

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB

Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA

Curso de Administração – CADM

PLANO DE NEGÓCIOS: Execut Consultoria

LÍVIA PRISCILA ALBUQUERQUE MAURICIO

João Pessoa

Maio 2018

LÍVIA PRISCILA ALBUQUERQUE MAURICIO

PLANO DE NEGÓCIOS: Execut Consultoria

Trabalho de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do Grau de Bacharela em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

Professor (a) Orientador (a): Suelle Cariele de Souza e Silva

João Pessoa

Maio 2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

A345p Albuquerque Mauricio, Lívia Priscila de.
PLANO DE NEGÓCIOS: Execut Consultoria / Lívia Priscila de
Albuquerque Mauricio. – João Pessoa, 2018.
50f.

Orientador(a): Prof^a Msc. Suelle Cariele de Souza e Silva.
Trabalho de Conclusão de Curso (Administração) – UFPB/CCSA.

1. Plano de Negócios. 2. Empreendedorismo . 3. Consultoria. I. Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU:658(043.2)

Folha de aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso
do Bacharelado em Administração

Aluno: Lívia Priscila Albuquerque Mauricio

Trabalho: Plano de Negócios: Execut Consultoria

Área da pesquisa: Estratégia, Inovação e Empreendedorismo.

Data de aprovação:

Banca Examinadora

Orientador: Suelle Cariele de Souza e Silva

Membro: Rosivaldo de Lima Lucena

Dedico a minha mãe este trabalho. A ela que me deu todo suporte necessário para sonhar e realizar meus projetos.

AGRADECIMENTOS

Muitas coisas acontecem na nossa vida e detalhes podem mudar tudo. Acredito haver “detalhes que mudam tudo”, em todos os momentos, chamamos de segundos e significamos nas nossas escolhas.

Agradeço primeiramente a Deus, por estar comigo nesses anos de curso. Pelo amparo nos momentos tristes e companhia sempre.

Aos meus amigos de curso, aos mais antigos e aos mais recentes, que estiveram comigo nos momentos que mais precisei e em sua maioria fora da sala de aula.

Aos amigos distantes que, mesmo de longe, sempre torceram por mim.

Gostaria de fazer uma consideração especial à Andressa Sullamyta, por ter me acolhido em uma etapa tão difícil quanto essa e ter dado suas palavras encorajadoras quando não tinha forças sequer para acreditar.

Por fim, agradeço a minha mãe e ao meu irmão Fernando por terem “segurado as pontas” comigo durante todos esses anos. Amo vocês e espero que vocês saibam disso.

*Não te mandei eu? Esforça-te, e tem bom
ânimo; não temas, nem te espantes; porque o
Senhor teu Deus é contigo, por onde quer que
andares.*

Bíblia Sagrada, Livro de Josué 1:9.

SUMÁRIO EXECUTIVO

A Execut Consultoria será uma microempresa individual de consultoria empresarial e pessoal, com foco em empreendedores que estejam na fase de abertura de um negócio, e foco na área de marketing e vendas para organizações. A partir da análise do macro ambiente, bem como os dados da pesquisa de mercado, constatou-se que o mercado de consultoria, em João Pessoa, está aquecido. É importante destacar a utilização da metodologia do SEBRAE na construção orientação do Plano de Negócios. Contudo, na área de vendas e marketing, com foco em capacitação de equipes e estruturação de setor de vendas, ainda há espaço para entrada de novos empreendimentos. Assim, percebeu-se uma oportunidade de atuação. Nos seus cinco primeiros anos, planeja-se que a Execut Consultoria atue com apenas um funcionário, o próprio dono. Após a vivência destes cinco anos de adaptação ao mercado, será iniciado o processo de expansão, momento no qual ocorrerá contratação de novos consultores, de acordo com a necessidade. Foi definido que o local de fixação do escritório da empresa, previsto para ser inaugurado em dezembro de 2018, será no centro de João Pessoa; por ser um local de fácil acesso, com empresas nas proximidades e bom fluxo durante o horário comercial. Conforme a pesquisa realizada de potenciais espaços, o ambiente escolhido já contará com alvará de funcionamento dos órgãos que forem necessários.

Como resultado do plano financeiro há a viabilidade financeira comprovada, com lucratividade de 19,67%, rentabilidade de 24,63% ao mês os dois indicadores e com prazo de retorno de 0,88 ano.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Logo	31
Figura 2 - Layout Da Sala.....	35
Figura 3 - Fluxograma Do Macroprocesso.....	36

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Idade X Motivação Empreendedora	23
Gráfico 2 - Motivos Da Contratação	23
Gráfico 3 - Pontos De Melhorias.....	24
Gráfico 4 - Tempo De Mercado X Interesse Em Consultoria	25

LISTA DE QUADROS

quadro 1 - Dados Dos Sócios	12
Quadro 2 - Análise Swot	17
Quadro 3 - Público Alvo.....	18
Quadro 4 - Concorrente - Eja Consultoria.....	18
Quadro 5 - Concorrente: Máxima Consultoria.....	19
Quadro 6 - Posicionamento De Mercado	30
Quadro 7 - Descrição De Cargo	35
Quadro 8 - Móveis E Utensílios	37
Quadro 9 - Estoque Inicial.....	37
Quadro 10 - Contas A Receber.....	38
Quadro 11 - Fornecedores	38
Quadro 12 - Recursos Da Empresa Fora Do Seu Caixa	38
Quadro 13 - Recursos De Terceiros No Caixa Da Empresa.....	38
Quadro 14 - Caixa Mínimo.....	38
Quadro 15 - Capital De Giro	39
Quadro 16 - Investimentos Pré-Operacionais.....	39
Quadro 17 - Investimento Total.....	39
Quadro 18 - Produtos E Serviços	39

Quadro 19 - Faturamento Total	40
Quadro 20 - Custo Por Serviço.....	40
Quadro 21 - Estimativas Dos Custos De Comercialização	40
Quadro 22 - Apuração Do Custo - Produtos.....	41
Quadro 23 - Depreciação	41
Quadro 24 - Manutenção	41
Quadro 25 - Custos Fixos	42
Quadro 26 - Dre	43
Quadro 27 - Indicadores	43
Quadro 28 - Projeção	43

LISTA DE SIGLAS

IBCO	Instituto Brasileiro de Consultores Organizacionais
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
SEBRAE	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
PMS	Pesquisa Mensal de Serviços

SUMÁRIO

1	Descrição Do Empreendimento.....	12
1.1	Dados Do Empreendimento	12
1.2	Dados Dos Sócios.....	12
1.3	Orientadores Estratégicos Da Organização	12
1.4	Capital Social E Fonte De Recursos.....	13
2	Análise Do Mercado	14
2.1	Análise Do Ambiente Externo	14
2.2	Análise Do Ambiente Interno.....	15
2.3	Análise Swot.....	17
2.4	Estudo Dos Clientes	18
2.4.1	Público-Alvo	18
2.5	Estudo Dos Concorrentes	18
3	Pesquisa De Mercado	21
3.1	Pessoas Físicas	22
3.2	Pessoas Jurídicas	24
4	Plano De Marketing	27
4.1	Preço	27
4.1.1	Estratégias De Precificação	27
4.2	Promoção.....	27
4.2.1	Estratégias De Promoção E Divulgação.....	28
4.3	Pessoas.....	28
4.4	Praça	29
4.5	Definição Do Posicionamento De Mercado	29
4.6	Definição Da Marca	30
4.7	Produto	31
4.7.1	Ciclos De Vida Dos Serviços	31
4.7.2	Marketing De Relacionamento.....	33
4.7.3	Estratégias De Responsabilidade Social Alinhadas Aos Objetivos Da Empresa.....	34
5	Plano Operacional.....	35
5.1	Layout.....	35
5.2	Capacidade Instalada E Necessidade E Pessoal	35
5.3	Macroprocesso.....	36
6	Plano Financeiro.....	37

6.1	Investimentos Fixos.....	37
6.2	Estoque Inicial.....	37
6.3	Caixa Mínimo.....	37
6.4	Capital De Giro	38
6.5	Investimento Total.....	39
6.6	Faturamento Mensal	39
6.7	Projeção Das Receitas:	40
6.8	Custo Unitário	40
6.9	Custo De Comercialização	40
6.10	Apuração Do Custo De Md E/Ou Mv	41
6.11	Custos Com Depreciação	41
6.12	Custos De Manutenção.....	41
6.13	Custos Fixos Operacionais Mensais.....	42
6.14	Projeção Dos Custos:.....	42
7	Demonstrativo Dos Resultados.....	43
7.1	Indicadores De Viabilidade	43
7.2	Lucratividade.....	Erro! Indicador não definido.
7.3	Rentabilidade.....	Erro! Indicador não definido.
7.3.1	Prazo De Retorno Do Investimento.....	Erro! Indicador não definido.
8	Decisão Gerencial	45
	Apêndice	Erro! Indicador não definido.

1 DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO

Neste capítulo, são apresentados os dados descritivos do empreendimento necessários para compreensão geral da natureza do negócio e suas características de mercado.

1.1 Dados Do Empreendimento

- **Razão Social:** Lívia Priscila Albuquerque MEI.
- **Nome Fantasia:** Execut Consultoria.
- **Forma Jurídica:** Microempreendedor individual.
- **Ramo de atividade:** (7020-4/00) Atividade de Consultoria em Gestão Empresarial.
- **Setor de Atividade:** Prestação de Serviços.
- **Enquadramento tributário:** Optante pelo SIMPLES Nacional.
- **Número de funcionários:** 1 nos cinco primeiros anos; contratação conforme a necessidade após os cinco primeiros anos de adaptação ao mercado.

