

FACULDADE EVANGÉLICA DE RUBIATABA

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PLANO DE NEGÓCIO: MATIAS CONSULTORIA

WANESSA MATIAS BATISTA

RUBIATABA – GO

2020

WANESSA MATIAS BATISTA

PLANO DE NEGÓCIO: MATIAS CONSULTORIA

Trabalho de conclusão do Curso de graduação apresentado a Faculdade Evangélica de Rubiataba como requisito para obtenção de título em Bacharel em Administração.

Orientador (a): Prof. Me. Maura S. S. de Paula.

RUBIATABA – GO

2020

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Matias, Wanessa Batista.

Plano de Negócios: Matias Consultoria [manuscrito] / Wanessa Matias Batista. – 2020.

59f: figs,quadro.

Orientadora: Prof. Me. Maura S. S. de Paula.

Inclui lista de figuras.

FOLHA DE APROVAÇÃO

PLANO DE NEGÓCIO: MATIAS CONSULTORIA

Plano de negócio apresentado a Faculdade Evangélica de Rubiataba, programa de graduação em Administração, 2020.

BANCA EXAMINADORA

Membros componentes da banca examinadora:

Presidente e Orientadora: Prof. Me. Maura S. S. de Paula.
Faculdade Evangélica de Rubiataba

Membro titular: Gilda Aparecida Nascimento.
Faculdade Evangélica de Rubiataba

Membro titular: Nalim Ribeiro Almeida da Cunha Duvallier.
Faculdade Evangélica de Rubiataba

DEDICATÓRIA

Dedico a minha mãe Deusmira Maria Batista e meu companheiro Elder Carlos Araújo.

Dedico a todos meus familiares que sempre me apoiaram e esteve junto em todos os momentos.

Dedico também aos colegas de classe que com o passar do tempo se tornaram amigos apoiando uns aos outros.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ser a minha força e ter me possibilitado chegar até aqui.

Agradeço a minha orientadora por todo profissionalismo, paciência e entusiasmo na realização desse Plano de negócio.

Agradeço também a todos meus professores no decorrer do curso que ajudaram a redescobrir meus sonhos e definir meus objetivos e metas.

EPIGRÁFE

Se alguém varre as ruas para viver, deve varrê-las como Michelângelo pintava, como Beethoven compunha, como Shakespeare escrevia.

Martin Luther King.

RESUMO

Esta pesquisa surgiu da identificação da oportunidade de se criar um novo negócio que, através da pesquisa de mercado, identificou o público alvo e a viabilidade do novo empreendimento. Esse novo empreendimento trará ao mercado de consultoria empresarial e marketing da cidade de Rubiataba-GO, inovação em qualidade de serviços prestados, acessibilidade para o cliente e dedicação total. O plano de negócio foi desenvolvido através das ideias de conceituados autores, tais como Dornelas (2011), Chiavenato (2012), Dolabela (2010) entre outros. Para a implantação do novo negócio foi feita uma pesquisa de campo aplicando um questionário para empreendedores locais detectando assim a necessidade de demanda do mercado, onde a ideia do negócio Matias Consultoria, irá oferecer aos seus clientes serviços na área de Recursos Humanos e Marketing. Levando em consideração a pesquisa de campo realizada, foi detectada a viabilidade do negócio que através do plano financeiro deixou evidente uma margem de contribuição de 98% com taxa de rentabilidade de 57% mensais do valor investido. O ponto de equilíbrio quantificado no plano financeiro foi superado em uma alta proporção pelo lucro líquido mensal obtido e evidenciação no Demonstrativo de Resultado do Exercício. A Matias Consultoria está sendo projetada para trazer um diferencial competitivo, focada em um determinado serviço e aperfeiçoando cada vez mais com cursos e treinamentos da parte da consultora, administradora e proprietária, visando a lucratividade e o envolvimento interpessoal efetivo e eficiente dos colaboradores de seus clientes resultando assim no almejado sucesso financeiro, pessoal e social.

Palavras Chaves: Consultoria; Recursos Humanos; Marketing; Serviços.

ABSTRACT

This research arose from the identification of the opportunity to create a new business that, through market research, identified the target audience and the viability of the new venture. This new venture will bring to the consultancy and business marketing market in the city of Rubiataba-GO, innovation in the quality of services provided, accessibility to the client and total dedication. The business plan was developed based on the ideas of renowned authors, such as Dornelas (2011), Chiavenato (2012), Dolabela (2010) among others. For the implementation of the new business, a field research was carried out by applying a questionnaire to local entrepreneurs, detecting the need for market demand, where the business idea Matias Consultoria will offer its clients services in the area of Human Resources and Marketing. In view of the field research carried out, the viability of the business was detected, which, through the financial plan, showed a contribution margin of 98% with a rate of return of 57% per month of the amount invested. The breakeven point quantified in the financial plan was largely surpassed by the monthly net income obtained and shown in the income statement for the year. Matias Consultoria is being designed to bring a competitive advantage, focused on a specific service and further improve it with courses and training by the consultant, administrator and owner, aiming at profitability and effective and efficient interpersonal involvement of customers. employees. thus resulting in the desired financial, personal and social success.

Key words: Consulting; Human Resources; Marketing; services.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figuras

Figura 1 Manual de consultoria empresarial.....	20
Figura 2 Layout da empresa.....	45
Figura 3 Fluxograma de prestação de serviços.....	48
Figura 4 Organograma.....	49

Gráficos

Gráfico 1 Tempo da empresa no mercado.....	31
Gráfico 2 Números de funcionários.....	32
Gráfico 3 Nível de satisfação.....	33
Gráfico 4 Pontos de melhoria desejado.....	33
Gráfico 5 Empresas que contratariam um serviço de consultoria.....	34
Gráfico 6 Área de contratação para um serviço de consultoria.....	35
Gráfico 7 Relação se foi contratado serviço de consultoria.....	36
Gráfico 8 Nível de satisfação com os resultados.....	36
Gráfico 9 Valores para serviços de consultoria.....	37

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Estimativas dos investimentos fixos e financeiros.....	49
Tabela 2	Estimativas do investimento pré-operacional.....	51
Tabela 3	Balanço patrimonial inicial.....	52
Tabela 4	Estimativa de faturamento mensal.....	52
Tabela 5	Estimativa de faturamento anual.....	53
Tabela 6	Estimativa de dedução da receita.....	53
Tabela 7	Estimativa de custo com material mensal.....	53
Tabela 8	Estimativa de custo com material anual.....	54
Tabela 9	Estimativa de custo com depreciação.....	54
Tabela 10	Estimativa de custo com mão de obra.....	55
Tabela 11	Estimativa de custos fixos e variáveis.....	55
Tabela 12	Demonstrativo do Resultado do Exercício.....	55

Sumário

1-REFERENCIAL TEÓRICO	15
1.1 Empreendedorismo.....	15
1.2 Empreendedor.....	15
1.2.1 Características dos Empreendedores de Sucesso.....	16
1.3 Plano de Negocio	17
1.4 Mercado de consultoria empresarial.....	19
1.5 Área de atuação do consultor empresarial.....	21
2- DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO	22
3. SUMÁRIO EXECUTIVO	23
3.1 Perfil do empreendedor.....	23
3.2 Setores da atividade	23
3.3 Formas Jurídicas	24
3.4 Enquadramento Tributário.....	25
3.5 Capital Social	25
3.6 Missão.....	26
3.7 Visão.	26
4. PLANO DE MARKETING	27
4.1 pesquisa de mercado.....	28
4.2 Analise de mercado.....	38
4.3 Descrição dos principais produtos ou serviços.....	38
4.3.1 Serviços.....	38
4.3.2 Preço.....	39
4.3.3 Praça.....	40
4.3.4 Publicidade.....	40
4.4 Clientes.....	41
4.5 Concorrentes.....	41
4.6 Analise de Swot.....	42
4.7 Plano de Ação.....	42
5- PLANO OPERACIONAL.....	44
6- PLANO FINANCEIRO.....	49
7-CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	58
8- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	59

INTRODUÇÃO

O plano de negócio é a ferramenta principal para o sucesso do empreendimento, nele são caracterizadas todas as etapas de abertura da empresa. O tema principal desse trabalho é a criação de um plano de negócios para abertura de uma empresa de consultoria.

Tem como objetivo geral abrir uma empresa de consultoria, que atuara na área de estratégia e negócios, marketing e gestão de recursos (pessoal), apresentando uma nova proposta de consultoria empresarial, focada em atender a necessidade do seu público alvo com estratégias estudadas e efetivas sendo especializada em gestão de equipe e marketing empresarial.

Os objetivos específicos são: estudar a viabilidade de abertura de uma empresa de consultoria e marketing empresarial na cidade de Rubiataba-Go, para atender a mesma e toda região; oferecer serviços que atendem a necessidade dos empreendedores da cidade de Rubiataba-GO; apresentar uma proposta inovadora que possa contribuir com o processo de melhoria, satisfação e confiabilidade para seus clientes.

O ponto a estudar envolve a seguinte problemática: “É viável a abertura de uma empresa no ramo de consultoria empresarial na cidade de Rubiataba-GO?”. Para responder essa pergunta vamos adotar além de todo referencial teórico e descrições, será realizado para empresa Matias Consultoria uma pesquisa de marketing, tendo conhecimento da opinião dos empresários locais a respeito de uma empresa de consultoria e marketing empresarial, visto que a concorrência é pouca. Para realização dessa pesquisa será elaborado e aplicado um questionário com 10 perguntas direcionadas, o qual poderá identificar as necessidades dos empreendedores locais em relação ao tipo de serviço que Matias Consultoria objetiva oferecer.

Os tipos de pesquisas realizadas serão revisão bibliográfica, onde foi contextualizado sobre o empreendedorismo, perfil do empreendedor, plano de negócio e sua importância, mercado de consultoria empresarial, área de atuação do consultor, sempre fazendo referência aos melhores autores da área de administração. Será

realizada também a pesquisa de campo através da aplicação de 10 questionários entregues a empreendedores na cidade de Rubiataba-GO, analisados e apresentados de forma qualitativa onde o responsável por fazer a análise das informações coletadas é o próprio pesquisador caracterizando por atribuir interpretações de natureza subjetiva. Juntamente com dados qualitativos irá apresentar também dados quantitativos onde o responsável pela pesquisa irá observar e além de analisar subjetivamente os números obtidos apresentará os resultados de modo estruturado, com ajuda de tabelas e gráficos, explicando e justificando as respostas coletadas.

A pesquisa qualitativa busca entender fenômenos humanos, buscando deles obter uma visão detalhada e complexa por meio de uma análise científica do pesquisador. Esse tipo de pesquisa se preocupa com o significado dos fenômenos e processos sociais. Mas sendo uma análise relacionada também à subjetividade, quais são os critérios do pesquisador? Bem, ele leva em consideração as motivações, crenças, valores e representações encontradas nas relações sociais (KNECHTEL, 2014).

Segundo Knechtel (2014), a pesquisa quantitativa é uma modalidade de pesquisa que atua sobre um problema humano ou social, é baseada no teste de uma teoria e composta por variáveis quantificadas em números, as quais são analisadas de modo estatístico, com o objetivo de determinar se as generalizações previstas na teoria se sustentam ou não.

1-REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 Empreendedorismo

A definição de empreendedor evoluiu com o passar do tempo, mediante às mudanças ocorridas na área econômica mundial as quais tornaram-se cada vez mais complexas, assim desde o início na idade média, o indivíduo que administrava ou participava de grandes projetos de produção era chamado de empreendedor, por ser nato no gerenciamento de uma organização (DORNELAS, 2011).

O termo empreendedor surgiu através da palavra francesa *entrepreneur*, que quer dizer um indivíduo que assume riscos, sendo utilizada pela primeira em 1725 pelo economista Richard Cantillon. O economista francês Jean-Batiste Say (1767-1832), enfatizou em 1814 a importância do empreendedor para o bom funcionamento econômico, de acordo com suas habilidades de identificar problemas e visar soluções (CHIAVENATO, 2012).

