



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO**

Weslei Vicente Pinheiro dos Santos

**Plano de negócios para abertura de uma empresa de consultoria financeira empresarial
para micro e pequenas empresas em Florianópolis.**

Florianópolis

2024

Weslei Vicente Pinheiro dos Santos

**Plano de negócios para abertura de uma empresa de consultoria financeira empresarial
para micro e pequenas empresas em Florianópolis.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à disciplina
CAD 7305 como requisito parcial para obtenção do grau
de Bacharel em Administração pela Universidade Federal
de Santa Catarina.

Orientador: Prof^o. Dr. Maurício Fernandes Pereira

Florianópolis

2024

Santos, Wesley Vicente Pinheiro dos

Plano de negócios para abertura de uma empresa de consultoria financeira empresarial para micro e pequenas empresas em Florianópolis. / Wesley Vicente Pinheiro dos Santos ; orientador, Mauricio Fernandes Pereira, 2024.

112 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Socioeconômico, Graduação em Administração, Florianópolis, 2024.

Inclui referências.

1. Administração. 2. Plano de negócios. 3. Consultoria financeira. 4. Viabilidade financeira. I. Pereira, Mauricio Fernandes . II. Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em Administração. III. Título.

Weslei Vicente Pinheiro dos Santos

Título: Plano de negócios para abertura de uma empresa de consultoria financeira empresarial para micro e pequenas empresas em Florianópolis.

O presente trabalho em nível de bacharel foi avaliado e aprovado por banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof. Dr. Maurício Fernandes Pereira
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.(a). Dr(a). Ana Luiza Paraboni
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Pedro Antônio de Melo
Universidade Federal de Santa Catarina

Certificamos que esta é a **versão original e final** do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de bacharel em Administração.

Prof. Dr. Maurício Fernandes Pereira
Orientador

Florianópolis, 04 de Julho de 2024.

Dedico este trabalho a Jesus, pois Ele é a razão de ter alcançado esta etapa importante da vida. Ele me sustentou nos momentos difíceis e me guiou até aqui, mesmo quando os dias pareciam impossíveis e os semestres incertos. Sua presença foi minha força para superar os obstáculos, e Ele me deu um propósito para viver, enchendo meu coração de amor por Ele.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter me permitido chegar até aqui e por sua infinita bondade. Mesmo nos dias que pareciam intermináveis, Sua bondade se renova a cada amanhecer, permitindo-me viver seus planos em minha vida.

À meus pais, Gilberto e Joantina, especialmente à minha mãe, cujo amor e cuidado são incomparáveis, exalando amor e zelo pela família a cada respirar. Cada oração, conselho, abraço e beijo foram essenciais. Não há outra como você. O apoio que recebi tornou a vida mais alegre ao lado de vocês.

Ao meu orientador, professor Maurício Fernandes Pereira, que me ajudou ao longo de dois semestres durante a execução deste trabalho. Sua dedicação em ajudar e ensinar é admirável, e sua capacidade de fazer os alunos crescerem é incomparável.

A Universidade Federal de Santa Catarina, uma referência em qualidade de ensino no Brasil e no mundo. Formar-me aqui é um privilégio.

A todos os professores que fizeram parte dessa trajetória e que de alguma maneira corroboram para a construção do conhecimento.

Aos meus grandes amigos, Francielle, Gabriel, José e Carlos Roberto Felix. Não há palavras para descrever meu amor e gratidão por sua família. Todo o cuidado, apoio, conselho e ajuda que recebi são inestimáveis. Sou privilegiado em ter vocês como amigos.

Aos amigos que Deus me proporcionou durante esta caminhada na universidade. Mesmo que a distância possa nos separar no futuro, nunca sairão da minha memória.

Por fim, agradeço a todos os amigos que, de alguma maneira, me apoiaram e ajudaram durante essa jornada. Com certeza, a caminhada foi mais leve ao lado de cada um de vocês.

Se alguém falar, fale segundo as palavras de Deus; se alguém administrar, administre segundo o poder que Deus dá; para que em tudo Deus seja glorificado por Jesus Cristo, a quem pertence a glória e poder para todo o sempre. Amém.

Bíblia Sagrada, 1 Pedro 4:11

RESUMO

Este trabalho discorre sobre o estudo e avaliação de plano de negócio para abertura de uma empresa de consultoria financeira com foco em micro e pequenos empreendedores na cidade de Florianópolis e região metropolitana. O objetivo principal é estudo de viabilidade financeira, além de determinar seu público-alvo, definir o mercado e o escopo do serviço, desenvolver um plano estratégico de marketing e fazer previsões orçamentárias.

O trabalho está dividido em cinco tópicos principais. Na introdução, são abordados elementos como a apresentação do trabalho, a motivação, os objetivos gerais e específicos. O desenvolvimento teórico apresenta a conceituação de termos essenciais para uma melhor compreensão do estudo. O terceiro bloco detalha a metodologia empregada na realização do trabalho. No quarto tópico, é apresentado o plano de negócios, que inclui a descrição das principais áreas da empresa: marketing, recursos humanos, operacional e financeiro. Além disso, é realizado um estudo ambiental, ao final é apresentado a conclusão do trabalho.

Este trabalho utilizou uma abordagem quantitativa, aplicando uma pesquisa estatística não probabilística. Dessa forma, os resultados obtidos demonstram o comportamento e a percepção dos possíveis clientes sobre a consultoria financeira, bem como as características e necessidades desse público. Isso possibilitou a criação de estratégias assertivas para atraí-los.

Por fim, a pesquisa identificou a viabilidade do negócio, sendo possível descobrir os recursos necessários em cada área do negócio, seja investimento, funcionários ou ações de marketing. O modelo de negócio proposto oferece serviços avulsos e planos mensais recorrentes para acompanhamento financeiro, com projeções promissoras: lucratividade média de 49,45% e rentabilidade de 1.931% em cinco anos, superando significativamente a taxa básica de juros. O estudo prevê o retorno do investimento já no primeiro ano de gestão.

Palavras-chave: Plano de negócios, Consultoria financeira e Viabilidade financeira.

ABSTRACT

This work discusses the study and evaluation of a business plan for opening a financial consultancy company focused on micro and small entrepreneurs in the city of Florianópolis and the metropolitan region. The main objective is to study financial feasibility, in addition to determining your target audience, defining the market and scope of the service, developing a strategic marketing plan and making budget forecasts.