1.2 Dados dos sócios

Quadro 1 - Dados dos sócios

Nome do sócio	Perfil/Cargo	Atribuições	Telefone
Lívia Priscila Albuquerque	Administradora Proprietária	Administração geral, prospecção e recepção das consultorias, realização das consultorias, decisões estratégicas.	(83) 9999 18338

Fonte: Elaboração própria

1.3 Orientadores Estratégicos Da Organização

Missão: Auxiliar nossos clientes para que seus objetivos organizacionais sejam alcançados com excelência e contribuir para o desenvolvimento de oportunidades com competência, confiabilidade e profissionalismo.

Visão: Ser referência no mercado paraibano com excelência, reconhecida pelo seu profissionalismo e bons resultados, objetivando fortalecer sua imagem no ramo de Consultoria em João Pessoa.

Valores:

- **Foco no Cliente:** as prioridades, necessidades e resultados dos clientes sempre devem ser observados e priorizados, dentro das normas e éticas da organização.
- **Ética:** toda ação dos nossos colaboradores deve ser baseada na transparência, respeito, senso de justiça e zelo pelo ser humano e seus direitos.
- **Empreendedorismo:** ter como foco a busca por soluções que contribuam para com a empresa.
- **Profissionalismo:** ter responsabilidade com a marca e imagem da empresa, buscando a excelência no trato com os clientes e parceiros.
- **Busca por excelência:** busca contínua por melhoria, e excelência nos serviços prestados.

1.4 Capital Social e Fonte De Recursos

O capital social da organização será composto 100% por capital da sócia Lívia Priscila Albuquerque. A fonte de recursos será própria, sem envolver terceiros ou instituições financeiras.

2 ANÁLISE DO MERCADO

Neste capítulo é apresentada a situação do mercado atual em relação à área de atuação da empresa proposta, considerando o setor de consultoria e suas particularidades.

2.1 Análise Do Ambiente Externo

Os fatores tecnológicos são fundamentais na atualidade. Não é recomendado que uma empresa não possua o mínimo de tecnologia como suporte para sua produção de produtos ou serviços. Assim, uma das maiores dificuldades encontradas é a de não só saber o que é necessário utilizar e implementar, mas saber como utilizar e obter melhorias disso. A Execut Consultoria irá posicionar-se de maneira que consiga, dentro das suas possibilidades, abranger o maior número de tecnologias relevantes para a área possível.

Para que o cliente não necessite deslocar-se até à empresa sem real necessidade, assim como o consultor, serão utilizados os meios de comunicação virtuais em tempo real preferidos pelo cliente e de alcance do consultor para o melhor relacionamento e sequente redução de custos. A saber: e-mails, telefonemas, grupos em redes sociais, site, dentre outros.

Para que o atendimento seja da melhor maneira possível, será feita uma planilha no Microsoft Excel, onde haverá um padrão de dados baseados na Gestão de Relacionamento com o Cliente. O mesmo será feito no começo de cada consultoria e desenvolvido no decorrer da mesma. Além disso, será estimulada a implementação da Computação em Nuvem, onde arquivos possam ser visualizados de qualquer lugar, sem a necessidade da instalação de arquivos. Trata-se de uma ferramenta essencial de suporte ao consultor e futuros analistas comerciais, trazendo maior segurança para seus arquivos e para imprevistos tecnológicos.

A Execut Consultoria ainda estará conectada aos seus clientes pelas redes sociais, com perfis elaborados nas mais relevantes, julgadas pela empresa – Facebook, Linkedin e Instagram, possibilitando maior contato com a clientela presente e futura, saber as tendências para publicidades/propagandas e para arrecadar informações sobre os potenciais concorrentes. Também estará conectada com os seus clientes e parceiros por meio de um site institucional.

A empresa irá disponibilizar *smartphone* no qual seja possível o relacionamento com o cliente. O mesmo será utilizado exclusivamente para este fim possibilitando a organização dos colaboradores, e agilizando e estreitando a comunicação consultor-cliente. Além disso, haverá a disseminação da gestão do conhecimento na Execut Consultoria, ou seja, os fatos, práticas e ferramentas utilizadas serão arquivadas em uma planilha (no Microsoft Excel), e

disponibilizadas para os novos funcionários, os antigos que precisarem das informações, ou os terceirizados. Dessa maneira, haverá menor risco de perda de informações que servirão de suporte para indicadores, além de agilizar o processo de adaptação de um novo funcionário.

Como a empresa Execut Consultoria é nova no mercado de João Pessoa, conclui-se que serão necessários métodos para conquistar clientes e idealizá-los. O mercado ainda se mostra dependente de relações com seus clientes e parceiros por telefone. Porém, a Internet vem sendo utilizada em grande escala e deve ser aproveitada como recurso de captação e retenção da clientela, pois tanto as pessoas físicas como jurídicas as utilizam, captando, assim, boa parcela do mercado. Ainda é importante notar que as organizações com mais tempo de mercado tendem a dar mais importância ao serviço de consultoria.

Sobre as formas de pagamento, a sociedade, em geral, as avalia nas diversas lojas como eficientes. Isso retrata o posicionamento que a Execut Consultoria deve tomar no mercado perante esse fator, já que é considerada eficiente pela população, a organização deve se adequar ao nível do mercado, ou seja, aceitar cartões, cheques, dinheiro em espécie e pagamentos por aplicativos.

Conforme os dados da sua pesquisa de mercado, a qualidade dos serviços prestados é vista como mediana pela população. Assim, a Execut Consultoria entende a necessidade de excelência e profissionalismo para seu desenvolvimento comercial. Além do enfoque no atendimento que é uma das maiores exigências do mercado, tanto em pessoas físicas quanto nas jurídicas.

Para a abertura e funcionamento de uma empresa de consultoria em questão existem alguns aspectos legais que devem ser avaliados, como Alvará de Funcionamento. O enquadramento utilizado de tributos será pelo Simples, dando mais concisão aos pagamentos e facilitando os processos.

2.2 Análise Do Ambiente Interno

A Execut Consultoria irá contar com um funcionário variável, além do consultor fixo, podendo utilizar-se da contratação para projetos específicos de outras pessoas como terceirizadas, ou mesmo empresas, caso a situação exija. O ambiente contará com uma sala simples, mas bem arranjada com a finalidade de receber os clientes e comportar a rotina de trabalho dos consultores, equipada com cadeiras e uma mesa de escritório, com impressora e todos os recursos tecnológicos necessários como computadores, telefones, monitores, condicionadores de ar, bebedores, etc.

A empresa irá investir fortemente em Marketing e Publicidade, para que seja notada e bem reconhecida no mercado. Além disso, irá defender o contato com clientes em redes sociais e meios tecnológicos para que as relações possam ficar sempre mais acessíveis aos nossos clientes. Contando com atendimento *online*, no site da empresa haverá agendamento de reuniões virtuais, presenciais ou por telefone. Para isso, os funcionários serão capacitados em meios eletrônicos/digitais para garantir o bom funcionamento dos encontros. A Execut Consultoria irá prezar pela excelência nesse aspecto, como em todos os outros.

A Execut, sendo uma empresa de prestação de serviços, desenvolverá estratégias de fidelização e captação de clientes e de divulgação como, maior facilidade no pagamento, podendo ser à vista ou no cartão. A boa localização também irá influenciar de maneira positiva, visto que o bairro no qual a empresa será localizada é central e de fácil acesso; mesmo que esse fator não tenha sido apontado como de extrema importância na pesquisa de mercado, pois se entende que, na maioria dos casos, o consultor irá à empresa do cliente e, dificilmente, o contrário ocorra. A Execut Consultoria irá funcionar em horário comercial, de segunda a sexta das 8h às 18h, e aos sábados das 8h às 12h, sendo exclusivo para visitação à empresa, sem atendimento presencial.

2.3 Análise SWOT

Quadro 2 - Análise SWOT

		ANÁLISE SWOT	
		Forças	Franquezas
Interno		<ul style="list-style-type: none"> • Investimento em Marketing e Publicidade • Contato com Clientes • Facilidade de pagamento • Serviço Individualizado • Boa localização 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade produtiva limitada • Falta de tradição no mercado • Não possuir cadastro de clientes
Externo		<ul style="list-style-type: none"> • Aumento do número de empresas na PB • Aumento da demanda por consultoria 	<ul style="list-style-type: none"> • Concorrentes com maior tradição • Resistência quanto à aceitação da empresa • Desaquecimento do setor
		Oportunidades	Ameaças

Fonte: Elaboração própria

Com o investimento em Marketing e Publicidade, mostrando atrativamente os serviços e maneira de trabalhar da Execut, acredito haver demanda de clientes interessados. Após o cliente fechar negócio a maneira de trabalhar clara e fácil, com comunicação constante e dentro do necessário irá mostrar ao cliente as possibilidades da consultoria, mas dando abertura para o mesmo fazer suas colocações e aprender de fato. Apesar da localização não ter sido indicada como fator decisivo, optamos pela escolha do ambiente em um bairro central.

O aumento de empresas na Paraíba e da demanda de consultorias mostra o quanto positivo o cenário pode se mostrar, já que além de aumentar o número de empresas, elas reconhecerão o papel e importância de uma consultoria.

A questão da capacidade produtiva limitada vai ser contornada com foco no bom desempenho dos serviços prestados e na escolha minuciosa do processo de desenvolvimento da consultoria.

A falta de cadastro de clientes é uma oportunidade para fazer uma carteira diferenciada, buscando clientes ativos no empreendedorismo e adeptos de consultoria, no SEBRAE e em treinamentos e cursos do setor.

2.4 Estudo dos Clientes

Em sua maioria, os clientes são jovens e veem a empresa de consultoria como algo positivo. Tanto para pessoas físicas como para jurídicas, há abertura para consultoria nos serviços propostos pela organização.

2.4.1 PÚBLICO-ALVO

Pessoas jurídicas de pequeno e médio porte em estado de maturação e consolidação no mercado, no município de João Pessoa-PB. Pessoas físicas empreendedores que vejam a possibilidade de consultoria como opção para desenvolver melhor seus futuros negócios e abertura da organização.