O assunto empreendedorismo está presente e espalhado por todos os lados e meios acadêmicos, a discussão mais relevante é o quanto a formação dos profissionais com a visão empreendedora, o artigo em síntese discorre sobre universidades e órgãos governamentais que disseminam o empreendedorismo.

Segundo Nilson Carlos Duarte, “A todo o momento, estão “nascendo” novas empresas, guiadas pela iniciativa empresarial de certos indivíduos que se dispõem a assumir os riscos inerentes ao próprio empreendimento e que acabam por desempenhar um papel fundamental no processo de desenvolvimento econômico do país.”.

À medida que nascem novas empresas, surge a necessidade de entender o papel do empreendedor, suas qualificações e o quanto empreender traz desenvolvimento pessoal e econômico.

1.2 Empreendedor

Segundo Dornelas (2008) “empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: 1) tem iniciativa para criar um

novo negócio e paixão pelo que faz; 2) utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; 3) aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar”.

A sinergia é de extrema importância para o meio empreendedor, saber trabalhar em grupos, opinar quando necessários, buscar a melhor resolução dos conflitos. Sinergia está diretamente ligada a teoria da equidade, que diferente da igualdade ela oferta a oportunidade a pessoas de acordo com sua capacidade.

Para Chiavenato (2004) espírito empreendedor é a energia da economia, a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de ideias. Mais ainda: ele é quem fareja as oportunidades e precisa ser muito rápido, aproveitando as oportunidades fortuitas, antes que outros aventureiros o façam. O empreendedor é a pessoa que inicia e/ ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente.

“Pode-se dizer que os empreendedores se dividem igualmente em dois times: aqueles para os quais o sucesso é definido pela sociedade e aqueles que têm uma noção interna de sucesso” (Dolabela, 2010, p. 44).

Fazendo uma analogia sobre as duas ideias a cima, o empreendedor por ser escolhido pela sociedade como a pessoa capaz de realizar grandes feitos, ou o empreendedor pode se auto definir como capacitado para chegar a seus objetivos, abrir um negócio ou até mesmo ser um intraempreendedor fazendo sucesso e sendo eficaz na própria empresa no qual é um colaborador, ou seja, vestir realmente a camisa da empresa e começar a traçar novos horizontes.

1.2.1 Características dos Empreendedores de Sucesso

Empreendedores bem-sucedidos são visto como pessoas realizadoras, persistentes e energéticos, além de possuir características visionárias e de liderança. Como Bernardi (2007) afirma, as chances de sucesso do empreendimento advêm das características da personalidade empreendedora, de um bom planejamento do negócio e a correta modelagem do mesmo, porém o próprio autor ainda questiona o porquê de ainda existir insucessos mesmo atendendo a todos estes requisitos.

Sendo um questionamento bastante comum, em um estudo realizado por Dornelas (2007), foram apontados alguns comportamentos presentes na maioria dos casos de empreendedores de sucesso, como o conhecimento e experiência anterior no ramo em que irá atuar a facilidade em construir uma rede de contatos, saber enxergar bem as oportunidades estando atento ao mercado e suas carências, também o ato de planejar, correr riscos calculados, fatores de influência como exemplo as familiares, educação e realização pessoal, e por último e não menos importante a dedicação e o comprometimento aos negócios.

Além desses critérios que foram levados em conta nos comportamentos do empreendedor de sucesso, há outros aspectos que podem ser citados segundo Dornelas (2007) como, a existência de sucesso e histórico de empreendedores na família; a busca por sócios que complementam suas habilidades; ser uma pessoa visionária; possuir características de liderança e principalmente saber se comportar e de adaptar frente às adversidades nos negócios.

De fato, não há regras ou receitas definitivas que torna um empresário bem sucedido, afinal “se houvesse fórmula de sucesso, não seria chamados empreendedores. Empreendedores abrem seu próprio caminho para os que sonham, necessitam ou desejam.” (DORNELAS, 2007, p. 83).

1.3. Plano de negócio

O plano de negócio é a ferramenta principal para o sucesso do empreendimento, nele são caracterizadas todas as etapas de abertura da empresa.

“O planejamento não garante o sucesso, mas serve, principalmente, para minimizar os erros e otimizar as potencialidades e oportunidades, e é nessa área que entra a importância do plano de negócio, pois para se realizar um empreendimento, precisamos criar um plano de negócios, para identificar os objetivos, recursos necessários, forma de implantação, forma de controle e medição dos objetivos alcançados, frente aos projetados, assim toda empresa necessita de um planejamento do seu negócio para poder gerenciá-lo e apresentar sua ideias a investidores, bancos, clientes etc.” (Rayol e Moreira, pag. 2007.)

Identificando os objetivos com o plano de negócio, pode se traçar metas e fica mais fácil atingir, pois também são descritos os recursos necessários para a abertura

do empreendimento, os riscos que vai estar sujeito a enfrentar e qualquer outra ameaça externa que esteja sujeito.

“Planejar é pensar antes, durante e depois agir. Envolve o raciocínio (a razão) e, portanto, pode-se entender que o planejamento é um cálculo (racional) que precede (antes) e preside (durante e depois) a ação. É um cálculo sistemático que articula a situação imediata e o futuro, apoiado por teorias e métodos, planejamento é um instrumento imprescindível para a obtenção de sucesso em um determinado empreendimento, pois possibilita o levantamento sistemático dos meios e definição de procedimentos necessários para a execução de tarefas, aliados à adequação de custos e oportunidades. Quando planejamos buscando alcançar objetivos complexos e queremos fazê-lo de uma forma participativa, compartilhando diferente saberes.” (Rayol e Moreira, 2007.)

Com base nos fatos teóricos citados a cima, fica a compreensão que o planejamento não é somente antes da ação, mas sim durante a ação, pois qualquer atitude está sujeita a fatores extrínsecos que podem ocasionar mudanças de planos.

O plano de negócio é a parte fundamental do processo empreendedor é uma ferramenta de gestão com múltiplas aplicações. É um documento preparado pelos empreendedores em que são descritos todos os elementos externos e internos relevantes com frequência uma integração dos planos funcionais como os de marketing, finanças, produção e recursos humanos, enfim sendo um documento que reúne informações sobre as características, condições e necessidades do futuro empreendimento, com o objetivo de analisar sua potencialidade e sua viabilidade e facilitar sua implantação.

Tem como principal objetivo “Orientar o empreendedor com relação às decisões estratégicas do negócio antes de iniciar o seu empreendimento. O empreendedor terá uma noção prévia do funcionamento da sua empresa do ponto de vista mercadológico, financeiro e organizacional, seguindo passo a passo e elaboração do plano de negócio. A cada passo, o empreendedor deve fazer o Máximo de anotações possíveis sobre aquele item, para chegar ao fim com um plano de negócio completo, capaz de ajudá-lo na tomada de decisão. Atualmente é preciso que o empreendedor conheça um pouco de tudo: técnicas de administração, comunicação, finanças, custos, recursos humanos, informática, marketing, publicidade e propaganda, legislação, qualidade. É preciso ter em mente que essa ferramenta deve ser o cartão de visitas do empreendedor, mas também pode ser seu cartão de desqualificação. Pois as oportunidades geralmente são únicas e não podem

ser desperdiçadas. E, como cartão de visitas, o empreendedor deve sempre ter à mão o plano de negócio de seu empreendimento, elaborado de maneira primorosa e cuidadosamente revisado”.

A estrutura de um plano de negócio consiste em capa, sumário, sumário executivo, planejamento estratégico do negócio, descrição da empresa, produtos e serviços, plano operacional, plano de recurso de marketing, análise de mercado, plano de marketing, planos financeiros e anexos.

“Em todos os aspectos de nossa vida sabemos a importância de sempre planejarmos para atingir algum objetivo, desde de planejar uma simples viagem, a construção de uma casa ou mesmo organizar uma festa para os amigos, já nos acostumamos a elaborar algum tipo de plano que nos guiará até a realização do evento. Por exemplo, para que uma viagem aconteça, é necessário escolher o local a ser visitado, decidir o tempo da viagem, quanto dinheiro levar, comprar passagens, reservar hotel, arrumar as malas, entre tantas outras coisas. Se, para uma simples viagem, precisamos fazer tudo isso, imagine quando queremos abrir um negócio. E empreender, muitas vezes, é uma viagem para um lugar desconhecido. “(Rayol e Moreira, 2007.)

Conhecendo todas essas informações de seu negócio antes de abrir, o empreendedor está sujeito a menos risco ou sabe dos riscos e consegue controlar de forma efetiva fazendo assim de empreendimento algo rentável e de sucesso.

1.4 Mercado de consultoria empresarial

Mesmo o Brasil enfrentando grandes entraves políticos e econômicos, o empreendedorismo vem crescendo e possibilitando a inserção de empresas dos mais variados portes e atividades no mundo dos negócios, como consequência, a demanda pelos serviços de consultoria de mercado não para de crescer.

A consultoria empresarial possibilita o empreendedor a ter uma visão mais ampla de seu negócio, seja na parte financeira, marketing ou recursos humanos. O consultor pode ser solicitado para ajudar a solucionar vários entraves que atrapalham o empreendedor a alavancar suas vendas de produtos ou serviços.

Visualizando este cenário de desafios, de acordo com o professor e consultor Luiz Affonso Romano as empresas recorrem, invariavelmente, a Consultoria para ajudá-las a enxergar, com clareza, os problemas, ainda que não completamente visíveis, as oportunidades não evidentes e a entender as mudanças e seus

desdobramentos, além de desobstruir o caminho, aperfeiçoar seus desempenhos e superar resistências à mudança.

Em relação a expansão do mercado de consultoria no Brasil, ABRACEM (Associação Brasileira de Consultores Empresarias) em um de seus artigos, destaca que:

“Mesmo com o mercado em expansão, é fundamental que este consultor esteja preparado para encarar as realidades do mercado que mudam constantemente, que exigem habilidades e competências técnicas e comportamentais cada vez mais apuradas. ”

Na maioria dos casos, empresas contratam o serviço de consultoria empresarial por quatro principais motivos: por não saber identificar o problema, por saber identificar o problema e não saber como resolvê-lo, por falta de pessoas disponíveis para se dedicar a uma determinada urgência, pois quase sempre nem é da alçada destas pessoas fazê-lo necessitando assim de pessoas de fora para resolver a suposta urgência e permitir que a equipe continue focada em suas principais atividades e, por fim, por que a empresa precisa tomar medidas impopulares que poderiam impactar a equipe de um modo geral, sendo mais conveniente que profissionais que não fazem parte da empresa tomem esta frente, se retirando quando o objetivo tiver sido concluído.

Em seu Manual de Consultoria Empresarial Oliveira, 8ªEd.(2009). Evidencia os seguintes dados:

Figura 1



1.5. Área de atuação do consultor empresarial

Segundo Oliveira (2009), consultoria empresarial é “processo interativo de um agente de mudanças externo à empresa, o qual assume a responsabilidade de auxiliar os executivos e profissionais da empresa nas tomadas de decisões, não tendo, entretanto, o controle direto da situação”.

Mediante essa definição o consultor empresarial pode estar atuando em diversas áreas no ramo.

Para Oliveira (2009), o consultor empresarial pode atuar nas seguintes áreas:

- Estratégias e negócios.
- Estruturação organizacional.
- Processos (logística e qualidade).
- Gestão de recursos (financeiros e pessoas).
- Estrutura decisória e atuação dos executivos.
- Sistema de pensões (compensação e benefícios).

O consultor pode traçar estratégias para alavancar as vendas do empreendedor mediante ao um conhecimento da organização e de acordo com a necessidade de seu cliente.

2- DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

Ao iniciar um projeto de empreendedorismo no ramo de consultoria empresarial, vários fatores devem ser analisados e observados, começando por uma análise da concorrência local e a necessidade de seu público alvo, tendo em vista que já são empresários com opiniões definidas.