The work is divided into five main topics. In the introduction, elements such as the presentation of the work, motivation, general and specific objectives are addressed. The theoretical development presents the conceptualization of essential terms for a better understanding of the study. The third block details the methodology used to carry out the work. In the fourth topic, the business plan is presented, which includes a description of the company's main areas: marketing, human resources, operational and financial. In addition, an environmental study is carried out, at the end, the conclusion of the work is presented.

This work used a quantitative approach, applying non-probabilistic statistical research. In this way, the results obtained demonstrate the behavior and perception of potential clients regarding financial consultancy, as well as the characteristics and needs of this audience. This made it possible to create assertive strategies to attract them.

Finally, the research identified the viability of the business, making it possible to discover the resources needed in each area of the business, whether investment, employees or marketing actions. The proposed business model offers individual services and recurring monthly plans for financial monitoring, with promising projections: average profitability of 49.45% and profitability of 1,931% in five years, significantly exceeding the basic interest rate. The study predicts the return on investment in the first year of management.

Keywords: Business plan, Financial consultancy and Financial viability.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Empresas e Empregos por porte	37
Figura 2 - Empresas e Empregos por setor	38
Figura 3 - Aspectos sociais	39
Figura 4 - Pesquisa concorrência	43
Figura 5 - Pesquisa Curva de Valor - concorrentes	44
Figura 6 - Resposta 1 questionário	46
Figura 7 - Resposta 2 questionário	47
Figura 8 - Resposta 3 questionário	47
Figura 9 - Resposta 4 questionário	48
Figura 10 - Resposta 4.1 questionário	48
Figura 11 - Resposta 5 questionário	49
Figura 12 - Resposta 6 questionário	50
Figura 13 - Resposta 1 questionário 2	50
Figura 14 - Resposta questionário 2	51
Figura 15 - Resposta questionário 2	51
Figura 16 - Resposta questionário 2	52
Figura 17 - Resposta questionário 2	52
Figura 18 - Resposta questionário 2	53
Figura 19 - Resposta questionário 2	54
Figura 20 - Resposta questionário 2	54
Figura 21 - Resposta questionário 2	55
Figura 21 - Resposta questionário 2	55
Figura 22 - Resposta questionário 2	56
Figura 23 - Resposta questionário 2	57
Figura 24 - Resposta questionário 2	57
Figura 25 - Resposta questionário 2	58
Figura 26 - Resposta questionário 2	59
Figura 27 - Resposta questionário 2	59
Figura 28 - Resposta questionário 2	60
Figura 29 - Resposta questionário 2	70
Figura 30 - Fluxograma	76

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Custo dos funcionários por mês	71
Tabela 2 – Custo de mão de obra	71
Tabela 3 – Quadro funcionários por ano	73
Tabela 4 – Capacidade produtiva mensal (em horas)	73
Tabela 5 – Capacidade produtiva mensal	74
Tabela 6 - Cálculo de carga horária média por projeto	74
Tabela 7 - Capacidade produtiva (projetos)	74
Tabela 8 - Custo por funcionário	75
Tabela 9 - Cust	75
Tabela 10 - Despesas por mês	81
Tabela 11 - Custo valor por hora (mão de obra)	82
Tabela 12 - custo preço por serviço	82
Tabela 13 - Despesas por mês (em cada ano)	86
Tabela 14 - Orçamento de vendas ano 1	87
Tabela 15 - Orçamento de vendas ano 2	87
Tabela 16 - Orçamento de vendas ano 3	88
Tabela 17 - Orçamento de vendas ano4	88
Tabela 18 - Orçamento de vendas ano 5	89
Tabela 19 - Resumo faturamento por ano	90
Tabela 19 - Investimento equipamento administrativo	90
Tabela 20 - Investimento material de expediente	91
Tabela 21 - Investimento sistema gestão	92
Tabela 22 - Investimento comunicação visual e marketing	92
Tabela 23 - Investimento móveis administrativo	92
Tabela 24 - Investimentos abertura empresa	93
Tabela 25 - Resumo investimento total fixo	93
Tabela 26 - Projeção DRE (por ano)	93
Tabela 27 - Projeção fluxo de caixa - ano 1	95
Tabela 28 - Projeção fluxo de caixa (por ano)	95
Tabela 29 - Índice margem de contribuição	96
Tabela 30 - Ponto de equilíbrio	96
Tabela 31 - Índice de lucratividade	97
Tabela 32 - Índice de rentabilidade (ROI)	97

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 : Objetivos da empresa	33
Quadro 2 - Serviços prestados	43
Quadro 3 - Fornecedor 1	59
Quadro 4 - Fornecedor 2	60
Quadro 5 - Fornecedor 3	60
Quadro 6 - Fornecedor 4	60
Quadro 7 - Funcionários por ano	61
Quadro 8 - Cargo 1	62
Quadro 9 - Cargo 2	63
Quadro 10 - Cargo 3	64
Quadro 11 - Cargo 4	66
Quadro 12 - Cargo 5	67
Quadro 13 - Serviços oferecidos	76
Quadro 14 - proposta de valor	78
Quadro 15 - Análise SWOT	82

SUMÁRIO

SUMÁRIO	12
1. INTRODUÇÃO	14
1.1 OBJETIVOS	15
1.2 JUSTIFICATIVA	15
2. REFERENCIAL TEÓRICO	18
2.1 EMPREENDEDORISMO	18
2.1.1 Características do empreendedorismo	19
2.2 CONSULTORIA EMPRESARIAL	20
2.2.1 Objetivos da consultoria empresarial	20
2.2.2 Tipos de consultoria empresarial	21
2.3 Importância da consultoria financeira	22
2.4 Importância da inteligência artificial na consultoria financeira	23
2.5 PLANO DE NEGÓCIOS	24
2.5.1 Estrutura do plano de negócios	25
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	28
3.1 TIPO DE PESQUISA	28
3.2 UNIVERSO E AMOSTRA	29
3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS	29
3.4 ANÁLISE DE DADOS	30
3.5 LIMITAÇÕES DA PESQUISA	30
4 PLANO DE NEGÓCIO	32
4.1 SUMÁRIO EXECUTIVO	32
4.2 A EMPRESA	33
4.2.1 O negócio	33
4.2.2 Missão	33
4.2.3 Visão	33
4.2.4 Valores	33
4.2.5 Os objetivos da empresa	34
4.2.6 O empreendedor e suas competências	34
4.3 ESTRUTURA LEGAL	34
4.3.1 Descrição legal	34
4.3.2 Enquadramento tributário	35
4.4 SÍNTESE DAS RESPONSABILIDADES DO DIRIGENTE	35
4.5 ANÁLISE ESTRATÉGICA	36
4.5.1 Demográfico	36
4.5.2 Econômico	37
4.5.3 Sociocultural	38
12	

