples Nacional recolheria um total de R\$ 1.796,07 de impostos e contribuições.

Qualquer dúvida estou à disposição.

Fabricio Sinigaglia
Contador
CRC/SC 032957/O-0

ANEXO B – O que considerar num Plano de Negócios



O que considerar num Plano de Negócios?

Perguntas que devem ser respondidas pelo PN	Definições
Quais produtos ou serviços serão oferecidos ao mercado?	Esta é a primeira definição. Ela é a mais importante, pois condicionará todas as demais. O fundamento aqui é que os produtos ou serviços devem atender necessidades de pessoas ou empresas. No caso da idéia de produtos e serviços que você pensa oferecer, como descobrir se existe interesse de pessoas ou de empresas? O estudo do mercado, ou seja, da concorrência, dos fornecedores e dos clientes em potencial será a parte principal do seu projeto de empresa, do seu Plano de Negócios.
Como serão obtidos esses produtos ou serviços?	Se for produção própria, é necessário garantir o domínio tecnológico. Já existe esse domínio? Se não, como e onde obtê-lo? Se for por aquisição do mercado, é necessário identificar fornecedores e avaliar as condições de fornecimento. São adequadas ao seu negócio? Como agem seus futuros concorrentes? Produzem? Revendem? Terceirizam?
O que de melhor será oferecido?	Os trunfos da concorrência devem ser identificados. O que deve ser oferecido ao mercado que seja um diferencial? Que seja mais atrativo do que a concorrência já oferece? Qual vantagem será oferecida aos clientes para superar a concorrência? E quanto aos novos concorrentes, existe a possibilidade de surgir outros concorrentes de maior capacidade? Observe que sempre é possível ser melhor ou se igualar aos melhores concorrentes. Se o nível tecnológico igualar as empresas, supere em serviços agregados, isto é, no atendimento ao cliente.
Quem é e onde está o cliente?	O mercado comprador deve ser estimado, deve ser conhecido. Quem comprará seus produtos ou serviços? Por que comprarão seus produtos ou serviços? Qual será o volume? Com que frequência comprarão? Onde estão esses clientes? Como chegar até eles? Como influenciar sua decisão de compra? Qual volume mínimo de vendas poderá ser conseguido? Como será sustentado esse volume de vendas?

Onde será instalada a empresa?	As vendas ocorrerão na própria empresa ou através de representantes e distribuidores? Se diretamente na empresa, quais aspectos de localização devem ser considerados para facilitar a atração de clientes? Estacionamento para clientes é relevante? Existem restrições legais para instalação desse tipo de empresa na localidade escolhida?
Qual deve ser a competência dos dirigentes da empresa?	Que nível de conhecimento técnico é necessário para comandar esse negócio? Que habilidades devem ser desenvolvidas? Como adquirir experiência nesse ramo de negócio (se já não possui)? Qual deve ser o perfil de empresário nesse ramo de negócio? Como desenvolver esse perfil?
Como será a empresa?	Para esse tipo de negócio, que estrutura de operação adotar? Quais as responsabilidades de cada um? O que será exigido de cada funcionário? Como serão treinados para cada função? Para a administração geral do negócio? Para a função comercial? Para as operações de produção, quando existirem? Para a gestão financeira? Como sistematizar essas funções para se integrem num processo de gestão ágil e econômico para esse tipo de negócio?
Que preço será cobrado?	Que necessidade de faturamento terá a empresa projetada? Quais serão seus custos? Quais serão suas possibilidades de preço? Que preços a concorrência pratica? Como superar os preços da concorrência? É importante superar os preços da concorrência? Qual lucro pode ser gerado?
Que resultado será obtido?	O formato de empresa projetado gerará lucro? Compensará o investimento? Que outras alternativas de formato empresarial podem ser adotadas?
Que investimento será necessário? Quando virão os resultados? Por quanto tempo será possível suportar movimento fraco?	Qual a previsão de gasto inicial? E nos primeiros meses de funcionamento? Já tem disponibilidade financeira? Necessitará de crédito adicional? Sócio é a opção escolhida para aumentar o capital? Qual o perfil do sócio ideal? Qual o papel de cada sócio?