O objeto de estudo é um escritório de consultoria empresarial, que atuara na área de estratégia e negócios, marketing e gestão de recursos (pessoal).

A empresa Matias Consultoria apresenta uma nova proposta de consultoria empresarial, focada em atender a necessidade do seu público alvo com estratégias estudadas e efetivas sendo especializada em gestão de equipe. A empresa tem como objetivo atender empreendedores de grande médio e pequeno porte na região de Rubiataba-GO, a mesma será localizada no setor Bela Vista com sede própria.

3. SUMÁRIO EXECUTIVO

3.1 Perfil dos empreendedores e atribuições na empresa

A empreendedora Wanessa Matias Batista, solteira, 21 anos, consultora de crédito. Residente e domiciliada na cidade de Rubiataba, estado de Goiás, na rua Laranjeira, quadra 03, lote 40, setor Bela Vista, portadora da Carteira de Identidade nº 5871625 SSP GO e CPF:029.786.231-60. Nascida em 27/03/1996.

A empreendedora possui várias experiências profissionais, onde a princípio foi ajudante domiciliar, logo depois passou a ser atendente em uma loja de vendas de crédito para telefone móvel, já trabalhou como caixa no supermercado Sacolão, depois passou a ser atendente em uma panificadora, logo após permaneceu por mais de um ano como vendedora na loja Arte Moveis. Após se formar em técnica Agropecuária no Instituto Federal Goiano – Campus Ceres, passou a exercer a profissão por dois anos na Solos Rubi, escritório de consultora e projeto agrícolas, trabalhou também mais de um ano como consultora de crédito e operacional na empresa AlvesCred e atualmente a mais de dois anos trabalha na instituição financeira Banco Itaú na área operacional.

Em relação à experiência comumente a consultoria empresarial, a empreendedora está formando em Administração, curso que possibilita um conhecimento vasto na área de recursos humanos e estratégias empresariais para o sucesso de um negócio relacionando há experiência com vendas e a planos de um mestrado na área de recurso humanos e coaching, o que torna a empreendedora capaz de exercer o papel com efetividade em seu empreendimento.

3.2 Setores de atividade

O segmento de Atividade de Consultoria em Gestão Empresarial, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 7020-4/00 como a atividade os serviços de assessoria, consultoria, orientação e assistência operacional para gestão do negócio prestado a empresas e a outras organizações, reengenharia, controle orçamentário, informação e gestão. Essa classe compreende

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.

Segundo uma pesquisa feita pelo Perfil das Empresas de Consultoria do Brasil em 2019, realizada anualmente pelo Laboratório da Consultoria, com execução da Método Estratégia e sob responsabilidade do consultor Luiz Affonso Romano as empresas de consultoria no Brasil tem como destaque a constatação de que o setor tem se firmado como um grande segmento de pequenos negócios. As pequenas empresas respondem por 84% dos negócios na área firmadas por pessoas do sexo masculino. As gigantes são hoje apenas 1,8%. Os consultores estão cada vez mais afastados dos escritórios próprios. Segundo a pesquisa, a maioria trabalha no espaço dos próprios clientes (52,5%). Outros 22,9% atuam em *home Office* ou *Co-workings*. Apenas 24,6% mantêm escritórios próprios.

A edição 2019 da pesquisa Perfil das Empresas de Consultoria do Brasil mostra também que o segmento ainda é majoritariamente masculino. O estudo mostra que 63,4% dos consultores são homens e 36,6% são mulheres.

3.3 Formas jurídicas

O Matias Consultoria enquadra na forma jurídica de Empresário Individual caracterizando se segundo SEBRAE por ser aquele profissional que exerce atividade econômica organizada para a produção ou circulação de bens ou serviços (indústria, comércio ou serviços não especializados, atuação individual, sem sócios – artigo 966 do Código Civil). Ou seja, a exploração de uma atividade comercial, indústria ou de prestadores de serviços, que não dependa de profissional legalmente habilitado, por uma única pessoa (sem sócio) caracteriza o EMPRESÁRIO. Mas isto não o impede de ter empregados (funcionários) e ele pode até ter filiais abertas em seu Estado ou em outra Unidade da Federação.

3.4 Enquadramento Tributário

O enquadramento tributário da Matias Consultoria é o SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, onde que a receita bruta anual de sua atividade não irá ultrapassar a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais).

Nesse regime, o empreendedor recolherá os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), o mesmo contém os seguintes impostos:

- ICMS (imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação);
- IRPJ (imposto de renda da pessoa jurídica);
- CSLL (contribuição social sobre o lucro);
- PIS (programa de integração social);
- COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa a parte patronal).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 4% a 15,5%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

3.5 Capital Social

O capital social e inicial da empresa Matias Consultoria, foi estimado de acordo com o plano financeiro em R\$ 5.000,00.

3.6 Missão

Promover o desenvolvimento de pessoas, tornando as competitivas e produtivas. Ser modelo nas prestações de serviços consolidando parceiras confiáveis, valorizando as necessidades individuais de cada cliente e alcançar o almejado sucesso.

3.7 Visão

Tornar referência em consultoria empresarial em toda região que atua.

4. PLANO DE MARKETING

O planejamento de marketing é uma ferramenta essencial para conhecer o cliente e chegar a fundo de suas ideias. Segundo Peter Drucker (apud KOTLER; KELLER, 2006, p. 4) dizem que:

Pode-se considerar que sempre haverá a necessidade de vender. Mas o objetivo do marketing é tornar supérfluo o esforço de venda. O objetivo do marketing é conhecer, entender o cliente tão bem que o produto ou serviço seja adequado a ele e se venda sozinho. Idealmente, o marketing deveria resultar em um cliente disposto a comprar. A única coisa necessária então seria tornar o produto ou serviço disponível.

Para abertura de um novo empreendimento é necessário o conhecimento de seus concorrentes, e principal a viabilidade de implementação do negócio, conseqüentemente a demanda pelo serviço ofertado.

De acordo com Kotler; Keller (2006, p.41):

“ O plano de marketing é o instrumento central para direcionar e coordenar o esforço de marketing. Ele funciona em dois níveis: estratégico e tático. O plano de marketing estratégico estabelece os mercados-alvo e a proposta de valor que será oferecida [...]. O plano de marketing tático especifica as táticas de marketing, incluindo características do produto, promoção, comercialização, determinação do preço, canais de venda e serviços. ”

Analisando a necessidade de planejamento, foi realizado para empresa Matias consultoria uma pesquisa de marketing, tendo conhecimento da opinião dos empresários locais a respeito de uma empresa de consultoria, visto que a concorrência é pouca. Para realização dessa pesquisa foi elaborado e aplicado um questionário com perguntas direcionadas, o qual foi possível identificar a necessidade os empreendedores locais em relação ao tipo de serviço que Matias Consultoria objetiva oferecer.

A pesquisa foi realizada na cidade de Rubiataba – GO, o que na análise de mercado deixará claro a viabilidade do negócio.

4.1 Pesquisa de mercado

4.1.1 Tema da pesquisa

Criação de um plano de negócios para abertura de uma empresa de consultoria.

4.1.2 Problemática

É viável a abertura de uma empresa no ramo de consultoria empresarial na cidade de Rubiataba-GO?

4.1.3 Objetivo geral

Ao iniciar um projeto de empreendedorismo no ramo de consultoria empresarial, vários fatores devem ser analisados e observados, começando por uma análise da concorrência local e a necessidade de seu público alvo, tendo em vista que já são empresários com opiniões definidas.

O objetivo geral é abrir uma empresa de consultoria, que atuara na área de estratégia e negócios, marketing e gestão de recursos (pessoal), apresentando uma nova proposta de consultoria empresarial, focada em atender a necessidade do seu público alvo com estratégias estudadas e efetivas sendo especializada em gestão de equipe e marketing empresarial.

4.1.4 Objetivos específicos

Os objetivos específicos dessa pesquisa são

- Estudar a viabilidade de abertura de uma empresa de consultoria e marketing empresarial na cidade de Rubiataba-Go, para atender a mesma e toda região.
- Oferecer serviços que atendem a necessidade dos empreendedores da cidade de Rubiataba-GO.
- Apresentar uma proposta inovadora que possa contribuir com o processo de melhoria, satisfação e confiabilidade para seus clientes.

4.1.5 Justificativa

Antes da criação de uma empresa é fundamental que haja um plano de negócios para viabilizar a implementação da mesma, entender o que é empreendedorismo na sua essência, ter objetivo e metas a ser atingido, fazer uma análise de todos os custos e receitas que podemos alcançar e com certeza formular e aplicar uma pesquisa de campo que dirá ser realmente se a tal empresa será bem vinda, lucrativa e se atenderá a necessidade de seu público alvo.

A Matias Consultoria é uma empresa que vai trazer para o mercado algo inovador e confiável para todos os empresários locais, justificando pelo fato de não ter concorrência no atual cenário, esta pesquisa vem mostrar a necessidade que tem na cidade de Rubiataba- GO em surgir algo em que as entidades e até a administração possa contar para desenvolver seus colaboradores, melhorar seu marketing, ter qualidade em suas contratações e conseqüentemente expandir seus negócios.

Mais do que qualquer coisa, é preciso e justificável que surja na cidade de Rubiataba- GO uma empresa que funcionará como um elo entre o negócio do seu cliente e o mercado de oportunidade em que ele atua, buscando o equilíbrio deste elo, desenvolvendo e aperfeiçoando as metodologias já existentes.

4.1.6 Metodologia

“A metodologia refere-se aos procedimentos a serem seguidos na realização da pesquisa. Sua organização varia de acordo com as peculiaridades de cada pesquisa” (GIL, 2002, p. 162).

Pereira (2010) destaca a metodologia como o conjunto de métodos que cada ciência coloca em ação, e os procedimentos metodológicos compreendem a classificação da pesquisa, os instrumentos de coletas de dados, suas análises e interpretações de dados, para o efetivo alcance dos objetivos proposto no trabalho.

Quanto ao tipo de pesquisa a mesma se classifica como pesquisa descritiva, a qual “têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2002, p.42).

A pesquisa descritiva tem como objetivo descrever as características de

determinadas populações ou fenômenos. A mesma retrata da utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática (GIL, 2002).

A coleta de dados estará relacionada com o problema, a hipótese ou os pressupostos da pesquisa e tem por fim obter elementos para que os objetivos propostos na pesquisa possam ser alcançados” (PEREIRA, 2010, p.74).

Desde então nesta etapa da pesquisa, se inicia a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas, a fim de se efetuar a coleta dos dados.

Utilizou-se questionário de pesquisa como instrumento para a coleta de dados. A aplicação ocorreu de forma física, a aplicação deu-se início no dia 26 de junho de 2020, onde foram aplicados 10 questionários a empreendedores na cidade de Rubiataba-GO, no qual a escolha foi feita entre empresas de grande médio e pequeno porte. Foram 2 empresas de grande porte, quatro empresas de médio porte e quatro empresas de pequeno porte, esse critério de escolha tem base o fato que a Matias Consultoria irá atender todos os públicos independentemente da capacidade comercial e de pessoal da empresa que contratará nossos serviços tornando de suma importância essa distribuição de porte adotada pela pesquisa.

Os valores orçamentários para a implementação do empreendimento, foi realizado com base em sites para discriminação dos preços.