4.5.4 Tecnológico	39
4.5.5 Político-legal	40
4.6 PESQUISA DE MERCADO	40
4.6.1 Concorrência	40
4.6.2 Clientes	46
4.6.3 Fornecedores	60
4.8 RECURSOS HUMANOS	62
4.8.1 Cargos	62
4.8.2 Plano de cargos e salário	63
4.8.3 Organograma	70
4.8.4 Custo funcionário por mês	71
4.9 PLANO OPERACIONAL	72
4.9.1 Descrição da unidade	72
4.9.2 Controle de qualidade	72
4.9.3 Sistemas de gestão	72
4.9.4 Capacidade produtiva	73
4.9.5 Fluxograma	76
4.7 PLANO DE MARKETING	77
4.7.1 Descrição dos principais produtos e serviços	77
4.7.2 Proposta de valor	80
4.7.3 Estratégia de Precificação	81
4.7.4 Estratégia localização (praça)	83
4.7.5 Estratégias de comercialização (promoção)	83
4.7.6 Análise SWOT	84
4.7.7 Estratégia de marketing	85
4.9 PLANO FINANCEIRO	85
4.9.1 Orçamento de Despesas	85
4.9.2 Orçamentos de Vendas	86
4.9.3 Orçamento de Investimento fixo	90
4.9.4 Projeção DRE	93
4.9.5 Projeção de Fluxo de Caixa.	95
4.9.6 Margem de contribuição e ponto de equilíbrio	96
4.9.7 Índice de lucratividade	96
4.9.8 Rentabilidade - ROI	97
4.9.9 Payback	97
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	99
REFERÊNCIAS	101

1. INTRODUÇÃO

A sociedade é composta por múltiplos atores que interagem, incluindo empresas privadas, estas empresas desempenham um papel essencial na formação do patrimônio, na melhoria da qualidade de vida das pessoas, na criação de empregos e no desenvolvimento dos países. Distribuir resultados aos acionistas.

Diante dos diversos desafios enfrentados pelas empresas como a concorrência acirrada e as mudanças econômicas, tecnológicas, regulatórias e demográficas, é necessário desenvolver planos estratégicos para alcançar os resultados desejados. Além disso, devem estar conscientes das mudanças rápidas e dinâmicas do mercado (Kotler e Keller, 2018).

Neste contexto, acompanhar o mercado é crucial para aumentar a participação. Os especialistas em consultoria empresarial desempenham um papel fundamental ao orientar as empresas no melhor caminho para atingir seus objetivos, prestando serviços como redução de gastos, fluxo de caixa, precificação, análise de investimentos, análise de mercado e auxiliando os gestores de negócios no processo de tomada de decisão.

A consultoria financeira oferece uma série de benefícios às pequenas e microempresas, incluindo a melhoria da saúde financeira, a melhoria das operações, a identificação de oportunidades de crescimento e a redução dos riscos financeiros. Porém, para alcançar esses benefícios, é importante contar com profissionais qualificados e experientes na área.

Em detrimento a isso, o plano de negócios é essencial para avaliar a viabilidade do negócio também, além de, uma ferramenta importante no planejamento estratégico do negócio. Ajuda os empreendedores a estabelecer metas e objetivos claros, definir estratégias de marketing e vendas e desenvolver processos operacionais eficazes. Com um plano de negócios bem elaborado, os empreendedores têm uma visão clara do negócio e estão mais bem preparados para enfrentar os desafios do mercado, aumentando assim as chances de sucesso da empresa.

Além disso, um plano de negócios é crucial para a captação de recursos junto a investidores, instituições financeiras e parceiros estratégicos. Um plano de negócios bem elaborado pode trazer confiança e credibilidade aos investidores e demonstrar que o empreendedor tem uma visão clara do negócio e está pronto para enfrentar os desafios do mercado. Portanto, os empreendedores devem dedicar tempo e esforço para preparar um

plano de negócios abrangente e ponderado que reflita de forma precisa e realista as oportunidades e desafios de negócios.

Este trabalho está organizado da seguinte forma: O primeiro capítulo apresenta uma introdução do tema abordado, bem como os objetivos e a justificativa. O capítulo dois traz uma revisão bibliográfica sobre empreendedorismo, plano de negócios, consultoria financeira e inteligência artificial na consultoria financeira, bem como a conceituação de termos contidos ao longo do trabalho.

O capítulo três descreve os métodos utilizados no estudo, incluindo procedimentos de coleta e análise de dados. Já o capítulo quatro aborda o desenvolvimento do plano de negócios e por fim, o capítulo quatro apresenta as conclusões do trabalho.

Este plano de negócios aborda os pontos-chave para a abertura de uma empresa de assessoria financeira com sede fiscal na cidade de Florianópolis, Santa Catarina. Determina-se a seguinte questão: É economicamente viável abrir um negócio de assessoria financeira para pequenas e microempresas na cidade de Florianópolis?

1.1 OBJETIVOS

O objetivo geral deste trabalho é desenvolver um plano de negócios para implantação de uma empresa de consultoria financeira para pequenas e microempresas em Florianópolis. Os objetivos específicos são:

- a) Determinar as características gerais da obra;
- b) Determine seu público-alvo
- c) Definir o mercado e o escopo do serviço
- d) Descrever organizações e sistemas jurídicos
- e) Desenvolver um plano estratégico de marketing
- f) Avaliar a viabilidade financeira da empresa;
- g) Fazer previsões orçamentárias.

1.2 JUSTIFICATIVA

No Brasil, existem vários aspectos para uma pessoa abrir um negócio. Portanto, a maioria das pessoas que decidem abrir um negócio neste país não conhecem as ferramentas

de gestão ou não dedicam tempo para criar um plano estratégico de negócios, o que a longo prazo dificulta o desenvolvimento deste negócio e tem um impacto negativo.

De acordo dados revelados pelo estudo do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), de 2014, revelou que 55% dos empresários entrevistados não elaboraram um plano de negócios antes de abrir sua empresa, 55% também responderam que não planejaram como a empresa funcionaria em sua ausência (p. ex.: férias), 50% não definiram estratégia para evitar desperdícios, 46% não sabiam o número de clientes que teriam e os hábitos de consumo desses clientes, 42% não calcularam o nível de vendas para cobrir custos e gerar o lucro pretendido, 39% não sabiam qual era o capital de giro necessário para abrir o negócio e 63% desejam expandir os negócios no futuro (SEBRAE, 2014. p.7).