Quadro 3 - PÚBLICO ALVO

Geográfico	João Pessoa – Paraíba
Demográficos	Gestores com idade acima de 25 anos
Psicográficos	Pessoas preocupadas com o desenvolvimento e crescimento de suas empresas. Que buscam um melhoramento nos processos internos e externos, assim como, a maximização dos lucros.
Comportamentais	Pessoas que procuram benefícios como, prevenção e soluções de problemas nas organizações. Empresário que costuma ter acesso à internet e site de notícias, e se mantêm atualizado sobre o mercado.

Fonte: Elaboração própria

2.5 Estudo dos Concorrentes

Quadro 4 - Concorrente - EJA Consultoria

Concorrente	EJA Consultoria
Qualidade	Empresa com atuação de mais de 10 anos no mercado pessoense bem recomendada e reconhecida, com serviços acessíveis

Atendimento	Atendimento padrão
Serviços	<p>Empresa Júnior de Administração da UFPB, com serviços diversificados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precificação de Produtos e Serviços • Cliente Oculto • Pesquisa de Mercado • Pesquisa de Imagem • Plano de Marketing • Análise e Descrição de Cargos • Avaliação de Desempenho • Pesquisa de Clima Organizacional • Plano de Cargos Carreiras e Salários • Estruturação Financeira • Controle de Estoque • Fluxo de Caixa • Implantação de demonstrativos financeiros • Orçamento base zero • Mapeamento de Processos • Revisão de Manuais • Redesenho de Processos • Programa 8 S • Planejamento Estratégico • Padronização de Processos • Análise e diagnóstico financeiros • Recrutamento e Seleção

Fonte: Dados da pesquisa de mercado.

Quadro 5 - Concorrente: Máxima Consultoria

Concorrente	Máxima Consultoria
Qualidade	Empresa de excelente qualidade de consultores agregando o aspecto acadêmico com a vivência mercadológica.
Atendimento	Atendimento padrão, mas de qualidade.
Serviços	<p>A organização monta seu mix de serviços como uma ordem cronológica do desenvolvimento empresarial, o que é uma maneira interessante de apresentar e capturar a atenção dos clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico empresarial • Elaboração de modelos e práticas de gerenciamento • Reestruturação financeira • Avaliação de desempenho • Pesquisa de Mercado • Cliente oculto • Modelo profissional de gerenciamento • Mapeamento de Processos • Palestras e treinamentos • Análise de viabilidade de novos negócios.

Fonte: Dados da pesquisa de mercado.

Analizando os quadros apresentados, pode-se perceber que há dois fortes concorrentes no mercado. Isso é bom por saber que há, de fato, mercado circulante e sustentável, e que há

sempre lacunas a serem aperfeiçoadas, além de outras abordagens do público. Contudo, um dos concorrentes, Máxima Consultoria, possui preços mais elevados dos três, além de ser uma consultoria sênior. A Empresa Júnior de Administração possui tradição no mercado, bons clientes em quantidade e representatividade no mercado, mas há ainda clientes que não atuam com os empresários juniores ou mesmo a parcela de mercado diferenciada.

3 PESQUISA DE MERCADO

Primeiramente, o ideal é entender o que é uma empresa de consultoria e o papel dessas empresas no mercado atual, assim como o mercado se apresenta. A consultoria consiste na prestação de serviço focado e especializado no auxílio de pessoas físicas ou jurídicas no que for necessário. Para saber como realizar o serviço correto da forma correta, faz-se necessária análise da empresa ou da situação em questão para decidir como agir e até os custos dos serviços.

Para que o serviço seja feito da melhor forma possível, é preciso que os consultores (que são os orientadores e executores) estejam atualizados nos conceitos e tenham bagagem de conhecimentos práticos e acadêmicos para saber a melhor maneira de proceder. O fechamento prematuro das empresas, especialmente as de pequeno porte, é uma dura realidade no Brasil. Segundo o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), 58% das empresas de pequeno porte fecham as portas antes de completar cinco anos. E os principais motivos que causam esses fechamentos são a ausência de um planejamento e deficiências no processo de gestão empresarial. Portanto, dentro dos parâmetros apresentados, julgou-se necessário uma pesquisa de mercado para verificar a viabilidade de abertura de uma empresa de consultoria no município de João Pessoa – Paraíba.

O principal foco da Execut Consultoria será o de apoio aos empreendedores que estejam dispostos a abrir sua empresa e precisem de auxílio e os treinamentos de vendas e apoio de marketing; fornecendo todo o apoio necessário dentro do combinado no contrato e buscando a satisfação do cliente e, consequentemente, desenvolvendo a economia local. A OCDE estima que, quando calculado em valor adicionado, os serviços venham a corresponder a 75% do comércio global até 2025 – hoje, os serviços já são 54% do comércio e a maior parte dos investimentos diretos estrangeiros.

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), os índices apontaram uma leve alta, de 0,1%, no setor de serviços no mês de fevereiro, os referentes dados fazem parte da Pesquisa Mensal de Serviços (PMS). Com isso, podemos identificar que a recuperação do mercado é gradativa e não está acelerada, mas os pontos a serem trabalhados irão visar justamente esse cenário.

Na cidade de João Pessoa, existem diversas empresas de consultoria que atuam em áreas variadas, mas, em sua maioria, em Gestão de Pessoas. Devido a isso, o foco comparativo será com as consultorias Máxima Consultoria e a EJA Consultoria, pela semelhança de serviços prestados, assim como o público.

A pesquisa de mercado foi quantitativa tendo como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema e com o objetivo principal de identificar as opiniões, preferências e estimar o potencial de abertura de uma empresa de consultoria, além de medir a importância, o aprimoramento de ideias e novas descobertas.

A pesquisa de mercado se deu através da aplicação de questionários junto a pessoas físicas que tinham interesse em abrir seu próprio negócio, relacionando, assim, a possibilidade em contratar serviços de consultoria. Um segundo questionário também foi aplicado com empresários, relatando questões como quais as áreas da sua empresa apresentam dificuldades, se já contratou serviços de consultorias e qual o retorno sobre estes. Com estes dados, foram elaborados gráficos e analisada a viabilidade, ou não, do negócio.

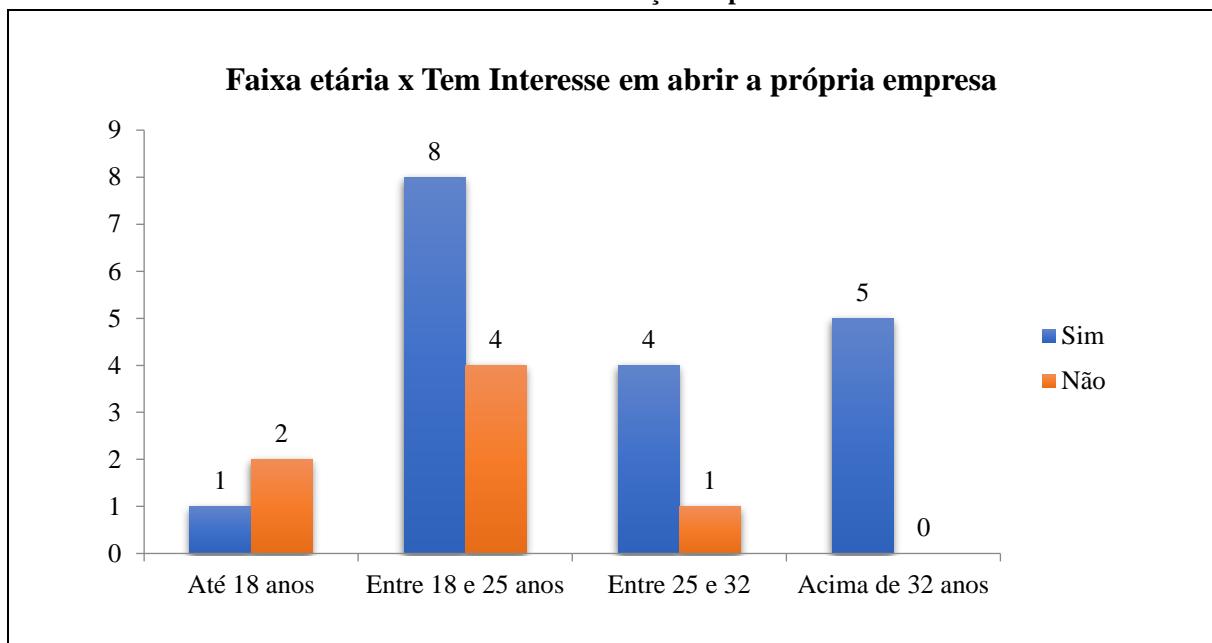
A amostra da pesquisa correspondeu a 50 questionários divididos em 25 questionários aplicados com pessoas físicas e 25 questionários com pessoas jurídicas.

Os questionários foram aplicados nos principais bairros de João Pessoa.

O questionário foi elaborado de forma estruturada e por escrito com perguntas abertas e fechadas; claras e objetivas. Aplicado de forma que viesse garantir a confiabilidade das respostas de modo a padronizar os resultados com dados confiáveis e estatísticos.