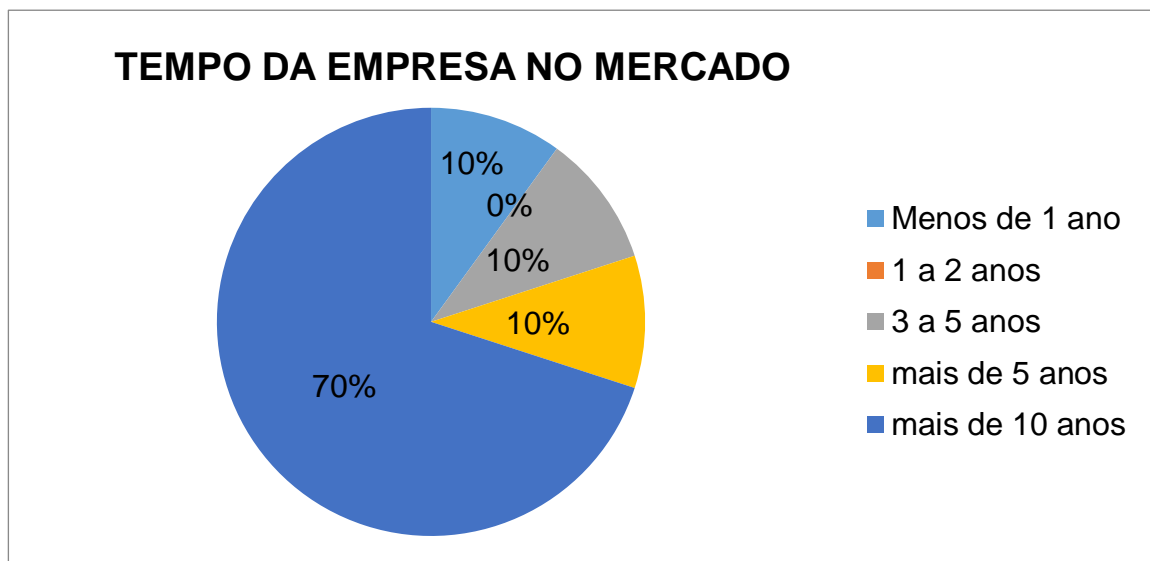
Os tipos de pesquisas realizadas serão revisão bibliográfica, onde será contextualizado sobre o empreendedorismo, perfil do empreendedor, plano de negócio e sua importância, mercado de consultoria empresarial, área de atuação do consultor, sempre fazendo referência aos melhores autores da área de administração. E pesquisa de campo, analisados e apresentados de forma qualitativa onde o responsável por fazer a análise das informações coletadas é o próprio pesquisador caracterizando por atribuir interpretações de natureza subjetiva. Juntamente com dados qualitativos irá apresentar também dados quantitativos onde o responsável pela pesquisa irá observar e além de analisar subjetivamente os números obtidos apresentará os resultados de modo estruturado, com ajuda de tabelas e gráficos, explicando e justificando as respostas coletadas.

A pesquisa qualitativa busca entender fenômenos humanos, buscando deles obter uma visão detalhada e complexa por meio de uma análise científica do pesquisador. Esse tipo de pesquisa se preocupa com o significado dos fenômenos e

processos sociais. Mas sendo uma análise relacionada também à subjetividade, quais são os critérios do pesquisador? Bem, ele leva em consideração as motivações, crenças, valores e representações encontradas nas relações sociais (KNECHTEL, 2014).

Diante a metodologia citada acima com referências teóricas segue os dados da pesquisa de mercado com suas análises qualitativas:

Gráfico 1



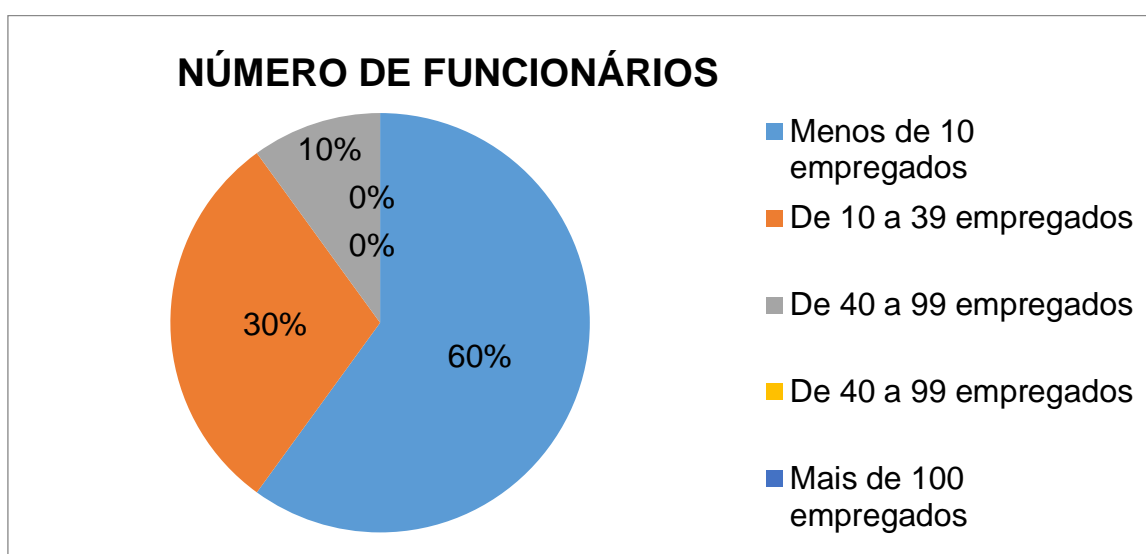
Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pelo autor, 2020.

Dentre as empresas entrevistadas 70% já existem no mercado a mais de 10 anos, o que demonstra estabilidade na mesma e experiência em relação ao seu gestor, porém boa parte esta com menos desse tempo no mercado competitivo, evidenciando um quadro de empresas que ainda estão se identificando no mercado e passando por um período de transformação de seu produto e fidelização de seus clientes, o que exige uma maior jogada de marketing e sinergia entre sua equipe de trabalho para que esse objetivo seja concretizado.

Segundo Oliveira, 2011 “A sinergia e uma palavra derivada do grego para simplificar o significado de trabalho em equipe ou cooperação em conjunto”. Desta forma a sinergia do trabalho vem atravessando gerações ao longo dos anos como a cooperação e esforço multou visando um objetivo.

A sinergia corresponde a um trabalho coordenado entre os colaboradores que juntamente compõem um sistema de forma unitário onde a soma das partes tem um efeito maior que cada um isoladamente, o que pode ser direcionado pelo empreendedor o que na maioria das vezes não conhece métodos efetivos para gerar esse tipo de ligação entre sua equipe.

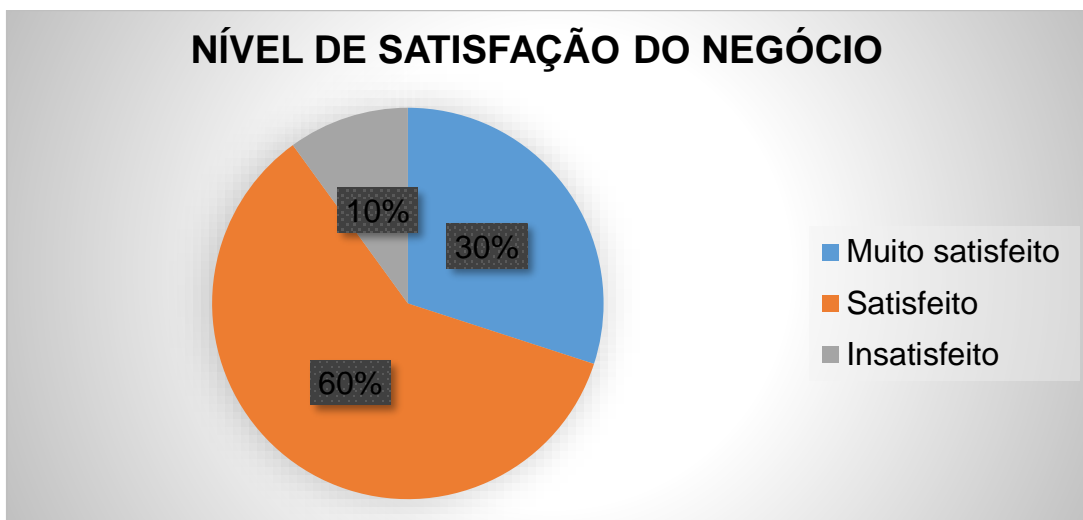
Gráfico 2



Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pelo autor, 2020.

O mundo dos negócios é algo que exige união e sinergia, uma das formas de visualizar o dimensionamento da empresa é avaliando o quadro de funcionários nelas existentes, nesse gráfico fica claro que a maioria das empresas pesquisadas possui menos de 10 empregados, o que pode ser um ponto positivo se pensar em qualidade de pessoal e negativo se pensar no desenvolvimento econômico da cidade e geração de empregos

Gráfico3

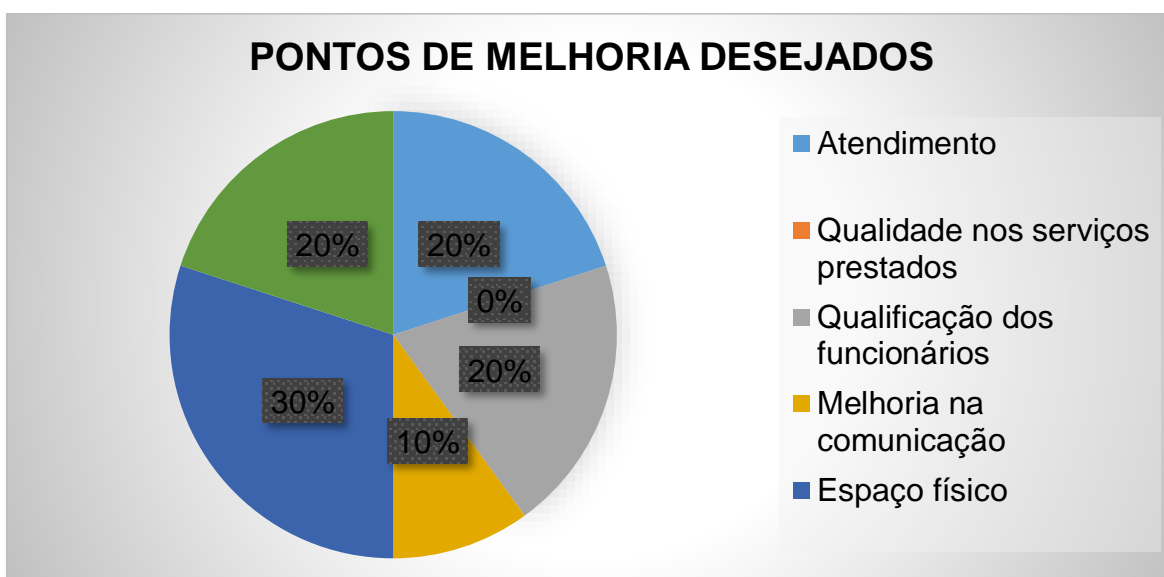


Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pelo autor, 2020.

Segundo Kotler (2000), a satisfação consiste na sensação de prazer ou desapontamento resultante da comparação do desempenho (ou resultado) percebido de um produto em relação às expectativas de um indivíduo.

Fica evidente no gráfico que 60% dos empreendedores estão apenas satisfeitos com seus negócios, o que leva ao questionamento: O que falta para elevar o nível de satisfação? Esse é o ponto que a pesquisa de campo tem o intuito de obter e identificar onde a área de atuação da Matias Consultoria vai focar seus serviços.

Gráfico 4



Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pelo autor, 2020.

Quando falamos de pontos a melhorar dentro de uma empresa, claro que todos querem que tudo seja melhor o que é importante levar em consideração um foco, obedecendo a processos e conquistando cada item por etapas. Observamos nesse gráfico que somando melhoria na comunicação, qualidade nos serviços prestados e qualificação dos funcionários têm um resultado de 50 %, fica evidente a necessidade de gerar sinergia nessas empresas e buscar um patamar de qualidade com seus colaboradores aliado a melhoria nos instrumentos de comunicação internos.