Segundo dados do governo federal (Brasil, Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. 2023), apenas nos primeiros 4 meses, o Brasil registrou aproximadamente 1,3 milhão de novas empresas abertas, sendo assim o país passa a contar com um total de 21.020.285 empresas ativas, sendo que 93,7% são microempresas e empresas de pequeno porte, ressaltando a importância das pequenas empresas para economia nacional.

No Brasil, o número de microempresas cresce constantemente, sendo que, em 2023, 70% das 20 milhões de empresas ativas são microempresas, isso representa 27% do PIB, além de ser empregadora de 52% do total de pessoas com carteira registrada. (SEBRAE, 2024). O empreendedorismo digital também cresce, com as vendas do e-commerce atingindo R\$ 169,59 bilhões em 2022, um aumento de R\$ 18 bilhões em relação ao ano anterior.

De acordo com, Vexia (2022), o mercado de consultoria está em pleno crescimento, com movimentação de US\$ 900 bilhões apenas no ano de 2022, citando uma pesquisa do Fórum Econômico Mundial, estima-se um crescimento, no Brasil, de 50% na demanda por consultores empresariais.

Destaca-se ainda, a importância do consultor no suporte estratégico da empresa, nos diversos níveis, assim, podem se preparar para diversas mudanças na empresa, como mudanças, expansão, reestruturação, corte de custos, otimização dos recursos, identificação de oportunidades e aumento de faturamento.

Em linha com o exposto, Forbes (2022) enfatiza a necessidade de as empresas se reinventarem através da rápida inovação tecnológica. Hoje, as coisas estão acontecendo em um ritmo acelerado e as empresas precisam acompanhar. O papel do consultor é essencial porque pode contribuir adequadamente para o alcance dos objetivos da empresa.

Forbes (2022), afirma ainda que a inteligência artificial permitiu o processamento rápido de dados e é muito importante que as empresas sigam as tendências tecnológicas para tornar as operações comerciais mais fáceis e rápidas. Forbes (2022), citando João Guiero diz que: "a consultoria não é mais só um prestador de serviços, é um parceiro de negócio. Com isso, precisou assumir os riscos dos projetos".

Escrevendo sobre consultoria financeira, Rhodes (2023) destaca os motivos associados à contratação de um consultor financeiro para uma empresa, começando pela análise e planejamento, ou seja, a integração de contabilidade e finanças para projetos de negócios de curto prazo. Identifique oportunidades de investimento para maximizar os ativos e lucros da empresa. A redução dos custos operacionais, o aumento da alavancagem e, em última análise, o controle do risco como consultores ajudarão as empresas a tomar decisões importantes relacionadas com o capital de risco.

A partir dos dados acima, fica claro que o Brasil é um país de empreendedorismo e atualmente existem grandes oportunidades para profissionais de gestão ingressarem no mercado de prestação de serviços de consultoria financeira em Florianópolis, a fim de contribuir com empresas de diversos países e escopo de gestão.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Para melhor aproveitamento e compreensão deste trabalho, é de suma importância definir termos contidos ao longo da pesquisa que o sustentam.

2.1 EMPREENDEDORISMO

De acordo Dornelas (2021), em sua obra sobre empreendedorismo, os autores apontam o presente termo como um processo que envolve criar algo com geração de valor, sendo necessária dedicação de tempo e esforço necessário, incluindo assumir os riscos financeiros, psicológicos e sociais e no final receber uma recompensa pessoal e econômica.

Outra definição para “empreendedorismo”, feito pelo *Entrepreneurship Center* (Centro de empreendedorismo), da universidade de Miami, é:

Empreendedorismo é o processo de identificação, desenvolvimento e captação de uma ideia para a vida. A visão pode ser uma ideia inovadora, uma oportunidade ou simplesmente uma forma melhor de fazer algo. O resultado final deste processo é a criação de uma nova empresa, formada em condições de risco e de uma incerteza considerável.

Ainda refletindo sobre conceito de “empreendedorismo”, outros autores também colaboram acerca do tema dizendo que: “empreendedorismo está relacionado ao processo de identificação, avaliação e exploração de oportunidades de negócios por indivíduos ou grupos, geralmente envolvido a criação de uma nova empresa ou a expansão de uma empresa existente” (Radu-Lefebvre; Lefebvre; Crosina; Hytti, 2021).

Em contrapartida, um livro chamado “The Routledge Companion to Entrepreneurship” [tradução: O companheiro Routledge para o empreendedorismo], retratam diversas definições e perspectivas sobre “empreendedorismo”, sendo assim os autores expõem e sintetizam o presente conceito amplamente dizendo que “empreendedorismo refere-se criar novos negócios” (Baker; Welter, 2021).

2.1.1 Características do empreendedorismo

Compreendendo os conceitos de “empreendedorismo”, é possível apontar suas características, uma vez que elas estão interligadas e podem contribuir para o sucesso do empreendimento. Outrossim, é primordial destacar que o sucesso pode ser afetado por diversos fatores externos, por exemplo, economia do país, recursos financeiros, mão de obra, e redes sociais (Yangailo & Qutieshat, 2022).

Sendo assim, as características do empreendedorismo são:

- a) Autoeficácia : a crença na capacidade de ter sucesso em empreendimentos empreendedores (Yangailo & Qutieshat, 2022).
- b) Conscienciosidade : a tendência de ser responsável, organizado e orientado para objetivos (Yangailo & Qutieshat, 2022).
- c) Locus de controle : a crença de que alguém tem controle sobre seu próprio destino e os resultados de suas ações (Yangailo & Qutieshat, 2022).
- d) Necessidade de realização : o desejo de alcançar o sucesso e cumprir metas (Yangailo & Qutieshat, 2022; Willebrands et al., 2012).
- e) Inovação : capacidade de gerar e implementar novas ideias (Yangailo & Qutieshat, 2022; Willebrands et al., 2012).
- f) Propensão a assumir riscos : disposição de assumir riscos calculados em busca de oportunidades empreendedoras (Willebrands et al., 2012).
- g) Autonomia : o desejo de independência e autodeterminação no trabalho (Willebrands et al., 2012).
- h) Necessidade de realização : o desejo de realizar tarefas difíceis e alcançar o sucesso (Willebrands et al., 2012).
- i) Lócus de controle interno : a crença de que alguém tem controle sobre sua própria vida e resultados (Willebrands et al., 2012).
- j) Intenções empreendedoras : o desejo e o compromisso de se engajar em um comportamento empreendedor (Yangailo & Qutieshat, 2022).