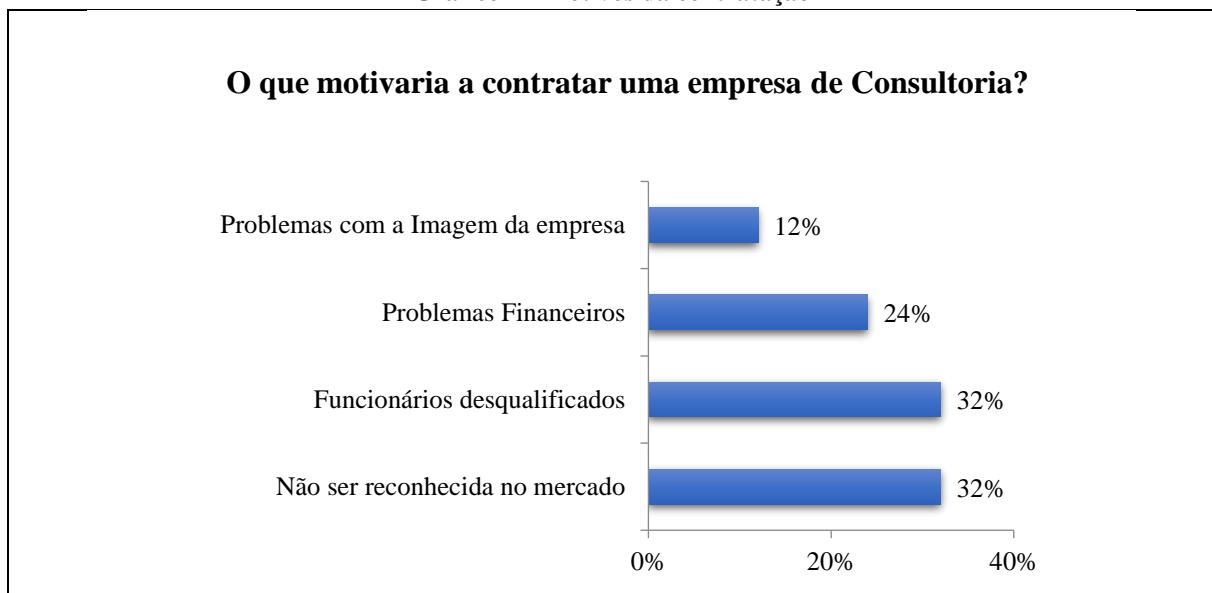
3.1 Pessoas Físicas

Os mais relevantes resultados apresentados mostram que 68% dos entrevistados que estão no terceiro setor e são jovens adultos veem expectativas empreendedoras. Devido à idade e atual conjuntura de comunicação da sociedade, mais de 90% dos entrevistados entendem as comunicações sociais, que envolvam redes sociais e telefones como as melhores, e 88% deles disseram ter interesse em contratar uma empresa de consultoria. Esse resultado é extremamente relevante, pois mostra, pelo menos, a visão positiva e de necessidade que a consultoria tem para esse público. O motivo de contratação de consultoria variou igualitariamente entre funcionários desqualificados e a empresa não ser reconhecida no mercado.

Gráfico 1 - Idade x motivação empreendedora

Fonte: Dados da pesquisa de mercado.

Apesar do menor número de respondentes acima de 32 anos, vemos que todos possuem interesse em abrir sua empresa, e a frequência aumenta de acordo com o avanço da idade, de acordo com a pesquisa.

Gráfico 2 - Motivos da contratação

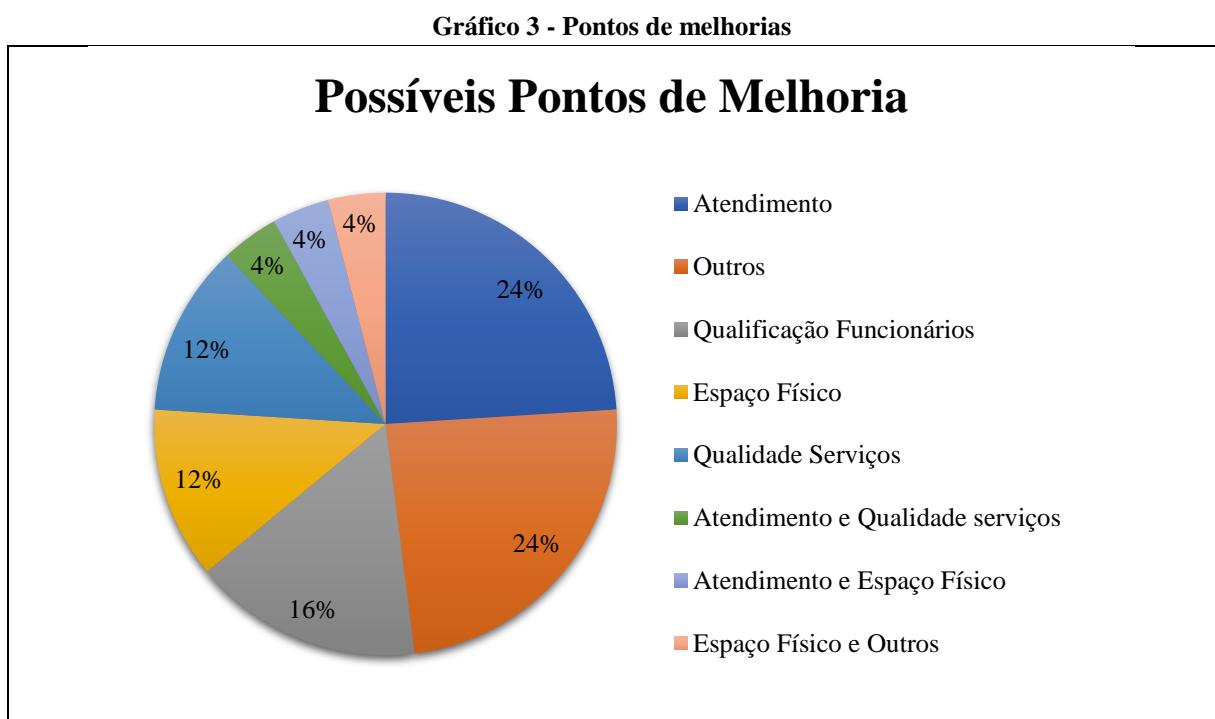
Fonte: Dados da pesquisa de mercado.

O gráfico refere-se às variáveis que motivaram os entrevistados a contratar um serviço de consultoria. Observamos que 32% afirmaram que se houvessem problemas em suas

empresas com funcionários desqualificados, ou não ser reconhecida no mercado como principal fator para contratar uma consultoria. Outros 24% afirmaram ser problemas financeiros, e 12% problemas com a imagem da empresa. Diante desse quadro, o trabalho de firmar a credibilidade da empresa e a capacitação dos funcionários como sendo primordial para alavancar e consolidar a empresa.

3.2 Pessoas Jurídicas

Os mais relevantes resultados apresentados pelas pessoas físicas nos questionários foram que mais de 50% das empresas entrevistadas tem mais de 10 anos de mercado, contudo, são empresas que só possuem até 50 colaboradores no seu quadro de funcionários contratados. Os principais pontos de melhoria percebidos por eles foram:

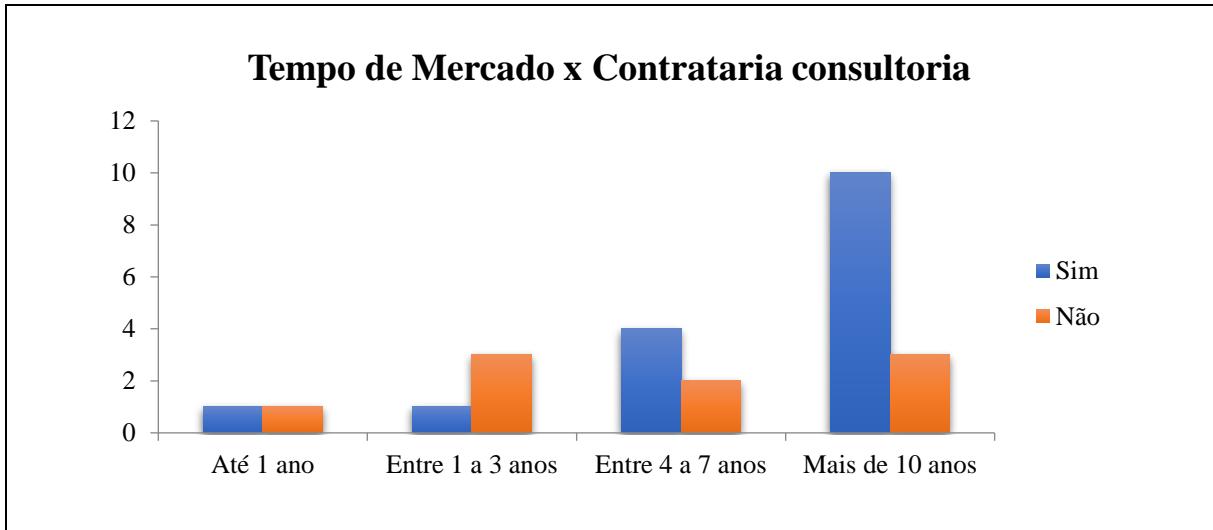


Fonte: Dados da pesquisa de mercado, 2018.

A melhoria no atendimento e diversas áreas estão equiparadas como os principais pontos de melhoria, segundo a visão dos gestores. A porcentagem de Outros que é de 24% que responderam os possíveis pontos de melhoria sendo as mercadorias, a logística, a estruturação financeira da empresa, o marketing e a autonomia. É importante ressaltar a qualificação dos funcionários como porcentagem significativa, ocupando o terceiro lugar na possibilidade de melhorias, com 16%.

Dentro dos respondentes, 64% admitiu sentir interesse em contratar uma consultoria, assumindo as áreas acima citadas para preencher seus gargalos. Houve uma boa porcentagem de quem já contratou consultorias outrora obtendo bom índice de satisfação.

Gráfico 4 - Tempo de mercado x interesse em consultoria



Fonte: Dados da pesquisa de mercado.

O objetivo desse cruzamento foi analisar se o tempo de mercado influencia na porcentagem de contratação de consultoria. Pode-se notar que empresas com mais tempo no mercado, normalmente acima de 4 anos, tem maior tendência a contratar serviços de consultoria. Com isso, vemos que os gestores de empresas com maior tempo de mercado conseguem identificar a necessidade de consultoria.

Com o objetivo de estudar o perfil das pessoas que pretendem abrir o seu próprio negócio e as empresas que se interessam ou já contrataram consultorias, pode-se concluir que as maiorias das pessoas consideram importante o uso de serviços de consultorias para auxiliar no desenvolvimento do empreendimento.