Gráfico 5

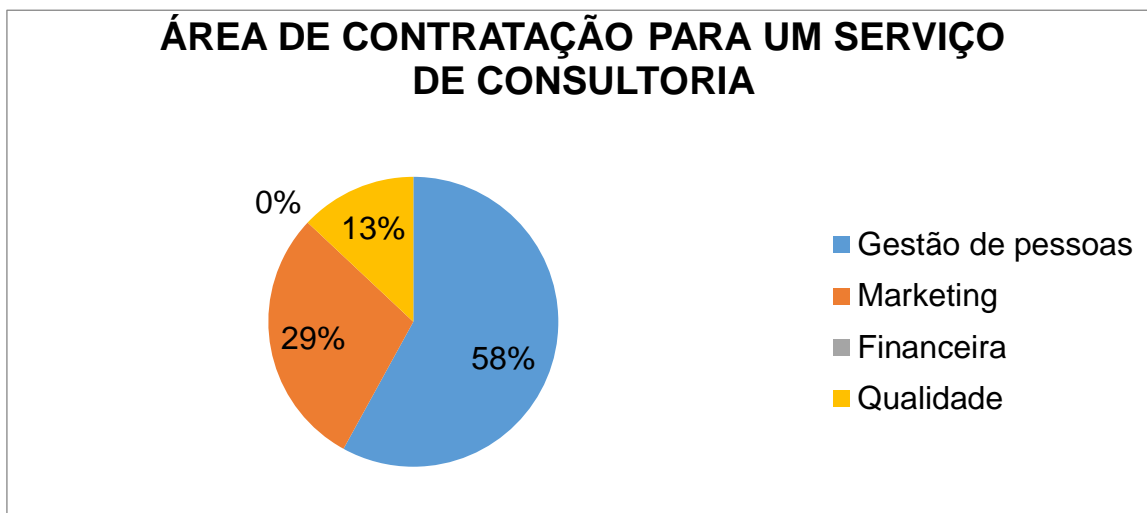


Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pelo autor, 2020.

A maior parte (70%), dos empreendedores respondeu que procuraria os serviços de consultoria, caso fosse aberto uma empresa especializada na área. O que leva a observa a necessidade dos empresários de estar melhorando sua empresa cada vez mais através de dicas e soluções de uma empresa competente e confiável no ramo de consultoria empresarial.

Para os empreendedores que responderam sim a pergunta acima, foi questionado sobre qual área o mesmo contrataria um serviço de consultoria obtendo as seguintes informações:

Gráfico 6



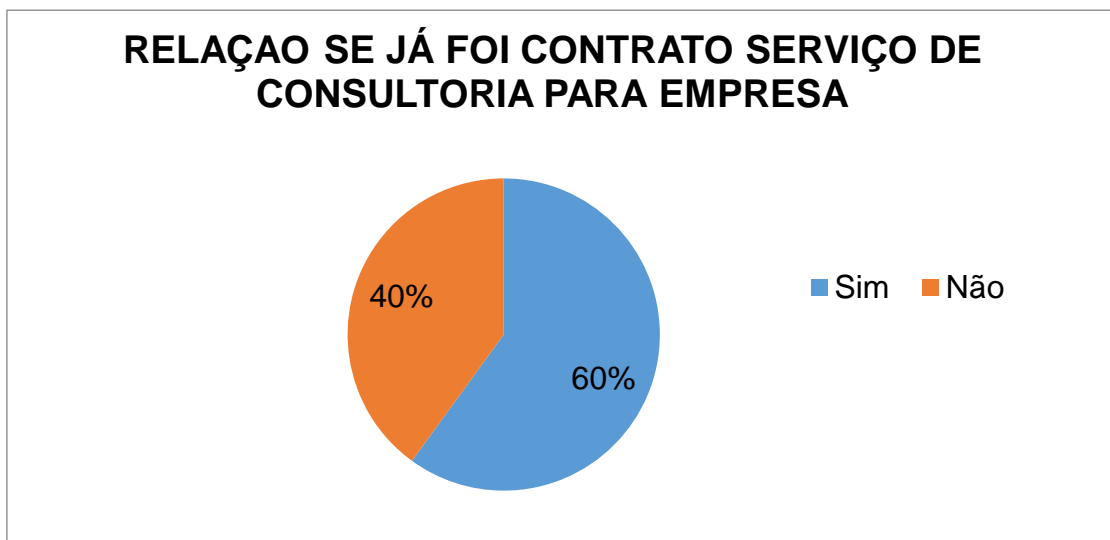
Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pelo autor, 2020.

Observando o gráfico acima podemos concluir que a maioria das empresas tem dificuldade com gestão de pessoal e a qualidade que oferece de seus produtos e serviços, abaixo verão alguns pontos de vista importante para a fundação desse assunto.

Para (Lacombe 2005). O ponto de partida é a formação de uma equipe competente: a qualidade do pessoal admitido é crítica. É preciso que não seja fácil para os competidores conseguir uma equipe com a mesma qualidade; a seguir, a condução dessa equipe para motivá-la e obter a lealdade e o comprometimento com a empresa e, finalmente seu desenvolvimento para aprimorar sua competência e conhecimento, por meio de programas de treinamento formais e informais.

Segundo Chiavenato (1999), as definições para a Gestão de Pessoas é o conjunto de políticas e práticas necessárias para conduzir os aspectos da posição gerencial relacionados com as pessoas ou recursos humanos, incluindo recrutamento, seleção, treinamento, recompensas e avaliação de desempenho.

Gráfico 7

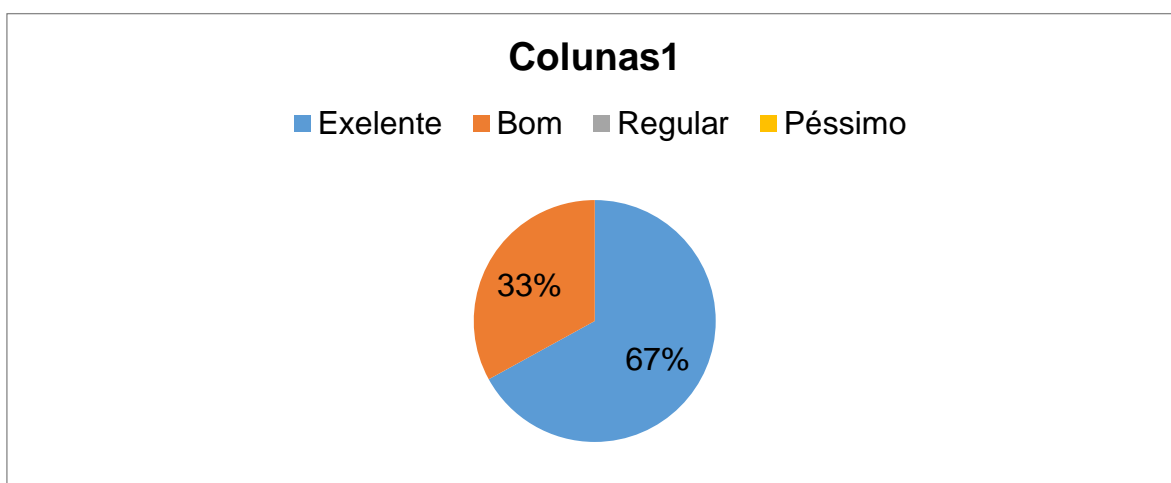


Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pelo autor, 2020.

De acordo com os dados do gráfico, 40 % dos empreendedores não receberam consultoria de algum órgão ou empresa do ramo de consultoria empresarial.

Dentre os entrevistados que responderam sim, foi questionado qual o nível de satisfação que obtiveram com os resultados alcançados, demonstrado no gráfico abaixo:

Gráfico 8

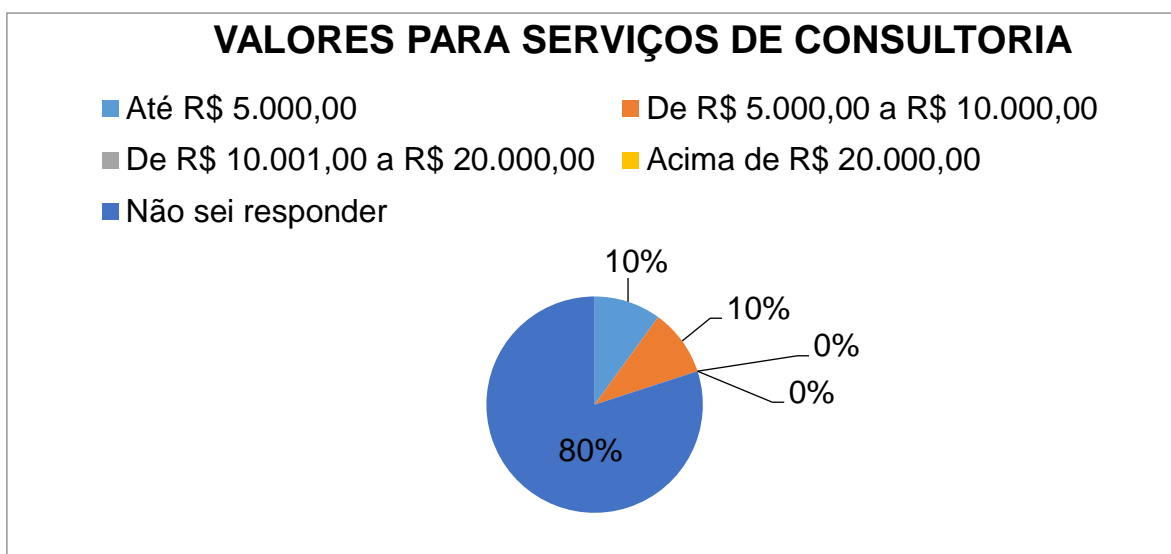


Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pelo autor, 2020.

Aos entrevistados que responderam “não” a pergunta sete (gráfico 7), foi questionado o motivo de nunca terem contratado um serviço de consultoria, onde todos deram como motivo principal preço ou falta de confiança.

Abaixo segue uma relação dos valores que os empreendedores estão dispostos a investir por um serviço de consultoria.

Gráfico 9



Segundo Mário Wrege (2005), o quanto cobrar para um trabalho de consultoria é uma decisão delicada, especialmente para quem está iniciando, ou se o trabalho é fora dos padrões, ou se o cliente é novo. Tal dificuldade pode expressar, normalmente, ou ignorância ou insegurança. Ou seja, algo como: Será que isto irá cobrir meus custos? Será que o cliente vai aceitar? É difícil precisar o quanto vale realmente o trabalho em termos de mercado, ou seja, de quanto o cliente estará disposto a pagar, de um lado; de quanto será a repercussão do trabalho nos lucros do cliente, de quanto ele se apercebe disto. , evidentemente, no mínimo, há dois limites, em termos pessoais: o que é preciso e o que é desejado. Ou seja, o quanto é necessário para cobrir os custos e o lucro que permitam a manutenção do indivíduo (fisicamente) e do consultor (economicamente) e de seu negócio (contabilmente); e, também não menos justificável, o quanto é necessário para satisfazer, além disso, os desejos pessoais razoáveis deste indivíduo consultor.

Como observado no gráfico à maioria dos empreendedores pesquisados não soube responder sobre valores que estariam dispostos a pagar pelos serviços de consultoria, fica claro diante o texto citado a cima que há muita responsabilidade em definir tal ponto o que valida essa pesquisa de campo em sua essência.

4.2 Análises do mercado

O mercado de consultoria empresarial vem crescendo a medida com que empresas são abertas, quanto mais empresas vai existindo mais aumenta a necessidade das mesmas buscar meios para que seus negócios sejam alavancados, para que seu marketing seja referência e sua equipe de trabalho possua sinergia e consiga atingir metas estabelecidas com qualidade e efetividade.

Sendo mais preciso o mercado de consultoria empresarial na cidade de Rubiataba-Go, não está atendendo a demanda dos empreendedores, com a pesquisa de mercado ficou evidente que os empresários têm aceitação e precisam realmente desses serviços, pois querem aumentar seus lucros através do marketing, treinar sua equipe para que sejam colaborativos e interligados gerando assim uma boa transmissão de informação e agilidade dos processos internos.