2.2 CONSULTORIA EMPRESARIAL

O aconselhamento existe na sociedade há muito tempo, mas não era tão organizado e sofisticado como o conhecemos hoje, e as pessoas se reuniam com seus líderes e recebiam conselhos em qualquer área da vida informalmente. Atualmente, a consultoria é utilizada de forma estratégica e formal dentro das organizações, também visando conhecer um ou outro campo de atuação (Lopes e Rosa, 2015).

Frueh e Beeker (2021), em seu livro sobre práticas de consultoria, apresentam ela como “a atividade profissional de fornecer conselhos independentes e objetivos às organizações em relação a seus objetivos, estratégias e operações, visando melhorar o desempenho e a eficácia organizacional”. Em consonância a isso, Lars e Engwall (2021), apontam a “consultoria empresarial” como “Uma atividade profissional na qual consultores oferecem aconselhamento e assistência a organizações visando melhorar seu desempenho, resolver problemas ou buscar oportunidades de crescimento e desenvolvimento.”

Mediante ao exposto acima, é notório observar que a consultoria é o compartilhamento de conhecimento, protagonizado pelo consultor, que, por sua vez ajuda a empresa a resolver algum problema, sendo assim, Ramos e Santos (2021), descrevem a importância do consultor no processo de resolutividade de um problema e que ele “é um prestador de um serviço no qual é detentor de conhecimento específico, facilitando a tomada de decisão do seu cliente”.

Em outro momento, Aragão et al. (2023), diz que a consultoria consiste em receber informações do seu cliente, averiguar os processos, analisar as informações estabelecendo um diagnóstico e possíveis soluções para o problema apresentado.

2.2.1 Objetivos da consultoria empresarial

Em um estudo realizado sobre consultoria empresarial, suas subdivisões e os benefícios de sua contratação, Costa (2020, p. 5), apresenta sete objetivos na consultoria empresarial, são elas:

- Adquirir e resumir informações para o cliente;
- Resolver questões específicas;

- Apresentar um diagnóstico em que o resultado refere-se à antes da redefinição do problema;
- Recomendação de soluções baseadas no diagnóstico;
- Colaboração na implantação das soluções;
- Facilitar o aprendizado do cliente;
- Promover a melhoria contínua.

2.2.2 Tipos de consultoria empresarial

A consultoria empresarial é ampla e se divide em várias áreas de atuação, semelhante aos departamentos da empresa, Santos(2020) descreve que a instabilidade econômica é responsável por fomentar a demanda por consultorias no Brasil, em especial as micro e pequenas empresas.

Alguns tipos de consultoria empresarial são:

- a) Consultoria em planejamento estratégico: A consultoria planejamento estratégico consiste em uma organização e detalhamento acerca de projetos futuros e estratégias para alcançá-los, em detrimento a isso, Mota e Nascimento (2023), apontam a grande relevância de consultores em micro e pequenas empresas, sobretudo, em tempos de crises e instabilidade econômica, uma vez que, os profissionais auxiliarão o empreendedor a criar estratégias para superar desafios e atingir objetivos. Em concordância com isso, Silva e Assis (2023) afirmam que o planejamento estratégico “auxilia no controle das atividades” além de “manterem competitivas, no curto e longo prazo”.
- b) Consultoria em Gestão de pessoas: A consultoria em gestão de pessoas, consiste em diversas técnicas, como: remuneração, análise de clima organizacional, recrutamento de seleção, além disso, o International Journal of Human Resource Management e no Journal of Organizational Behavior (2022), destaca que a consultoria em gestão de pessoas é voltada para o crescimento contínuo da empresa e seus colaboradores, devido principalmente pelas frequentes mudanças na dinâmica das organizações. Sendo assim, relatórios da Society for Human Resource Management (SHRM) (2022), apontam a importância das relações humanas nas empresas e seu impacto direto no desempenho financeiro das organizações.
- c) Consultoria de marketing: A Consultoria de marketing, visa ajudar as empresas na elaboração de estratégias para promover seus produtos e serviços, alcançar seu público-alvo e atingir metas de marketing, demonstra seu papel essencial no ambiente empresarial contemporâneo, Journal of Marketing Consulting, 2022, mostram a

relevância na adaptabilidade das empresas em meio as relevantes mudanças do mercado, sobressaindo a transformação digital.

A Consultoria de marketing, atualmente, é vista como crucial para as empresas de todos os portes, já que são responsáveis por alinhar as estratégias da empresa com a expectativa do mercado, gerando conhecimento sobre o comportamento do consumidor e tendências (International Journal of Marketing Consulting, 2023).

- d. Consultoria financeira: A consultoria financeira, consiste em facilitação em um processo de tomada de decisão, usando dados da empresa e dados externos, assim sendo, o ponto central da consultoria financeira é a otimização dos recursos financeiros para alavancar resultados. Em consonância a isso, outros aspectos são: maior rentabilidade, liquidez da empresa e capacidade de gerar caixa, análise de investimentos, análise de custos e formação do preço de venda (Santos, 2020).

2.3 Importância da consultoria financeira

Tendo em vista o objetivo da consultoria financeira, citado acima, é importante ressaltar a enorme contribuição que ela traz para a empresa, dado que, a consultoria baseia-se na saúde financeira. Primariamente, o consultor analisa diversos documentos da empresa de forma minuciosa e aplica diversos indicadores para mensurar o real status da empresa, por exemplo, indicadores de rentabilidade, grau de endividamento, liquidez e ponto de equilíbrio, sendo assim, os dados gerados no primeiro momento, vai elevar a capacidade de tomada de decisão do consultor e do empreendedor (Santos, 2021).

Observando o princípio da administração financeira, sendo a maximização do lucro para os acionistas, Santos (2021) destacam-se os benefícios gerados pela consultoria financeira, que na sua grande maioria, resume-se em corte de custos e conseqüentemente resulta em outras ações, como: renovação no modelo de negócio, aquisição de competências, identificação de pontos fracos, foco em resultados reais do negócio, aperfeiçoamento dos processos já existentes

No mesmo sentido, Santos (2022), corrobora dizendo que independente da área de atuação ou porte da empresa, a gestão financeira é primordial, assim, pode gerar redução de custo com gastos desnecessários, além de “prever o seu crescimento temporal e viabilizando

novos investimentos”. Sobre os procedimentos adotados, a consultoria possui basicamente a mesma lógica, alterando um pouco a complexidade de acordo com cada empresa.

2.4 Importância da inteligência artificial na consultoria financeira

Nos últimos anos, observou-se uma maciça escalada do uso da inteligência artificial (IA) nos diversos segmentos empresariais, trazendo diversos resultados positivos para as empresas. Não obstante, a área financeira não ficou de fora da nova onda tecnológica mundial, aprimorando cada vez mais a análise financeira com ajuda da inteligência artificial (Deloitte, 2024).