Analizando o resultado da pesquisa, as maiores dificuldades em uma empresa que estimulariam a contratação de um serviço de consultoria estão relacionadas à falta de funcionários qualificados, sem desenvoltura e competência e a falta de reconhecimento da empresa no mercado.

Com relação às empresas entrevistadas, os seus gestores também afirmaram que os principais problemas enfrentados em suas organizações estão na área de gestão de pessoas. Funcionários não preparados, desmotivados podem trazer grandes prejuízos e prejudicar a imagem da empresa.

Com os resultados obtidos, concluímos que os pontos de melhorias seriam voltados para a área de vendas, marketing e gestão de pessoas. O atendimento e a qualificação das pessoas são decisivos dentro de uma organização para aumentar seu faturamento e o crescimento organizacional.

As empresas com maior tempo de mercado têm maior aceitação por consultorias que as empresas menores. O preço é um fator decisivo no momento da escolha por um serviço de consultoria. No levantamento de dados, percebemos também que as empresas se preocupam com a sua imagem e o seu reconhecimento no mercado juntamente com a qualificação dos seus funcionários. Diante disso, a empresa de consultoria irá trabalhar com serviços de qualidade a preços competitivos.

No levantamento de dados percebemos também que as empresas se preocupam com a sua imagem e o seu reconhecimento no mercado juntamente com a qualificação dos seus funcionários. Diante disso, a empresa de consultoria irá trabalhar com serviços de qualidade a preços competitivos.

4 PLANO DE MARKETING

Este plano consiste em planejar e estudar melhores práticas para garantir o melhor desempenho da empresa Execut Consultoria. A preocupação com a imagem da organização, a qualidade dos serviços prestados, e o comprometimento com prazos são a razão da elaboração deste plano de marketing. A finalidade é elaborar um planejamento que consiga desenvolver saídas e abordagens inovadoras, utilizando as ferramentas de marketing de maneira criativa e satisfatória. A Execut Consultoria busca, com isso, assertividade na colocação no mercado e no contato com seus futuros clientes, passando credibilidade e segurança.

Segundo Kotler e Armstrong, marketing mix pode ser definido como um grupo de variáveis de Marketing controláveis que a empresa utiliza para produzir a resposta que deseja o mercado-alvo. O Marketing Mix passou a ser a teoria mais aceita para efetivar atividades de marketing. É conhecido internacionalmente como ‘Os 4 Ps do Marketing’ que são Produto, Preço, Praça e Promoção. E são vistos como base para formulação de estratégias de marketing. Existem outros ‘Os’ de Marketing que também serão abordados, sendo Pessoas e Público.

4.1 Preço

4.1.1 Estratégias De Precificação

Com o objetivo de maximizar o lucro, foram levados em consideração os fatores internos e externos que influenciam a definição do preço final, pois, no mercado atual, já existem empresas tradicionais que atuam no ramo de consultoria. Por isso, a Execut consultoria trabalhará com estratégias que irão colaborar com seus objetivos.

Como visamos à penetração de mercado, os preços de nossos serviços deverão ser valores competitivos, os quais compreenderão o custo benefício desejados por nossos clientes. Porém, não serão tão abaixo dos preços praticados pelas empresas concorrentes, para que não se levante alguma dúvida quanto à qualidade do serviço prestado, afinal, diante do resultado de nossa pesquisa, pudemos observar que nossos clientes têm conhecimento do serviço que uma consultoria irá prestar.

4.2 Promoção

4.2.1 Estratégias De Promoção E Divulgação

A promoção é responsável pelo processo de comunicação com os clientes, por meio da promoção de vendas, o marketing direto, a venda pessoal e a propaganda. Para uma estratégia bem planejada, foi feita a definição do que buscamos focar para uma comunicação de qualidade e atrativa para os clientes. Demonstrando aos seus clientes a preocupação em sanar suas necessidades e divulgando os benefícios na aquisição de seus serviços, obtendo, assim, uma boa comunicação que contribua para o crescimento da empresa.

A Execut Consultoria tem como metas a criação de um site, onde disponibilizará informações como o nome da sua equipe de consultores, o ano de fundação, a história da criação da empresa, serviços oferecidos, nome das empresas que utilizaram seus serviços acrescentando a opinião sobre os benefícios gerados. No site, a longo prazo, também será colocado um espaço interativo para empresa e consultor partilharem formulários, comentários etc. Por isso, iremos optar por algumas técnicas mercadológicas. Enviar e-mails às empresas almejadas com informativos sobre a Execut Consultoria para divulgar seus pontos principais, com a alternativa de visitas gratuitas proporcionadas por nossa equipe.

Nossa pasta de portfólio tem como objetivo apresentar o contexto de nossa consultoria tornando-se uma divulgação de status em nossas visitas à empresa-cliente, feiras, eventos e seminários. A estratégia de comunicação será a nossa carta de visitas, pois é partir desta comunicação que o cliente poderá ter uma visão superficial dos serviços a serem oferecidos, por ainda não terem conhecimento do nosso desempenho. É neste momento que teremos a chance de um primeiro contato, a ser conquistado por estes meios pelos quais apresentaremos nossas qualidades. Com a qualificação prestada de nossos serviços, teremos grandes chances de conquistarmos a fidelização de nossos clientes. Pensamos em atingir diretamente o nosso público alvo, com essa forma de comunicação.

As estratégias para o público, em geral, serão a divulgação no SEBRAE para as pessoas físicas que possuírem interesse em abrir sua empresa. Para alcançarmos as pessoas jurídicas, será feita divulgação em feiras de negócios e a inserção em círculos sociais que tenha esse público.

4.3 Pessoas

A princípio, esse “P” parece não tão impactante devido à capacidade produtiva reduzida. Contudo, a empresa, em sua ampliação, poderá implementar a divulgação pelos funcionários. Preocupada com a qualidade dos serviços oferecidos, a Execut Consultoria irá desenvolver ações para que os funcionários tenham total conhecimento do posicionamento da empresa, além dos seus objetivos e metas; pois entendemos que para ter um serviço e atendimento de qualidade com comprometimento e participação ativa, os nossos funcionários deverão estar motivados.

Tendo em vista o exposto acima, a empresa irá adotar treinamentos e palestras, através do Instituto Brasileiro de Consultores Organizacionais (IBCO), para aprofundar seus conhecimentos na atividade de consultoria.

4.4 Praça

A localização de uma empresa de consultoria é essencial para a aparição dela no mercado e nas relações com os clientes. Já a interação em redes sociais é essencial para o bom relacionamento com os clientes e na dinâmica com os mesmos, uma vez que, atualmente, as pessoas em geral estão conectadas e é uma boa ferramenta de interação e divulgação.

O investimento em publicidade e propaganda e no atendimento *online* são importantes para que a empresa seja divulgada e não se limite apenas ao presencial. Outras formas de alcançar clientes são importantes para sua captação e fidelização. A qualidade do serviço a ser prestado, assim como o atendimento que será feito, já que se trata de um aspecto essencial para a satisfação e bom andamento do serviço.

A Execut Consultoria terá à disposição dos nossos clientes uma localização privilegiada de fácil acesso, uma estrutura adequada para proporcionar um ambiente de trabalho confortável para clientes e funcionários. Também utilizará canais que facilitem a aquisição dos serviços através de um credenciamento para obter parceria junto ao SEBRAE. Com base na análise do mercado e em consonância com a estratégia de marketing estipulada, o mercado-alvo da Execut Consultoria será, inicialmente, o município de João Pessoa, com ampliação gradativa para o Estado da Paraíba.

4.5 Definição Do Posicionamento De Mercado

O posicionamento de mercado, nesse caso, é a organização da empresa perante os consumidores. Ocupar um bom posicionamento de mercado é essencial para que a empresa consiga ter participação no mercado. Os aspectos analisados para definição do posicionamento foram:

- tradição no mercado, que é importante para saber o ciclo no qual a empresa se encontra.
- a localização de uma empresa de consultoria é essencial para a aparição dela no mercado e nas relações com os clientes.
- a interação em redes sociais é essencial para o bom relacionamento com os clientes e na dinâmica com os mesmos, já que atualmente as pessoas, em geral, estão conectadas e é uma boa ferramenta de interação e divulgação.
- a qualidade do serviço a ser prestado, assim como o atendimento que será feito, já que se trata de um aspecto essencial para a satisfação e bom andamento do serviço.

Quadro 6 - Posicionamento de Mercado

Vantagens Competitivas	Concorrentes		
	Execut Consultoria	EJA	Máxima Consultoria
Tradição no mercado	0	3	3
Localização	4	3	4
Interação em Redes Sociais	3	2	4
Estrutura Física	3	3	4
Publicidade e Propaganda	4	3	4
Diversidade de serviços	3	4	5
Site com atendimento online	4	0	2
Total	21	18	26

Fonte: Elaboração própria

Não tem	Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Ótimo
0	1	2	3	4	5

De acordo com análise comparativa das variáveis e das empresas concorrentes, a Execut Consultoria encontra-se em segundo lugar no mercado, comparada com os perfis de seus 2 principais concorrentes. Nossa objetivo é oferecer serviços de qualidade e com compromisso, conquistando a maior parcela do mercado, ganhando o reconhecimento e admiração dos nossos clientes; estando à frente da concorrência.

4.6 Definição da marca

Figura 1 - Logo

Fonte: Elaboração Própria

A Execut Consultoria criou sua logo com o intuito de passar para o cliente uma imagem empreendedora, correta e confiável. As cores utilizadas na assinatura visual são tons variantes do azul e branco. O tom azul transmite autoridade, lealdade, poder, segurança e sucesso, sendo aplicado em segundo plano, o tom cinza, para não provocar uma sensação de alerta ou proibição. E as setas dando a visão de movimento e orientação.