O mercado da região de Rubiataba-GO é amplo, segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), pesquisa de 2018 publicada no site são mais de 473 empresas atuantes cadastradas na cidade, ocupando cerca de 4.267 pessoas com média salarial de 2,2 salários mínimos , sendo assim uma empresa de consultoria empresarial teria um mix de serviços para oferecer e atender a necessidade de todas através de um planejamento de curto, médio e longo prazo.

4.3. Descrição dos principais produtos, mercadorias ou serviço

4.3.1 Serviços

O trabalho de consultoria é um tipo de serviço prestado em que geralmente uma pessoa física ou empresa ajudam a desenvolver uma ideia, a elaborar soluções para certo problema, ou seja, o consultor ajuda a pensar.

A Matias Consultoria tem o foco em consultoria de Recursos Humanos e Marketing para desenvolver os seguintes serviços:

- Recrutamento e seleção
- Palestras corporativas
- Assessoria de RH
- Promoção do Negócio (Marketing empresarial)

4.3.2 Preço

O preço de cada produto oferecido pela Matias Consultoria será evidenciado no plano financeiro no decorrer do projeto, o qual foi formado através de pesquisas feitas em relações a outras empresas que já atuam na área (em outras regiões), e levando em consideração a disposição de pagamentos que as empresas estudadas na pesquisa de campo estão dispostas a investir, tendo em vista que o preço de um produto ou serviço é formulado com base não apenas no custo benefício, mas também na qualidade e confiança depositada em seu trabalho.

Os preços para recrutamento e seleção foram definidos com base nos valores dos salários dos funcionários a serem contratados para as empresas/clientes, onde a relação é: colaboradores que receberam até 1 salário mínimo o valor para o serviço será 20 % do salário , até 2 salário mínimos 25%, acima de 2 salário mínimo 30%, (Levando em consideração que pode sofrer alteração ou ter descontos caso seja mais de colaborador a ser contratado). [Reservando que caso haja necessidade e solicitação do cliente de avaliação psicológica para os cargos irá ter um valor de acréscimo definido no plano financeiro de R\$ 200,00.]

As palestras corporativas e acessórias em Recursos Humanos foram definidas através de avaliação de preço do mercado e o valor salarial/hora de um profissional de administração. Quanto aos preços pelos serviços de promoção do negócio que é a parte de marketing e divulgação da Matias Consultoria foram definidos

através de uma pesquisa do mercado local em gerenciamento de Instagram e criação de artes, logomarcas e identidade visual.

4.3.3 Praça

A Matias Consultoria estará localizada na cidade de Rubiataba- GO, mercado pouco explorado em relação a esse tipo de serviço prestado pela empresa, não há concorrentes evidentes.

Há um grande numero de empresas de outros setores em geral na cidade que tem necessidade dos serviços que a Matias consultoria irá prestar o que ficou evidenciado na pesquisa de mercado acima.

4.3.4 Publicidade, propaganda e promoções.

Uma das fases mais importantes é o meio correto de divulgação do negocio para atingir seus públicos alvos, dentre elas podemos evidenciar três tipos que são de fundamental importância e que fazem total diferença.

Segundo Leonardo de Medeiros Garcia (2015), “o termo publicidade expressa o fato de tornar público (divulgar) o produto ou serviço, com o intuito de aproximar o consumidor do fornecedor, promovendo o lucro da atividade comercial”.

De acordo com STRAUSS e FROST (2001), propaganda é um tipo de informação não pessoal, geralmente paga, veiculada em diversas mídias. Esta forma de comunicação é persuasiva e contém dados sobre produtos, serviços ou ideias sobre um indivíduo marca ou empresa.

A definição de promoção é toda a comunicação e venda ao público-alvo potencial, que segundo Philip Kotler: “É um termo genérico para vários instrumentos, que são endereçados aos consumidores, ao comércio ou à própria força de vendas do fabricante”

A publicidade é a alma do negócio, nesse sentido a Matias consultoria utilizara dos seguintes meios para divulgar seus serviços:

- Divulgação em radio
- Publicação em redes sociais
- Distribuição de panfletos explicativos
- Workshops abertas para o público sobre os serviços oferecidos.

As promoções feitas para os clientes serão com base na fidelidade do cliente, quanto mais procurar os serviços da Matias Consultoria, obtivera descontos de 10 % em serviços.

4.4 Clientes

Conhecer os clientes é uma tarefa fundamental para desenvolver melhores estratégias de marketing e de prospecção. Esse o item mais importante do negocio, o ponto que todas as empresas desejam cada vez mais conquistar, onde tem que haver um meio de chamar a atenção e inovar.

Há varias definições literárias que mostram a importância de conhecer o seu cliente, um exemplo é Kotler (1993) que diz: “clientes são organizações ou pessoas, internas ou externas à empresa que são impactadas pelos produtos”.

O público da empresa Matias Consultoria envolve o micro empreendedor, pequenas empresas e empresas de grande porte localizadas na cidade de Rubiataba-GO independente da área de atuação, pois Matias Consultoria é focada em pessoas e marketing independente do setor da atividade financeira.

4.5 Concorrentes

Conhecer os seus concorrentes é preparar-se para uma competição a fim de conquistar seu espaço no mercado, a concorrência representa apenas uma das forças no ambiente que a empresa opera.

As empresas que prestam consultoria nessa área são apenas órgãos públicos como: SEBRAE e ACIR, não havendo empresas formalizadas e com escritório em funcionamento.

Para especificar sobre os concorrentes o SEBRAE oferece conhecimentos operacionais e técnicos para que micro e pequenas empresas se fortaleçam no mercado. Isso é feito por meio de cursos, palestras, programas e outros, com o intuito de fomentar o empreendedorismo no país; a ACIR é Associação Comercial e Industrial de Rubiataba que presta serviços para os comerciantes internos que promove eventos exposições comerciais na cidade, faz seleções de currículos para empresas e presta serviços de assessoria jurídica , certificado digital, balcão de empregos, SPC Brasil, Boa Vista e Serasa.

4.6 Análise de SWOT

	Forças (Strengths)	Fraquezas (Weaknesses)
Internas	<ul style="list-style-type: none"> - Conhecimento técnico. -Baixo custo para operação do escritório físico. -Serviços focados na necessidade do cliente. -Métodos de trabalhos inovadores e criativos -Equipe de trabalho especializado 	<ul style="list-style-type: none"> - Serviços que exigem tempo e disponibilidade onde inicialmente a equipe é reduzida. - Falta de pratica em alguns serviços oferecidos.
	Oportunidades (Opportunities)	Ameaças (Threats)
Externas	<ul style="list-style-type: none"> - Necessidade dos serviços, pois não há empresas que oferece o mesmo. - Crescimento de serviços oferecidos - Baixo custo de investimento - Grandes números de empresas que podem interessar nos serviços. - Escassez de concorrentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Serviços online de outras regiões oferecidos por algumas empresas do ramo. - Desconhecimento por partes dos clientes de empresas do ramo. - Autoconfiança da parte dos empreendedores em relação a seus negócios. - Situação econômica atual, o que faz os empreendedores locais investirem menos em recursos humanos.

4.7. Plano de Ação

O planejamento é à base da estrutura do plano de ação, porque é aqui que deverão ser definidas as principais atividades e respectivos recursos para executá-las.

Alcançar grandes resultados, ascender na carreira, realizar metas e objetivos com efetividade. Com certeza, esses elementos são desejados por todo profissional que busca sucesso. Para conseguir tudo isso, no entanto, é necessário planejar todos os passos e ter disciplina para cumpri-los. Nessa perspectiva, elaborar um plano de ação é uma forma de separar as etapas de elaboração da execução, obtendo um estudo mais detalhado de todas as atividades necessárias para atingir o objetivo.

TAREFAS (O QUÊ?)	QUANTIFICAÇÃO DA TAREFA (COMO?)	LOCAL (ONDE?)	RESPONSÁVEL (QUEM?)	FINALIDAD E (POR QUÊ?)
Recursos Humanos.	Recrutamento e Seleção; Palestras Corporativas.	Rubiataba- GO, Escritório ou Local que o cliente definir.	Administradora e Consultora.	Desenvolvimento, motivação e capacitação de equipe.
Marketing	Promoção do produto Serviços de divulgações.	Redes sociais: Instagram Facebook	Empreendedora do negócio e secretária.	Promover o negócio do cliente e aumentar a demanda por serviços ou produtos ofertados.

5. PLANO OPERACIONAL

5.1. Localização do negócio

A Matias Consultoria estará localizada no setor Bela Vista da cidade de Rubiataba -Go. Quando se pensa em localização, é inevitável avaliar por quanto tempo o negócio poderá permanecer ali em caso de sucesso.

No caso de uma empresa de consultoria o local não precisa ser no centro da cidade, porem o setor Bela Vista, fica próximo ao centro o que facilita a acessibilidade dos clientes e proporciona uma redução de custo para a empreendedora por ser um ponto de comercio próprio.

5.2 Layout

5.2.1 Área da empresa

É importante para qualquer empresa ter uma projeção de como será seu espaço físico, lembrando sempre de fatores como a segurança, conforto dos funcionários, sinalização e facilidade de acessos às máquinas. Um bom planejamento em layout pode trazer benefícios expressivos como: Redução de custos, aproveitamento de espaço, logística de infraestrutura e o mais evidente qualidade e satisfação do atendimento prestado.

Figura 2



5.2.2 Descrição dos itens

1°- Área total da empresa

2°- Área administrativa

1- Bancada para o café

2- Carpete

3- Mesa de centro

4- Cadeiras de espera

5- Vaso de planta

6- Mesa para escritório

7- Cadeiras para secretaria e administradora

8- Cadeira para clientes

9- Armário para arquivos

10- Bebedouro

11-Ar condicionado

Em relação a banheiro e cozinha, serão usadas inicialmente as instalações ao lado do cômodo comercial onde reside à empreendedora.

5.3 Capacidade comercial

A Matias Consultoria tem capacidade de atender de 4 a 8 empresas por dia, levando em consideração que é reservado de 1 à 2 hora para o atendimento a cada cliente, podendo variar da necessidade do cliente para um maior tempo ou menor, destacando que o principal meio de atendimento é presencial na empresa do cliente ou local solicitado.

5.4. Processo de prestação de serviço

O processo de prestação de serviços da Matias consultoria segue várias etapas podendo ser descrita por cada serviço oferecido.

- Recrutamento e seleção (Validação do perfil desejado para início dos trabalhos, divulgação do perfil do candidato em mídias especializadas, captação e contato com potenciais candidatos, triagem de currículos, aplicação de dinâmica de grupo com os candidatos, seleção dos candidatos através de entrevistas comportamentais, encaminhamento dos candidatos selecionados para as entrevistas junto ao RH ou área de negócio.).
- Palestras corporativas (Entregar com eficiência uma mensagem específica à equipe, desenvolver competências comportamentais, melhorar a capacitação técnica dos colaboradores, trabalhar a reflexão dos colaboradores em um curto período, aumentar a senso de pertencimento dos colaboradores, diminuir a rotatividade.)
- Assessoria de RH (Usufruir das melhores práticas de RH, obter maior eficiência nos processos estratégicos, reduzir os custos de RH aumentar a satisfação no ambiente profissional, garantir maior flexibilidade em RH.)
- Promoção do Negócio (conhecimento da área de atuação do negocio, entender aonde o cliente quer chegar com seus produtos e serviços, descobrir os principais meios de atingir o publico alvo, criação de identidade visual para os empreendedores,

utilizar meio eficaz para divulgação do negócio, promover a marca e gerar lucratividade).