O uso da inteligência artificial tem sido tão grande que, Samus (2023), aponta uma pesquisa realizada pelo IDC (Instituto de Desenvolvimento Corporativo do Brasil) a pedido da SAS, plataforma líder em Analytics, onde, 63% das empresas brasileiras utilizam soluções baseadas em IA, superando a média de outros países latinos que ficou em 47%.

Deloitte, ainda contribui dizendo que a inteligência artificial trouxe enormes avanços para as empresas, principalmente, incrementada ao planejamento estratégico, já que sua rapidez ao processar dados é infinitamente maior do que a do ser humano, acarretando ganho de tempo e qualidade do processamento das informações.

Gradus (2024), diz nessa mesma perspectiva, onde a inteligência artificial proporcionou uma maior personalização à experiência do cliente, dado que, ela pode ser programada conforme a necessidade do empresário, por exemplo, interligando os sistemas de todos os setores da empresa, criando chatbots, filtrando as informações de um call center e direcionando para o atendente especializado.

Outro aspecto relevante, também apontado por Gradus, é a eficiência no combate a fraudes numa organização, especificamente ele diz que: “algoritmos de IA podem analisar padrões de transações financeiras para identificar atividades suspeitas, prevenir lavagem de dinheiro e fortalecer a segurança cibernética por meio da detecção de ameaças e vulnerabilidades”.

Sap Concur (2024), atribui à IA como uma aliada fundamental para consultores, já que possui uma capacidade de processar dados rapidamente e gerando diversos relatórios a critério do consultor, e a partir de então, o consultor realiza seu trabalho investigativo e propor soluções, se necessário à empresa.

É relevante apontar sua contribuição ao dizer sobre avaliação de riscos: “Os algoritmos de IA têm alta capacidade de analisar os diversos registros financeiros em segundos, identificando potenciais riscos e projetando cenários futuros”, sendo assim, o consultor poderá com maior rapidez avaliar melhores tomadas de ações visando mitigar problemas futuros.

Em complemento, Roit (2024), aponta a relevância do uso da inteligência humana com a inteligência artificial como aspectos decisivos para potencializar resultados financeiros, dado que, a inteligência artificial influenciará drasticamente o cenário organizacional, mas, precisará do humano para colocar em prática e perceber possíveis “por menores” do contexto que a empresa atua.

Mediante ao exposto acima, verifica-se a relevância da IA para a gestão financeira e a consultoria financeira nas organizações, no tocante ao micro e pequenos empresários, o destaque é ainda maior, já que reduz consideravelmente os custos da empresa com o emprego da tecnologia de IA.

2.5 PLANO DE NEGÓCIOS

Para Stokes, Wilson e Hittmair (2021), Plano de negócios é fundamental, pois é documento estratégico para a empresa, porquanto, serve de guia detalhado para os empreendedores, pois nele existem diversos estudos e análise, como mercado, vendas, marketing e finanças. O intuito é proporcionar ao empreendedor tomadas de decisão mais assertivas e estratégicas para que sua operação se consolide.

Para, Cerqueira e Cruz (2023) Plano de negócios é um documento crucial para a empresa, onde possui uma visão geral sobre vários aspectos do negócio em que atua, sendo assim, aponta também elementos externos e internos importantes para o negócio. Em suma, o plano consiste em descrever as necessidades, estratégias, objetivos, metas e recursos necessários para o sucesso de uma empresa ou empreendimento.

O Plano de negócios é vital para o empreendimento e para o empreendedor, pois, ela mostra um panorama do negócio, e assim corrobora para melhor compreensão do nível de concorrência e complexidade que o empreendedor enfrentará. Além disso, o plano de negócios possibilita uma melhor tomada de decisão no momento de investir num novo negócio.

Sobre isso, Pereira e Lopes (2020, p.85), afirmam que:

Um plano de negócios é complexo em sua elaboração pois exige muita pesquisa tanto sobre o negócio quanto sobre clientes e seus concorrentes. Isso proporciona um amplo conhecimento acerca do possível negócio para quem o elabora, e possibilita a prévia identificação de problemas no empreendimento antes de se inserir no mercado. Evitando, assim, prejuízos que ocorreriam se a empresa já estivesse em funcionamento.”

Mediante ao exposto acima, ressalta-se a vitalidade de um bom planejamento, pois, ela é a ferramenta do empreendedor, sendo que, há um risco elevado de falência ao abrir um negócio sem o devido planejamento, pois a globalização trouxe consigo a alta competitividade no mercado, isso revela ainda mais a importância de um plano bem elaborado e robusto para enfrentar os desafios da atualidade (Leite. et al, 2022).

2.5.1 Estrutura do plano de negócios

De acordo com Dornelas (2015), não existe um plano de negócios único a ser seguido, e pode haver particularidades em cada negócio, no entanto, é necessário seguir um passo a passo para melhor entendimento do negócio. Sendo assim, ele apresenta um roteiro, que compõem:

1. Capa: É o cartão de visita de quem lê. Deve ser feito de forma enxuta e com informações necessárias e oportunas.

2. Sumário: O sumário deve conter o título de cada seção do plano de negócios e a página respectiva na qual se encontra, bem como os principais assuntos relacionados em cada seção. Isso facilita ao leitor encontrar rapidamente o que lhe interessa. Qualquer editor de textos permite a confecção automática de sumários e tabelas de conteúdo bastante apresentáveis.

3. Sumário executivo: É a principal seção do plano de negócios, pois fará o leitor decidir se continuará ou não a ler o documento. Portanto, deve ser escrito com muita atenção e revisado várias vezes, além de conter uma síntese das principais informações que constam do plano de negócios. Deve ainda ser dirigido ao público alvo do plano e explicar qual seu objetivo em

relação ao leitor (por exemplo, requisição de financiamento junto a bancos, capital de risco, apresentação da empresa para potenciais 10 parceiros ou clientes etc.). O sumário executivo deve ser a última sessão a ser escrita, pois depende de todas as outras para ser elaborada.

4. Análise estratégica: Nesta seção são definidos os rumos da empresa, sua visão e missão, situação atual, as potencialidades e ameaças externas, forças e fraquezas, objetivos e metas de negócio. Esta seção é na verdade, a base para o desenvolvimento e a implantação das demais ações descritas no plano.