O nome Execut Consultoria vem para trazer a ideia de execução, na junção com o que as cores transmitem vemos a busca da execução com confiabilidade e segurança para nossos clientes. É preciso vencer desafios, obstáculos e barreiras para se manter de pé, e as organizações precisam de orientações e contar com uma equipe motivada e comprometida. A ideia da Execut Consultoria é que quanto mais desafios o profissional vencer, quantos mais problemas resolver, mais capacitado para obter êxito profissional estará.

4.7 Produto

As estratégias de produto foram formadas por decisões relacionadas à oferta e baseadas nas vantagens competitivas, referentes ao ciclo de vida do produto, ao posicionamento e à diferenciação e à inovação. Foram planejadas de acordo com as diretrizes apontadas pela pesquisa de mercado e o estudo do comportamento do consumidor a quem ela será dirigida.

4.7.1 Ciclos de Vida dos serviços

Como o produto principal da Execut consultoria é a prestação de serviços, serão realizadas estratégias para garantir o ciclo de vida. A empresa estabelecerá estratégias de

introdução, crescimento e maturidade para garantir o sucesso e aumentar a longevidade do serviço no mercado.

A descrição dos serviços a serem prestados é:

Treinamentos Empresariais e para Pessoas Físicas – Os treinamentos serão feitos sob requisição da empresa ou indicação do consultor, havendo sempre alinhamento nesse processo de decisão. Pode ser feito para um grupo de pessoas ou pessoas físicas e o tema escolhido será abordado de forma prática e usual.

Consultoria para Vendas – O foco da consultoria para vendas não se resume a treinamentos, mas ao diagnóstico e análise minuciosos sobre o empreendimento e tomada de decisão mais assertiva. Após o diagnóstico e a tomada de decisão, os resultados serão acompanhados pelo consultor.

Auxílio na Abertura de Negócio – Grande parte das respondentes pessoas físicas possuem dificuldades na abertura do seu próprio negócio e sabemos do índice de mortalidade de pequenas empresas devido a falta de planejamento. Visto isso, essa consultoria terá como maior foco o auxílio para que a empresa consiga abrir e ser rentável ao cliente.

Padronização de Processos – A padronização vem com o intuito de saber o que está sendo feito e se está sendo realizado da maneira correta. Identificar os gargalos nos processos e suas oportunidades de melhoria, além de padronizar e ser algo que todos entendam e não tenham dúvidas.

Gerenciamento de Mídias Sociais – Esse serviço vem para auxiliar na melhoria de comunicação, abordagem e divulgação das empresas. Por um período de tempo acordado será feito o gerenciamento pela empresa de consultoria e uma análise enquanto ele é feito do público gerando dados pertinentes ao cliente.

Introdução: Na introdução, é preciso estabelecer um mercado para a prestação de serviços; convencer o público-alvo a contratar nossos serviços oferecendo alta qualidade dentro do segmento. A utilização da propaganda irá gerar consciência, transmitir informações e instigar o cliente a adquirir nossos serviços. Dessa forma, utilizar-se-á tanto panfletagem, quanto divulgação em Instagram (foco em pessoa física principalmente), em eventos de negócios, entrega de cartões de visita e participação em fóruns locais sobre o tema, além de prospecção ativa nas empresas.

Crescimento: Na fase de crescimento, vamos desenvolver a preferência pela marca, manter a qualidade e acrescentar serviços para agregar mais valor. Para aumentar as vendas, serão consideradas as variáveis que influenciam na comercialização da Execut Consultoria. A previsão de vendas foi direcionada aos segmentos nos quais iremos atuar, que são voltados para pesquisa de mercado e implantação de planos de cargos e salários. Após uma pesquisa de mercado feita para identificar quais serviços mais procurados pelas empresas aumentaremos o nosso portfólio de serviços para ampliar o nosso mercado. Nessa fase será ampliado o quadro de funcionário também.

Maturidade: Nesta fase, a proposta é expandir o número de clientes. Para isso, a Execut Consultoria deverá converter não-clientes em potenciais clientes, atraindo clientes dos concorrentes, aprimorando a qualidade dos serviços prestados e renovando os diferenciais para se distinguir dos concorrentes. Iremos focar na qualidade da aplicação do pós-Venda.

Declínio: Nesta fase, a concorrência e o surgimento de novas empresas podem prejudicar a prestação de serviços da Execut Consultoria. As despesas de marketing e divulgação serão reduzidas apenas nas que exigem recursos financeiros. No entanto, a fidelização dos clientes e as visitas realizadas pelo comercial e consultores divulgando a empresa serão extremamente importantes e, por isso, intensificadas.

4.7.2 Marketing de Relacionamento

A internet será utilizada como uma forma de comércio e de relacionamento com os clientes. O *website* será utilizado como um contato interativo do cliente com a empresa. Por meio dele, poderá acompanhar as etapas dos serviços realizados em sua empresa e relatórios emitidos pelos consultores. O site também disponibilizará para clientes e possíveis clientes conteúdos e novidades sobre a organização, missão, visão e valores. *Clipping* com matérias que saem na mídia relacionada à gestão empresarial, espaço para sugestões e críticas do cliente.

Após a finalização dos serviços, o cliente irá responder uma pesquisa de satisfação na qual irá descrever os níveis de satisfação com os serviços oferecidos pela Execut Consultoria. Ele também poderá fornecer sugestões e opinar para possíveis melhorias ao serviço.

Será observado, ainda, o aumento do número de clientes que foi obtido após as ações de marketing e verificar a evolução desse crescimento antes, durante e depois da implantação das ações. Assim, haverá o acompanhamento do faturamento mensal para identificar o quanto a empresa está crescendo e obtendo retorno sobre o investimento das ações de marketing.

4.7.3 Estratégias De Responsabilidade Social Alinhadas Aos Objetivos Da Empresa

Pensando sempre na responsabilidade social da empresa para com a sociedade, que nada mais é que a ação voluntária da empresa de auxílio à sociedade, a Execut Consultoria vai fazer práticas que agreguem valor à sociedade e à empresa, visando o bem-estar social.

A Execut Consultoria fará doações de cestas básicas para instituições diversas, uma vez por ano. Essas doações serão seguidas de palestras, caso o público seja de jovens ou adultos, e de socialização dos funcionários interessados em auxiliar a prática e dos possíveis parceiros e clientes que, durante a consultoria, se interessarem pela causa.

O investimento nessas palestras está diretamente ligado aos dados primários obtidos pela Execut Consultoria, nos quais se pode observar que a maior parte das pessoas interessadas em abrir uma empresa tem entre 18 e 25 anos, como também de 25 e 32 anos, e que o real nível de interesse deles é alto. Com isso, as palestras dadas em faculdades seriam vistas como um investimento nos potenciais clientes e uma maneira gratuita de propaganda, além do amparo social dado pela empresa.

Como responsabilidade ambiental, a Execut Consultoria terá práticas que estimulem o reaproveitamento de papel, reduzindo, assim, o número de folhas novas que serão utilizadas para rascunho. As atividades de responsabilidade social desenvolvidas pela Execut Consultoria, não trarão apenas vantagens sociais, que é um grande enfoque na empresa, mas também trarão um estreitamento das relações da organização com seus parceiros, e de marketing positivo perante a sociedade e os colaboradores.

Além disso, essas práticas serão divulgadas por nossos parceiros, o que trará visibilidade social para a empresa, por meio das redes sociais e de mobilização da própria população local para o auxílio a algumas dessas práticas.

5 PLANO OPERACIONAL

5.1 *Layout*

Figura 2 - Layout da sala



Fonte: Projeto de design

A sala será composta por mesas, cadeiras e prateleiras que possam comportar pequenos encontros entre os consultores e os clientes, bem como a rotina básica de operação da organização.

5.2 Capacidade Instalada E Necessidade E Pessoal

A capacidade produtiva é limitada já que a organização é uma MEI, tendo o auxílio de consultores externos quando necessário. Assim, no início da operação será necessário apenas o trabalho da proprietária. Quando for necessário contratar outra pessoa, os pré-requisitos serão:

Quadro 7 - Descrição de cargo

Cargo: Consultor Organizacional
Grau de Instrução: ensino superior completo em administração.
Experiência anterior: ter experiência de, no mínimo, um ano em pelo menos duas áreas de atuação da empresa.
Autonomia: autonomia operacional dentro do escopo pré-aprovado pelo cliente e a Execut, autonomias básicas de escritório, sobre o seu próprio projeto.
Conhecimentos exigidos: conhecimentos avançados no Pacote Office, IBM SPSS Statistics.
Tempo para habilitação ao cargo: 90 dias.

Atividades e responsabilidades: prestar consultoria às organizações elaborando diagnósticos e apresentando alternativas, emitir pareceres e relatórios, facilitando processos de transformações, analisando resultados de pesquisa, elaboração de propostas de serviços. Dar palestras. Ter bom relacionamento e sinergia com os consultores, terceirizados e clientes.

Habilidades exigidas: profissionalismo; ética; carisma; boa oratória; organização, espírito de equipe.