5.5 Dimensionamento de pessoal

A Matias Consultoria exige:

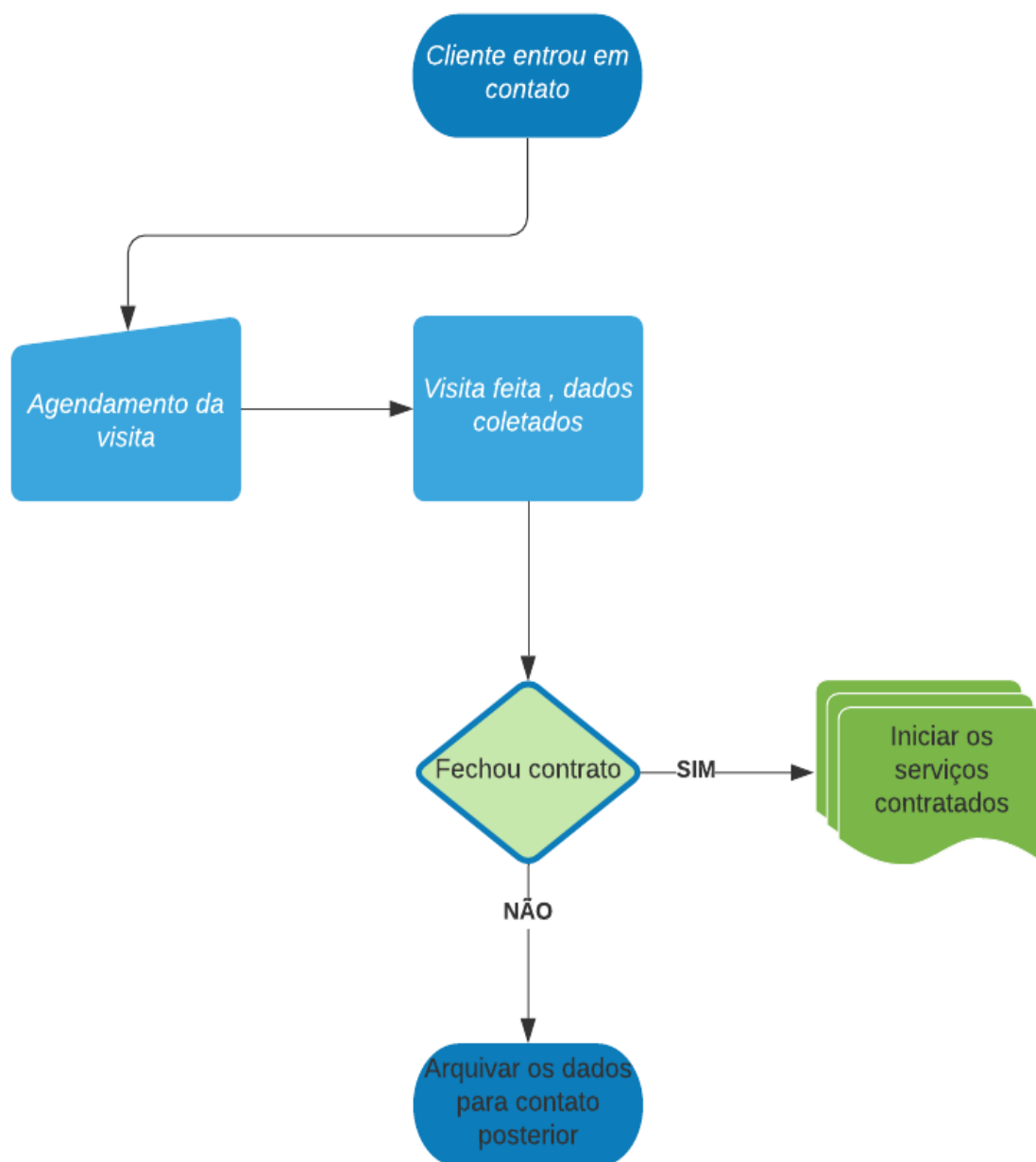
Proprietária/ Profissional em Administração: responsável pela parte administrativa dos negócios, captação de recursos, planejamento e controle da organização, captação de clientes e coordenadora dos projetos interno e externos.

Consultora empresarial: responsável pelo serviço oferecido pela empresa, diagnósticos da situação dos clientes, captação de clientes, desenvolvedora dos projetos e processos de recrutamento, promotora das palestras corporativas e assessoria de RH dos clientes. Profissional que possui um MBA (Mestre em Administração de Negócios) na área de recursos humanos.

Secretária: responsável pelo atendimento inicial ao cliente, controle de toda agenda e programação passada pela consultora e proprietária, organização do escritório, limpeza, fazer o café, controle de arquivo, atender ligações, controle das redes sociais da empresa e postagens referentes ao serviço de promoção do negócio, divulgação e marketing da empresa.

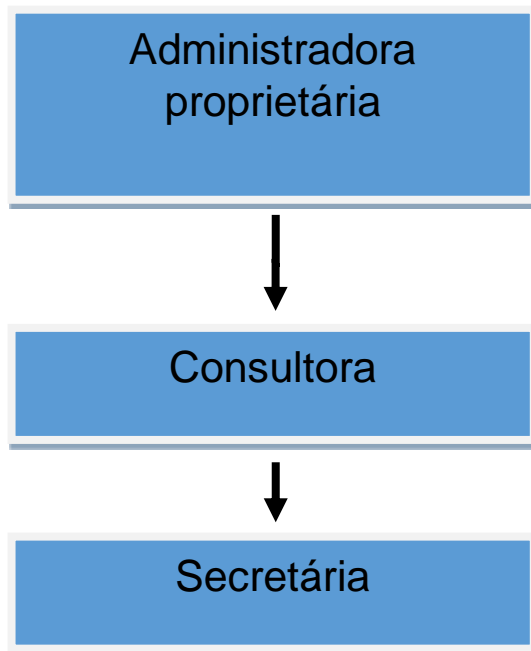
5.6 Fluxogramas de prestação de serviços

Figura 3



5.7 Organograma

Figura 4



6. PLANO FINANCEIRO

6.1 Estimativas dos investimentos fixos e financeiros

Para a abertura de um negócio é necessário a estimativa de investimentos fixos e financeiros. Os móveis, equipamentos e utensílios para implantar a empresa Matias Consultoria serão todos quantificados, listados e orçados conforme a apresentação dos investimentos fixos demonstrados na tabela a baixo:

Tabela 1

Maquinas e equipamentos			
Descrição	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Computador de mesa completo	1	R\$ 1.750,00	R\$ 1.750,00
Notebook	1	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00
HD externo	1	R\$ 329,00	R\$ 329,00
Impressora HP multifuncional	1	R\$ 1.799,00	R\$ 1.799,00
Roteador Wifi	1	R\$ 169,00	R\$ 169,00
Bebedor de Agua refrigerado	1	R\$ 377,91	R\$ 377,91

Projektor Multimidia Epson	1	R\$ 1.799,91	R\$ 1.799,91
Maquina de cartão de credito e debito	1	R\$ 838,80	R\$ 838,80
Ar condicionado	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Telefone Fixo	1	R\$ 89,90	R\$ 89,90
Subtotal			R\$ 10.453,52
Móveis e Materiais			
Descrição	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Mesa para escritório	2	R\$ 250,00	R\$ 500,00
Cadeira para escritório presidencial	2	R\$ 199,00	R\$ 398,00
Cadeira para cliente	4	R\$ 129,00	R\$ 516,00
Cadeira entrelaçar (Com 3 cadeiras)	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
Quadro de pinturas	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Carpete	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Mesa de centro	1	R\$ 129,00	R\$ 129,00
Bancada para café	1	R\$ 141,99	R\$ 141,99
Garrafa de café	1	R\$ 25,00	R\$ 25,00
Jogo de xícaras	1	R\$ 85,00	R\$ 85,00
Copos descartáveis	2	R\$ 10,00	R\$ 20,00
Produtos de Limpeza Geral	1	R\$ 70,00	R\$ 70,00
Resma de papel A4	4	R\$ 40,00	R\$ 160,00
Canetas	4	R\$ 1,00	R\$ 4,00
Lápis	4	R\$ 0,75	R\$ 3,00
Borracha	2	R\$ 1,00	R\$ 2,00
Grampeador	2	R\$ 6,50	R\$ 13,00

Apontador	2	R\$ 2,50	R\$ 5,00
Grampos	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Régua	1	R\$ 2,50	R\$ 2,50
Agenda atual	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
Calculadora	2	R\$ 14,99	R\$ 29,98
Extrator	2	R\$ 3,50	R\$ 7,00
Lixeira	2	R\$ 15,00	R\$ 30,00
Subtotal			R\$ 2.534,99

Investimento Financeiro

Estoque Inicial			R\$ 500,00
Capital de Giro			R\$ 5.000,00
Subtotal			R\$ 5.500,00
TOTAL			R\$ 18.488,51

6.2 Estimativas do investimento pré-operacional

Antes da implantação da empresa são realizados investimentos pré-operacionais, os quais seguem listados abaixo:

Tabela 2

Investimento pré-operacional	
Descrição	Valor
Documentação / abertura	R\$ 2.000,00
Reforma infraestrutura	R\$ 5.000,00
TOTAL	R\$ 7.000,00

6.3 Balanço patrimonial inicial

O balanço patrimonial inicial demonstrará o equilíbrio financeiro antes da primeira demonstração de resultado, pois ainda não ocorreu início das atividades produtivas, não houve custos com produção, despesas e formação de receitas.

Tabela 3

Balanço Patrimonial			
Ativo		Passivo	
Ativo Circulante		Passivo Circulante	
Caixa	R\$ 200,00	Exigível longo prazo	
Estoque	R\$ 500,00	Financiamento	R\$ 26.000,00
Ativo não Circulante		Patrimônio Líquido	
Imobilizado	R\$ 30.300,00	Capital Inicial	R\$ 5.000,00
TOTAL	R\$ 31.000,00	TOTAL	R\$ 31.000,00

6.4 Estimativas do faturamento mensal da empresa

O faturamento anual da empresa Matias Consultoria, tem como base uma média de prestação de serviços realizados no mês, o que pode variar com a demanda do mercado. Tendo em vista que a empreendedora é determinada e pretende ir atrás da media estabilidade nessa estimativa.

Tabela 4

Estimativa de faturamento mensal			
Descrição do serviço	Quantidade	Valor unitário	Valor total
1.Recrutamento e seleção			
Subtotal			R\$ 10.838,50
2.Palestra Cooperativas	10	R\$ 500,00	R\$ 5.000,00
Subtotal			R\$ 5.000,00
3. Acessoria em RH (4 horas diárias)	32 horas /mês	R\$ 150,00	R\$ 4.800,00
Subtotal			R\$ 4.800,00
4. Promoção do Negócio	30	R\$ 200,00	R\$ 5.000,00
Subtotal			R\$ 5.000,00
TOTAL			R\$ 25.638,50

6.5 Estimativas do faturamento anual

Tabela 5

Estimativa de faturamento anual		
Meses	Valor mensal	Valor Anual
12	R\$25.638,50	R\$ 307.662,00

6.6 Estimativas das deduções da Receita

As vendas anuais foram estimadas R\$ 307.662,00 (trezentos e sete mil seiscentos e sessenta e dois reais). A alíquota do imposto é de 6.54% de acordo com o enquadramento do simples nacional. Sendo assim as deduções serão de:

Tabela 6

Estimativa de dedução da receita			
Descrição	%	Faturamento Total	Custo total
1. Impostos			
Simple Nacional	8,00%	R\$ 307.662,00	R\$ 24.612,96

6.7 Estimativas de custos com aquisição de materiais mensal e anual

Para o funcionamento da empresa Matias Consultoria é necessário gasto com matérias para escritório e de limpeza.