5. Descrição da empresa: Nesta seção, deve-se descrever a empresa, seu histórico, crescimento, faturamento dos últimos anos (se tiver), razão social, impostos, estrutura organizacional e jurídica, localização, parcerias, certificações de qualidade, serviços terceirizados etc.

6. Produtos e serviços: Esta seção do plano de negócios é destinada aos produtos e serviços da empresa: como são produzidos, quais os recursos utilizados, o ciclo de vida, os fatores tecnológicos envolvidos, o processo de pesquisa e desenvolvimento, os principais clientes atuais, a detenção de marca e/ou patente em algum produto pela empresa etc. Nesta seção, pode ser incluída, quando a informação estiver disponível, uma visão do nível de satisfação dos clientes com produtos e serviços da empresa. Esse feedback é bastante importante, porque costuma oferecer não apenas uma visão do nível de qualidade percebida nos produtos e serviços, mas também guiar futuros investimentos da empresa em novos desenvolvimentos e processos de produção.

7. Plano operacional: Esta seção deve apresentar as ações que a empresa planeja em seu sistema produtivo e o processo de produção, indicando o impacto das ações em seus parâmetros de avaliação de produtos. Deve conter informações operacionais atuais e previstas de fatores como: lead time do produto ou serviço, percentual de entregas a tempo (on time delivery), rotatividade do inventário, índice de refugo, lead time de desenvolvimento de produto ou serviço etc.

8. Plano de recursos humanos: Aqui devem ser apresentados os planos de desenvolvimento e treinamento do pessoal da empresa. Essas informações estão diretamente relacionadas com a capacidade de crescimento da empresa, especialmente quando ela atua em um mercado no qual a detenção de tecnologia é considerada um fator estratégico de competitividade. Devem ser indicadas as metas de treinamento associadas às ações do Plano operacional, as metas de treinamento estratégico, de longo prazo e não associadas diretamente às ações. Aqui também devem ser apresentados o nível educacional e

a experiência dos executivos, gerentes e funcionários operacionais, indicando-se os esforços da empresa na formação de seu pessoal.

9. Análise de mercado: Na seção de Análise de mercado, o autor do plano de negócios deve mostrar que os executivos da empresa conhecem muito bem o mercado consumidor de seu produto/serviço (por meio de pesquisas de mercado): como está segmentado, o crescimento desse mercado, as características do consumidor e sua localização, a existência de sazonalidades e ações para esse caso, análise da concorrência, sua participação de mercado e a dos principais concorrentes etc.

10. Estratégia de marketing: Deve-se mostrar como a empresa pretende vender seu produto/serviço e conquistar clientes, manter o interesse deles e aumentar a demanda. Deve abordar os métodos de comercialização, diferenciais do produto/serviço para o cliente, política de preços, principais clientes, canais de distribuição e estratégias de promoção/comunicação e publicidade, bem como projeções de vendas.

11. Plano financeiro: A seção de finanças deve apresentar em números todas as ações planejadas para a empresa e as comprovações, por meio de projeções futuras (de quanto capital necessita, quando e com qual propósito) de sucesso do negócio. Deve conter demonstrativo de fluxo de caixa com horizonte de, pelo menos, três anos; balanço patrimonial; análise do ponto de equilíbrio; necessidades de investimento; 11 demonstrativos de resultados; análise de indicadores financeiros do negócio, como faturamento previsto, margem prevista, prazo de retorno sobre o investimento inicial (payback), taxa interna de retorno (TIR) etc.

12. Anexos: Esta seção deve conter informações adicionais, julgadas relevantes para o melhor entendimento do plano de negócio. Por isso, não tem um limite de páginas ou exigências a serem seguidas. A única informação que não pode ser esquecida é a relação dos currículos dos sócios e dirigentes da empresa. Podem-se anexar ainda informações como fotos de produtos, plantas da localização, roteiros e resultados completos das pesquisas de mercado realizadas, material de divulgação do negócio, folders, catálogos, estatutos, contrato social da empresa, planilhas financeiras detalhadas etc.

Estrutura para empresas: DORNELAS (2015, p.100 e 101)

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com o objetivo de realizar a presente pesquisa e, por conseguinte, alcançar os resultados esperados, foi necessário adotar procedimentos metodológicos rigorosos que garantiram a fidedignidade da investigação proposta neste trabalho. Esses procedimentos foram cuidadosamente planejados e executados para assegurar a precisão e a validade dos dados coletados, bem como a robustez das análises realizadas.

3.1 TIPO DE PESQUISA

Quanto à utilização dos resultados, foi realizada uma pesquisa aplicada, tendo como objetivo a geração de conhecimento para aplicação prática e imediata.

Em relação à natureza do método, foi adotada uma abordagem qualitativa, pois não emprega instrumentos estatísticos e busca responder perguntas do tipo "como". Esta abordagem permite uma avaliação mais detalhada sobre um fato ou fenômeno, que, no caso deste trabalho, refere-se a uma descrição sobre a consultoria financeira empresarial. Dessa forma, a pesquisa qualitativa pode envolver pequenas amostras, não necessariamente representativas de uma grande população. Quanto aos fins, a pesquisa adotou um caráter descritivo, apropriado quando já há conhecimento prévio sobre um assunto e não se pretende aprofundar além do necessário.

Em relação aos meios, a pesquisa foi realizada por meio de pesquisa documental, buscando informações em revistas e jornais e websites. Também foi utilizada a pesquisa bibliográfica, que consiste no levantamento de conceitos e ideias por meio de artigos, livros e monografias. Adicionalmente, a pesquisa de campo foi conduzida, envolvendo o local onde o fenômeno está sendo estudado, com a realização de coleta de dados, observação, análise e interpretação dos resultados.

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

A citação de Gil (2010) destaca dois tipos de amostragem: a probabilística, que exige métodos específicos em relação à população, e a não probabilística, que é determinada pelo pesquisador.

Neste estudo, optou-se pela amostragem não probabilística por conveniência. Esse método direciona o pesquisador para pessoas de maneira geral para coletar dados e opiniões. Por exemplo, o estudo pode se concentrar em um grupo de empresários de um determinado bairro de Florianópolis, ou então pode selecionar participantes de forma aleatória, considerando que o objetivo é verificar se as pessoas têm a intenção de abrir uma empresa.

3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS

Os objetos da pesquisa foram os residentes de Florianópolis-SC, tanto aqueles com empresas quanto aqueles sem empresas, selecionados por meio de amostragem não probabilística por conveniência. O instrumento de coleta de dados será um questionário estruturado, projetado para capturar uma variedade de perspectivas sobre o tema em estudo.