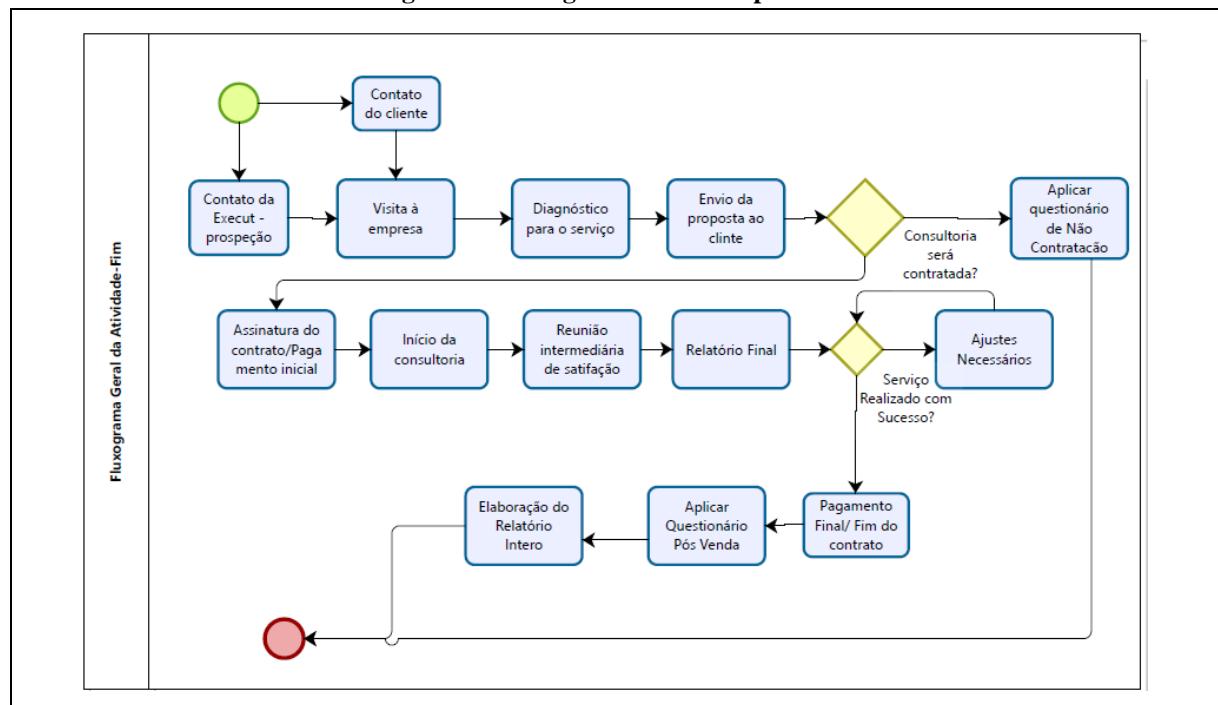
Condições de trabalho: sala de reuniões com recursos, escritório climatizado e equipado, consultoria externa, aparelho celular para o trabalho.

Contatos imediatos: Clientes

Fonte: Elaboração própria

5.3 Macroprocesso

Figura 3 - Fluxograma do Macroprocesso



Fonte: Elaboração própria

Inicialmente, mesmo que o contato seja originado pelo cliente, a Execut terá a política de ir até a empresa realizar o diagnóstico organizacional. Essa etapa será essencial para que seja elaborada uma proposta correta e adequada à organização. Na fase de envio da Proposta, esta poderá ser entregue e apresentada pessoalmente, de acordo com a necessidade do cliente e da complexidade da proposta. Caso o cliente não aceite a proposta, ele terá a opção de nos dar um *feedback* do motivo e, assim, a empresa tentará reter o cliente e entender as causas de não fechamento.

6 PLANO FINANCEIRO

6.1 Investimentos Fixos

Quadro 8 - Móveis e Utensílios

Tipo	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
Aparelho Celular	Aparelho telefônico	1	R\$300,00	R\$300,00
Computadores	Formatação de computador já existente	1	R\$200,00	R\$200,00
Móveis e Utensílios	Instalação de ar condicionado	1	R\$300,00	R\$300,00
Móveis e Utensílios	Móveis para a sala	2	R\$500,00	R\$1.000,00
Software	Site	1	R\$200,00	R\$200,00
Total			R\$1.500,00	R\$2.000,00

Fonte: Elaboração própria

6.2 Estoque Inicial

O total do estoque inicial será de R\$1.964,04, conforme descrição:

Quadro 9 - Estoque inicial

Descrição	Quantidade	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
Cartucho para Impressora	10	R\$100,00	R\$1.000,00
Material Geral de Escritório	1	R\$400,00	R\$400,00
Papel Chamex A4 Sulfite Caixa Com 05 Pacotes - Total 2500 Folhas	2	R\$108,62	R\$217,24
Maquineta	1	R\$346,80	R\$346,80
Total		R\$955,42	R\$1.964,04

Fonte: Elaboração própria

6.3 Caixa Mínimo

Quadro 10 - Contas a receber

Descrição	Percentual	Dias	Média ponderada em dias
A Prazo 1	20%	1	0,2
A prazo 2	20%	14	2,8
A vista	60%	1	0,6
Prazo médio total:	100%		4 dias

Descrição	Percentual	Dias	Média ponderada em dias
A vista	100%	0	0
Prazo médio total:	100%		0 dia

Fonte: Elaboração própria

Quadro 11 - Fornecedores

Descrição	Percentual	Dias	Média ponderada em dias
A vista	100%	0	0
Prazo médio total:	100%		0 dia

Fonte: Elaboração própria

Verificou-se que a necessidade média de estoque em dias é de 4.

Quadro 12 - Recursos da empresa fora do seu caixa

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número em dias
1. Contas a receber - prazo médio de vendas	4 dias
2. Estoque - necessidade média de estoque	4 dias
Subtotal de recursos fora do caixa:	8 dias

Fonte: Elaboração própria

Quadro 13 - Recursos de terceiros no caixa da empresa

Recursos de terceiros no caixa da empresa	Número em dias
3. Fornecedores - prazo médio de compras	0 dias
Subtotal de recursos de terceiros no caixa:	0 dias

Fonte: Elaboração própria

Verificou-se a necessidade líquida de capital de giro em 8 dias

Quadro 14 - Caixa mínimo

Descrição	Valor
1. Custo fixo mensal	R\$ 4.200,58
2. Custo variável mensal	R\$ 7.160,83
3. Custo total da empresa	R\$ 11.361,41
4. Custo total diário	R\$ 378,71
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	8
Total de B – Caixa Mínimo	R\$ R\$ 3.029,71

Fonte: Elaboração própria

6.4 Capital De Giro

Quadro 15 - Capital de giro

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ R\$1.964,04
B – Caixa Mínimo	R\$ 3.029,71
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$ 4.993,75

Fonte: Elaboração própria

Quadro 16 - Investimentos Pré-Operacionais

Descrição	Valor
Obras civis e/ou reformas	R\$ 500,00
Divulgação de Lançamento	R\$ 3.000,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 600,00
TOTAL	R\$ 4.100,00

Fonte: Elaboração própria

6.5 Investimento Total

Quadro 17 - Investimento total

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos	R\$ 2.000,00	10,00
Capital de Giro	R\$ 4.993,75	49,47
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 4.100,00	40,61
TOTAL	R\$ 10.093,75	100,00

Fonte: Elaboração própria

A fonte de recurso utilizada será 100% próprio.

6.6 Faturamento Mensal

Quadro 18 - Produtos e Serviços

Produtos / Serviços	Quantidade	Preço unitário (R\$)	Faturamento total (R\$)
Treinamentos Empresariais	2 u	R\$2.000,00	R\$4.000,00
Consultoria de Vendas	2 u	R\$1.000,00	R\$2.000,00
Treinamentos Pessoas Físicas	6 u	R\$400,00	R\$2.400,00
Gerenciamento de Mídias Sociais:	3 u	R\$200,00	R\$600,00
Auxílio na inserção de negócio	10 u	R\$400,00	R\$4.000,00
Padronização e Adequação de Processos	1 u	R\$1.200,00	R\$1.200,00
Total			R\$14.200,00

Fonte: Elaboração própria

6.7 Projeção Das Receitas:

Crescimento a uma taxa constante: 5,00 % ao mês para os 12 primeiros meses

Quadro 19 - Faturamento total

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 14.200,00
Ano 1	R\$ 226.023,20

Fonte: Elaboração própria

6.8 Custo Unitário

Quadro 20 - Custo por serviço

Produtos / Serviços	Custo Unitário (R\$)
Treinamentos Pessoas Físicas	R\$ 120,00
Treinamentos Empresariais	R\$ 180,00
Gerenciamento de Mídias Sociais:	R\$ 50,00
Implantação de Padronização e Adequação de Processos	R\$ 200,00
Consultoria de Vendas	R\$ 150,00
Auxílio na inserção de negócio	R\$ 100,00

Fonte: Elaboração própria

6.9 Custo De Comercialização

Quadro 21 - Estimativas dos custos de comercialização

Impostos	Percentual (%)	Faturamento estimado	Custo total
SIMPLES	16,93	R\$14.200,00	R\$2.404,06
Comissões (Gastos com Vendas)	5	R\$14.200,00	R\$710,00
Propaganda (Gastos com Vendas)	5	R\$14.200,00	R\$710,00
Taxa de Cartões (Gastos com Vendas)	4,59	R\$14.200,00	R\$651,78
Total de impostos			R\$2.404,06
Total gasto com vendas			R\$2.071,78
Total geral (impostos + gastos com vendas)			R\$4.475,84

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 4.475,84
Ano 1	R\$ 71.242,51

Fonte: Elaboração própria

6.10 Apuração do Custo de MD e/ou MV

Quadro 22 - Apuração do custo - produtos

Produtos / Serviços	Estimativa de vendas	Custo unitário (R\$)	CMD / CMV (R\$)
Treinamentos Empresariais	2	R\$ 180,00	R\$ 360,00
Consultoria de Vendas	2	R\$150,00	R\$ 300,00
Treinamentos Pessoas Físicas	6	R\$120,00	R\$ 720,00
Gerenciamento de Mídias Sociais:	3	R\$50,00	R\$ 150,00
Auxílio na inserção de negócio	10	R\$250,00	R\$ 1.000,00
Implantação de Padronização e Adequação de Processos	1	R\$200,00	R\$200,00
Total geral (impostos + gastos com vendas):			R\$ 2.730,00

Período	CMD/CMV
Mês 1	R\$ 2.730,00
Ano 1	R\$ 43.453,76

Fonte: Elaboração própria

6.11 Custos com Depreciação

Quadro 23 - Depreciação

Ativos Fixos	Valor do Bem (R\$)	Vida Útil (%)	Deprec. Mensal (R\$)	Deprec. Anual (R\$)
Aparelho Celular	R\$500,00	5	R\$2,08	R\$25,00
Computadores	R\$500,00	5	R\$2,08	R\$25,00
Móveis e Utensílios	R\$1.000,00	10	R\$8,33	R\$100,00
Software	R\$200,00	1	R\$0,17	R\$2,00
Total:			R\$10,58	R\$127,00