6.7.1 Estimativa de custo com aquisição de matérias mensal.

Tabela 7

Estimativa de custo com materiais mensal			
Item	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Papel A4	2	R\$ 10,00	R\$ 20,00
Canetas	4	R\$ 2,50	R\$ 10,00
Lápis	4	R\$ 2,50	R\$ 10,00
Cartões de Visitas	50	R\$ 1,50	R\$ 75,00
Insumos com limpeza e café	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
TOTAL			R\$ 165,00

6.7.2 Estimativa de custo com aquisição de matérias anual.

Tabela 8

Estimativa de custo com materiais anual		
Meses	Valor mensal	Valor Anual
12	R\$ 165,00	R\$ 1.980,00

6.8 Estimativas de custo com depreciação

Tabela 9

Estimativas de custo com depreciação				
Descrição	Total Investido	Depreciação	Valor anual	Valor mensal
Computador de mesa completo	R\$ 1.750,00	3	R\$ 583,33	R\$ 48,61
Notebook	R\$ 1.800,00	3	R\$ 600,00	R\$ 50,00
HD externo	R\$ 329,00	3	R\$ 109,67	R\$ 9,14
Impressora HP multifuncional	R\$ 1.799,00	7	R\$ 257,00	R\$ 21,42
Roteador Wifi	R\$ 169,00	5	R\$ 33,80	R\$ 2,82
Bebedor de Água refrigerado	R\$ 377,90	5	R\$ 75,58	R\$ 6,30
Projektor Multimídia Epson	R\$ 1.799,91	6	R\$ 299,99	R\$ 25,00
Maquina de cartão de credito e debito	R\$ 838,80	3	R\$ 279,60	R\$ 23,30
Ar condicionado	R\$ 1.500,00	5	R\$ 300,00	R\$ 25,00
Telefone Fixo	R\$ 89,90	5	R\$ 17,98	R\$ 1,50
TOTAL	R\$ 10.453,51		R\$ 2.556,95	R\$ 213,08

Depreciação é a perda ou valor de bens devido ao uso. Com o decorrer dos anos, os equipamentos utilizados vão se desgastando, ou se tornam ultrapassados. Com isso é necessária uma reposição dos mesmos. Sendo demonstrado na tabela seguinte.

6.9 Custos com Mão – de - obra anual

Para empresa Matias Consultoria é de extrema importância a valorização do profissional que nela atua e o pagamento em dias de seus direitos e deveres. Segue a tabela especificando os valores devidos.

Tabela 10

Custo com Mao - de - obra			
Descrição	Quantidade	Total mensal	Total anual
Pró- Labore	1	R\$ 3.200,00	R\$ 38.400,00
Encargos sob pro- labore	-	R\$ 800,00	R\$ 9.600,00
Salários de funcionários	1	R\$ 1045,00	R\$ 12.540,00
Encargos sob salário de funcionários (8%)	-	R\$ 73,00	R\$ 876,00
TOTAL		R\$ 5.118,00	R\$ 61.416,00

6.10 Estimativas de custo fixo e variável

Tabela 11

Custo fixo e variáveis		
Custo fixo	Valor mensal	Valor Anual
Mão de obra e encargos	R\$ 5.118,00	R\$ 61.416,00
Depreciação	R\$ 213,08	R\$ 2.556,95
Manutenção /Conservação	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
Subtotal		R\$ 65.172,95
Custo Variáveis	Valor mensal	Valor Anual
Custo de materiais	R\$ 165,00	R\$ 1.980,00
Custo com Agua/Energia	R\$ 120,00	R\$ 1.440,00
Subtotal		R\$ 3.420,00
TOTAL		R\$ 68.592,95

6.11 Demonstrativo de Resultado do Exercício

O demonstrativo contábil , tem por finalidade identificar o lucro ou prejuízo do negocio , segue abaixo a DRE da empresa Matias Consultoria.

Tabela 12

DRE - Demonstrativo do resultado do Exercício	
Receita bruta	R\$ 307.662,00
(-) Dedução da receita	R\$ 24.612,96
(=) Receita liquida	R\$ 283.049,04
(-) CMV	R\$ 68.592,95
(=) Resultado operacional	R\$ 214.456,10
(-) Despesas	R\$ 1.980,00
(=) Lucro ou prejuizo	R\$ 212.476,10

6.12 Indicadores de Viabilidade

6.12.1 Margem de contribuição

É o cálculo feito para identificar o valor ou percentual que sobra das vendas, menos o custo direto variável e as despesas variáveis. A margem de contribuição representa o quanto à empresa tem para pagar de cada um real de receita os custos variáveis.

$$\text{I.M.C.} = \frac{\text{Receita bruta} - \text{Custos Variáveis Totais}}{\text{Receita Bruta}}$$

$$\text{I.M.C.} = \frac{307.662,00 - 3.420,00}{307.662,00}$$

$$\text{I.M.C} = 0,98 \text{ ou } 98\%$$

6.12.2 Ponto de equilíbrio

É o período gasto para recuperar o investimento, por meio de fluxo de caixa líquido gerado no decorrer das atividades.

$$\text{P.E.} = \frac{\text{Custo fixo} + \text{Despesa Fixa Total}}{\text{Índice margem de contribuição}}$$

$$\text{P.E} = \frac{65.172,95 + 1.980,00}{0,98}$$

$$\text{P.E} = 68.533,41$$

Esse resultado demonstra que a Matias Consultoria precisará vender R\$ 68.533,41 anuais em faturamento ou R\$ 5.711,11 mensais, para cobrir todos os seus gastos.

Como a empresa Matias Consultoria tem a estimativa mensal bruta de R\$ 25.638,50, ela consegue ultrapassar seu ponto de equilíbrio, ficando assim evidente a VIABILIDADE do plano de negócio a ser implantado.

6.12.3 Lucratividade

Lucratividade é um conceito de referência para medir o lucro líquido anual em relação às vendas. O lucro da Matias Consultoria é de 69% anual sobre o valor vendido.

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro líquido} \times 100}{\text{Receita Total}}$$

$$\text{Lucratividade} = \frac{212.476,10 \times 100}{307.662,00} = 69\%$$

6.12.4 Rentabilidade

Rentabilidade é o indicador de atratividade dos negócios, onde mede o retorno do capital investido. É obtido sob a forma de percentual por unidade de tempo.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Investimento total}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{212.476,10}{31.000,00} \times 100 = 685\%$$

Isso quer dizer que a cada ano a empresa recupera 685% do investido anualmente ou 57% mensais do valor investido através do lucro líquido.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS – AVALIAÇÃO DO PLANO

Para a implantação de um plano de negócio é necessário várias análises de mercado, pesquisa de campo, estimativas de custo, lucratividade, rentabilidade entre outros.

Nesse plano de negócios todas essas análises foram feitas, no qual identificamos a falta de oferta desse ramo de serviços na região de Rubiataba -GO e a aceitação e necessidade dos empreendedores questionados caso uma empresa do ramo fosse implantada na cidade.

Em relação às estimativas de lucro, foram todas positivas o que viabiliza a implantação do plano de negócios. O ponto de equilíbrio quantificado no plano financeiro foi superado em uma alta proporção pelo lucro líquido mensal obtido e evidenciado no Demonstrativo de Resultado do Exercício.

A Matias Consultoria está sendo projetada para trazer um diferencial competitivo, focada em um determinado serviço e aperfeiçoando cada vez mais com cursos e treinamentos da parte da consultora, administradora e proprietária, visando a lucratividade e o envolvimento interpessoal efetivo e eficiente dos colaboradores de seus clientes resultando assim no almejado sucesso financeiro, pessoal e social.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos estratégicos e dinâmicos**. São Paulo: Atlas, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio**. - 2.ed. rev. e atualizada. - São Paulo: Saraiva, 2007.

CONCEITO DE MARKETING **ADMINISTRADORES.COM**. Ricardo Garcia, 18 de abril de 2012. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/o-conceito-de-marketing/62968/>>. Acesso em: 30 de junho de 2020.

CONSULTORIA EMPRESARIAL **PORTAL ADMINISTRAÇÃO**. São Paulo, 18 de jan.2015. Disponível em: <<http://www.portal-administracao.com/2015/01/consultoria-empresarial-conceito-e-etapas.html>>. Acesso em : 30 de junho de 2020.

CONTABILIDADE SIMPLES NACIONAL **CONTABILIZEI**. RJ, 22 de junho de 2020. Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/tabela-simples-nacional-completa/>>. Acesso em: 30 de junho de 2020.

DIREITOS E DEVERES DO MEI **PORTAL SEBRAE**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/direitos-e-deveres-do-mei,b6d5d4361e3c8410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 30 de junho de 2020.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

DOLABELA, Fernando. **Empreendedorismo a base da Pirâmide**. São Paulo: Elsevier, 2010.

ESTATÍSTICAS DO CADASTRO CENTRAL DE EMPRESAS **CIDADES IBGE.**

Disponível em:

<https://cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=521890&idtema=165&search=goias%7Crubiataba%7Cestatisticas-do-cadastro-central-de-empresas-2015>.

>Acesso em: 30 de junho de 2020.

KNECHTEL, Maria do Rosário. **Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada.** Curitiba: Intersaberes, 2014

MERCADO DE CONSULTORIA EM ALTA NO BRASIL **ABRACEM.** São Paulo, 6 de março de 2015. Disponível em: <https://www.abracem.com.br/mercado-de-consultoria-em-alta-no-brasil/>. > Acesso em: 30 de junho de 2020.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Manual de consultoria empresarial: conceitos, metodologias, práticas.** 11 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

RAYOL, Marcus Kleber Bentes, MOREIRA, Heber Lavor. A importância do plano de negócio para o sucesso do empreendimento. Disponível em: <http://peritocontador.com.br/wp-content/uploads/2015/05/Marcus-Kleber-Bentes-Rayol-A-Import%C3%A2ncia-do-Plano-de-Neg%C3%B3cio-para-o-Sucesso-do-Empreendimento.pdf>> Acesso em : 30 de junho de 2020.

RUBIATABA ESTATÍSTICAS **CIDADES IBGE.** 2020. Disponível em:

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/go/rubiataba/pesquisa/19/29761?localidade1=520540&localidade2=522160> >Acesso em: 30 de junho de

2020.

TABELA SIMPLES NACIONAL. Disponível em: <https://sindadm.org/tabela-de-honorarios-do-administrador/>. >Acesso em: 30 de junho de 2020.

ANEXOS

Pesquisa de campo – Faculdade Evangélica de Rubiataba-GO

Curso: Administração

Acadêmica: Wanessa Matias Batista

O objetivo dessa pesquisa é viabilizar a abertura de uma empresa de consultoria, que atuara na área de estratégia e negócios, marketing e gestão de recursos (pessoal), apresentando uma nova proposta de consultoria empresarial, focada em atender a necessidade do seu público alvo com estratégias estudadas e efetivas sendo especializada em gestão de equipe e marketing empresarial.

1. Há quanto tempo a sua empresa está no mercado?

menos que 1 ano 1 a 2 anos 3 a 5 anos mais de 5 anos mais de 10 anos

2. Qual o número de funcionários da sua empresa?

- Menos de 10 empregados
- De 10 a 39 empregados
- De 40 a 99 empregados
- Mais de 100 empregados

4. Qual o nível de satisfação com o seu negócio?

- Muito satisfeito
- Satisfeito
- Insatisfeito

5. Quais possíveis pontos de melhoria que você gostaria de ter em sua empresa?

- Atendimento
- Qualidade nos serviços prestados
- Qualificação dos funcionários
- Melhoria na comunicação
- Espaço físico
- Outros _____

6. Atualmente, o senhor(a) contrataria um serviço de consultoria para sua empresa?

Sim

Não

7. Se respondeu “sim”: Para qual área o senhor (a) contrataria um serviço de consultoria?

Gestão de Pessoas

Marketing

Financeira

Qualidade

8 A sua empresa já contratou algum serviço de consultoria?

Sim

Não

9 Se sim, qual o nível de satisfação que obteve com os resultados?

Excelente

Bom

Regular

Péssimo

10 Caso a resposta seja “não”, responda por quê nunca contratou um serviço de consultoria.

Por não conhecer uma empresa de consultoria

Por não confiar

Preço

Outros _____

11. Quanto o senhor (a) estaria disposto a pagar por um serviço de consultoria em sua empresa?

Até R\$5.000,00

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

De R\$10.001,00 a R\$20.000,00

Acima de R\$20.000,00

Não sei responder