Fonte: Elaboração própria

6.12 Custos De Manutenção

Quadro 24 - Manutenção

Ativos Fixos	Valor do Bem (R\$)	Manutenção (%)	Custo Mensal (R\$)	Custo Anual (R\$)
Aparelho Celular	R\$500,00	10	R\$50,00	R\$600,00

Computadores	R\$500,00	10	R\$50,00	R\$600,00
Móveis e Utensílios	R\$1.000,00	0	R\$0,00	R\$0,00
Software	R\$200,00	20	R\$40,00	R\$800,00
Total:			R\$90,00	R\$1.680,00

Fonte: Elaboração própria

6.13 Custos Fixos Operacionais Mensais

Quadro 25 - Custos fixos

Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 1.000,00
Condomínio	R\$ 0,00
Depreciação	R\$ 10,58
Energia elétrica	R\$ 200,00
Gasolina	R\$ 500,00
Honorários do contador	R\$ 500,00
IPTU	R\$ 0,00
Manutenção	R\$ 90,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 50,00
Material de escritório	R\$ 100,00
Material de limpeza	R\$ 50,00
Outras taxas	R\$ 0,00
Pró-labore	R\$ 1.800,00
Salários + Encargos	R\$0,00
Seguro	R\$0,00
Serviços de terceiros	R\$100,00
Taxas diversas	R\$0,00
Telefone + internet	R\$150,00
Total:	R\$ 4.505,58

Fonte: Elaboração própria

6.14 Projeção dos Custos:

Os custos foram calculados com projeções constantes, sendo R\$ 4.505,58 em 12 meses, o que resulta em R\$ 54.066,96 ao ano.

7 DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS

Quadro 26 - DRE

Descrição	Valor	Valor Anual
1. Receita Total com Vendas	R\$ 14.200,00	R\$ 226.023,20
2. Custos Variáveis Totais	R\$ 7.160,83	R\$ 85.929,96
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 2.730,00	R\$ 43.453,76
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 2.404,06	-
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 2.071,78	-
Total de 2.2 e 2.3	R\$ 4.475,84	R\$ 71.242,51
3. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 4.505,58	R\$ 54.066,96
4. Resultado Operacional: LUCRO	R\$ 2.488,58	R\$ 57.259,97

Fonte: Elaboração própria

7.1 Indicadores De Viabilidade

Quadro 27 - Indicadores

Indicador	Fórmula	Resultado
ICM	$ICM = (RT - CV) \div RT$	0,49
Ponto de Equilíbrio	$PE = CF \div ICM$	9.195,06
Lucratividade	$Lucro líquido \div Receita Total$	0,1752 *100 = 17,52%
Rentabilidade	$Lucro líquido \div Investimento total$	5,67 *100 = 567%
Prazo de Retorno de Investimento (PRI)	$Investimento total \div Lucro líquido$	= 0,17 * 12 = 2 meses

Fonte: Elaboração própria

*Legenda: PE: Ponto de Equilíbrio; CF: Custo Fixo; IMC: Índice Margem de Contribuição; RT: Receita Total; CV: Custo Variável.

Quadro 28 - Projeção

Descrição	Receita (pessimista) - 20%		Receita (otimista) + 20%	
	Cenário provável	Valor	Cenário pessimista	Cenário otimista
1. Receita total com vendas	R\$14.200,00		R\$11.360,00	R\$17.040,00
2. Custos variáveis totais	R\$7.160,83		R\$5.728,66	R\$8.593,00
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$2.730,00		R\$2.184,00	R\$3.276,00
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$2.404,06		R\$1.923,25	R\$2.884,87

2.3 (-) Gastos com vendas	R\$2.071,78	R\$1.657,42	R\$2.486,14
Total de Custos Variáveis	R\$4.475,84	R\$3.580,67	R\$5.371,01
4. (-) Custos fixos totais	R\$4.505,58	R\$3.604,46	R\$5.406,70
Resultado Operacional	R\$2.488,58	R\$1.990,86	R\$2.986,30

Fonte: Elaboração própria

Conforme a projeção otimista, podemos compreender a maior disponibilidade de recursos para serem reinvestidos na empresa e, posteriormente, em sua ampliação. Nesse cenário a possibilidade de contratação de mais de um consultor é alta, além de capacitação e ampliação do portfólio de serviços.

Já no cenário pessimista, mesmo não havendo prejuízo, é necessário conter gastos desnecessários e fazer uma forte análise do mercado com a finalidade de atrair novos clientes. Além disso, é preciso realizar análise dos clientes que obtiveram a consultoria para saber se houve algum tipo de insatisfação. Este processo será feito em todas as consultorias, mas nesse cenário a análise vai ser mais detalhada com a finalidade de procurar erros.

8 DECISÃO GERENCIAL

O objetivo deste plano de negócios foi evidenciar a viabilidade de uma empresa de consultoria intitulada Execut Consultoria, nas condições apresentadas acima. Assim, conforme as evidências apresentadas, há viabilidade de mercado e financeira para que o projeto seja sustentável.

As consultorias administrativas são extremamente atrativas diante da larga disseminação deste modelo de negócio e dos resultados apresentados na pesquisa de mercado. Recomenda-se que haja revisão constante e adequação do que se mostrar necessário para que o plano, de fato, seja realizado; e que os processos de análise, gerenciamento e planejamento sejam contínuos.

APÊNDICES

QUESTIONÁRIO Nº 01

Este questionário tem por finalidade analisar as pessoas que possuem interesse em abrir uma empresa e verificar se as mesmas seriam clientes potenciais para consultorias em João Pessoa – PB. O questionário está previsto para ser respondido em 5 minutos. Não é necessário se identificar. Agradecemos a sua participação e colaboração para a nossa pesquisa.

1. Qual a profissão do senhor (a)?

R: _____

2. Qual a sua faixa etária?

- Até 18 anos
- Entre 18 e 25 anos
- Entre 25 e 32 anos
- Acima de 32 anos

3. Qual a sua escolaridade?

- Ensino fundamental incompleto
- Ensino fundamental completo
- Ensino médio completo
- Ensino médio incompleto
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo
- Pós- graduação
- Outros

4. Quais meios de comunicação você mais utiliza?

- Rede social
- Telefone
- Rádio
- E-mail

() Outros _____

5. O senhor (a) tem interesse em abrir uma empresa?

() Sim

() Não

5.1 Se responder não, por quê?

R: _____

5.2 Se sim, em qual ramo o senhor (a) pretende abrir essa empresa?

() Alimentício

() Imobiliário

() Vestuário

() Tecnológico

() Outro: _____

6. O senhor (a) contrataria uma empresa de consultoria, caso abra o seu próprio negócio?

() Sim

() Não

6.1 Se não, por quê?

() Por não conhecer uma empresa de consultoria

() Por não confiar

() Custos

Outros _____

6.2 Se sim, em uma escala de 1 a 5, qual o seu real nível de interesse em contratar uma empresa de consultoria, caso abra seu próprio negócio?

Muito Pouco 1	Pouco 2	Médio 3	Muito 4	Máximo 5
------------------	------------	------------	------------	-------------

7. Dentre os problemas listados abaixo qual maior lhe motivaria a contratar um serviço de consultoria?

- Não ser reconhecida no mercado
- Funcionários desqualificados
- Problemas financeiros
- Problemas com a imagem da empresa

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

- Até R\$10.000,00
- De R\$10.001,00 a R\$20.000,00
- De R\$20.001,00 a R\$30.000,00
- De R\$30.001,00 a R\$50.000,00
- Acima de R\$50.000,00

9. Considerando os serviços prestados pelas empresas de João Pessoa- PB, a seguir atribua notas de grau 1 a 5 (de “pouco importante” a “muito importante”). de acordo com o grau de importância.

	1	2	3	4	5
Atendimento					
Opções de Preço					
Qualidade nos serviços					
Espaço Físico					
Forma de Pagamento					

Muito Obrigada.

QUESTIONÁRIO N° 02

Este questionário tem por finalidade analisar as características das empresas de João Pessoa – PB e o seu potencial de utilização de consultorias para minimizar problemas e processos. O questionário está previsto para ser respondido em 5 minutos. Não é necessário se identificar. Agradecemos sua participação e colaboração para a nossa pesquisa.

1. Gênero

- Feminino
 Masculino

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

- Até 1 ano
 Entre 1 e 3 anos
 Entre 4 e 7 anos
 Entre 7 e 10 anos
 Há mais de 10 anos

3. Qual o número de funcionários da sua empresa?

- Até 9 empregados
 De 10 a 49 empregados
 De 50 a 99 empregados
 Mais de 100 empregados

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

5. Quais possíveis pontos de melhoria?

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

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

- Sim
 Não

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

- Gestão de Pessoa
 Marketing
 Financeira
 Qualidade
 Estratégico

7. A sua empresa já contratou algum serviço de consultoria?

- Sim
 Não

7.1 Se sim, como senhor (a) a conheceu?

- Internet
 Rádio
 Indicação de parceiros/conhecido
 SEBRAE
 Outros

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

7.2 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 _____

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

- Até R\$10.000,00
- De R\$10.001,00 a R\$20.000,00
- De R\$20.001,00 a R\$30.000,00
- De R\$30.001,00 a R\$50.000,00
- Acima de R\$50.000,00

9. A localização da empresa de consultoria a ser contratada é um fator relevante ?

- Sim
- Não

10. Quais os meios de comunicação que a sua empresa prioriza para se relacionar com clientes e parceiros?

- Internet
- Televisão(propaganda e publicidade)
- Telefone
- Rádio
- Outdoors
- Outro _____