Os objetos da pesquisa foram preferencialmente os residentes de Florianópolis-SC, tanto aqueles com empresas quanto aqueles sem empresas, selecionados por meio de amostragem não probabilística por conveniência. O instrumento de coleta de dados será um questionário estruturado, projetado para capturar uma variedade de perspectivas sobre o tema em estudo. O questionário incluirá perguntas fechadas e abertas, abordando tópicos como intenções empreendedoras e percepções sobre consultoria financeira empresarial.

A coleta de dados será realizada por meio de um questionário distribuído online, utilizando plataformas digitais para alcançar um número maior de participantes. Os participantes foram recrutados por meio de redes sociais, e-mail corporativo acadêmico, e contatos diretos com empresários.

O questionário será validado por meio de um pré-teste com um pequeno grupo de participantes para garantir clareza e relevância das perguntas. Todas as considerações éticas foram observadas, incluindo a obtenção de consentimento informado, garantindo o anonimato e a confidencialidade dos participantes.

Para complementar a pesquisa primária, foram coletados dados documentais e bibliográficos de fontes primárias e secundárias. A pesquisa bibliográfica será conduzida em livros digitais, artigos científicos publicados e monografias relevantes. Além disso, informações disponíveis na internet foram exploradas para enriquecer a análise e fornecer uma base sólida para as conclusões do estudo.

3.4 ANÁLISE DE DADOS

A análise de dados buscou entender a percepção dos respondentes em relação ao interesse em abrir uma empresa e seu conhecimento sobre as ferramentas importantes para abertura, como o plano financeiro. Além disso, a análise procurou identificar se os empresários já atuantes utilizaram serviços

de consultoria financeira tanto na abertura de um novo negócio quanto ao longo do tempo e se estariam dispostos a pagar por serviços dessa categoria, bem como por outros serviços de consultoria financeira.

Os dados coletados foram analisados utilizando uma combinação de métodos qualitativos e quantitativos, utilizando o software Google Sheets para calcular frequências, médias e distribuições.

Por fim, a análise buscou responder às seguintes questões principais: qual é o nível de interesse dos respondentes em abrir uma empresa, qual é o conhecimento dos respondentes sobre o plano financeiro, outras ferramentas importantes para a abertura de uma empresa, se os empresários e potenciais empresários estariam dispostos a pagar por serviços de consultoria empresarial. Essas etapas garantiram uma compreensão abrangente e detalhada das percepções e comportamentos dos respondentes em relação ao empreendedorismo e à consultoria financeira.

3.5 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

Todo método empregado em uma pesquisa possui limitações que devem ser destacadas para permitir uma avaliação adequada. No caso desta pesquisa, devido ao tipo de estudo selecionado e à estratégia de coleta de dados utilizada (amostragem não probabilística

por conveniência). Essa abordagem tornou desafiador direcionar a pesquisa exclusivamente para empresários, resultando em obstáculos na obtenção de uma amostra representativa.

4 PLANO DE NEGÓCIO

4.1 SUMÁRIO EXECUTIVO

A presente empresa de consultoria financeira será constituída como uma sociedade limitada unipessoal, com foco direcionado para micro e pequenos empresários já estabelecidos ou em fase de abertura de negócio. Após uma análise minuciosa do macroambiente, identificou-se um potencial significativo no mercado de consultoria, especialmente em Florianópolis e região metropolitana, onde existe uma cultura empreendedora robusta e uma alta densidade de micro e pequenas empresas.

Os serviços oferecidos pela empresa incluirão diagnóstico e planejamento financeiro, análise de custos e precificação, orientação sobre os investimentos mais adequados, avaliação de viabilidade de novos projetos, gestão de fluxo de caixa, realização de valuation, análise da saúde financeira da empresa, planejamento para alavancagem financeira e monitoramento do plano financeiro.

Durante o primeiro ano de operação, a empresa funcionará com apenas um funcionário (o empreendedor). Nos anos seguintes, está prevista a contratação de estagiários, secretária, consultores e supervisores, visando expandir a equipe e a capacidade de atendimento aos clientes. No entanto, no primeiro ano, será contratada uma empresa de prestação de serviços de endereço comercial e fiscal, eliminando a necessidade imediata de alugar um escritório físico. Essa medida visa reduzir os custos operacionais iniciais e proporcionar uma reserva financeira adicional. A partir do segundo ano, planeja-se alugar um escritório para melhor atender aos clientes e executar os projetos em equipe.

Após uma análise detalhada, concluiu-se que o empreendimento apresenta viabilidade financeira, com uma lucratividade projetada média de 49,46%, uma rentabilidade média de 1931%, sobre o prazo de retorno, é estimado que haja retorno do investimento no primeiro ano de gestão.

4.2 A EMPRESA

4.2.1 O negócio

A empresa será uma prestadora de serviços de consultoria financeira, com foco em micro e pequenas empresas, atuando principalmente em estruturação comercial para alavancagem de empreendimentos. A empresa será pautada pela eficiência e excelência, sempre olhando para a inovação nos processos a fim de agregar valor ao cliente.

O principal diferencial é prestar acompanhamento das sugestões apresentadas a cada serviço realizado a fim de que o empreendedor não se sinta "perdido" com os processos novos ou adaptados, além de uso de planilhas e softwares no desenvolvimento dos projetos. Estima-se que a empresa entre em funcionamento no segundo semestre de 2024, em Florianópolis-SC, e cidades em seu entorno.

4.2.2 Missão

Nossa missão é ajudar micro e pequenos empresários, através da consultoria financeira.

4.2.3 Visão

Se tornar uma empresa reconhecida no mercado de consultoria até 2030.

4.2.4 Valores

- Transparência
- Responsabilidade
- Integridade
- Ética

4.2.5 Os objetivos da empresa

Quadro 1 : Objetivos da empresa

Nível	Estratégia
Estratégico	<ul style="list-style-type: none">● Ser referência no mercado de consultoria em financeira até 2026 em Florianópolis● Manter o nível de satisfação dos clientes em pelo menos 85% (NPS)● Alavancar faturamento em pelo menos 20% ao ano
Tático	<ul style="list-style-type: none">● Fornecer treinamento e táticas de vendas para os colaboradores● Fornecer treinamento e táticas de atendimento ao cliente para os colaboradores● Desenvolver ações de fidelização de clientes
Operacional	<ul style="list-style-type: none">● Desenvolver ações de divulgação da empresa e serviços

4.2.6 O empreendedor e suas competências

Primariamente, o empreendedor ficará responsável por todos os setores da empresa, que se compõem em: projetos, financeiro, vendas, compras e marketing. O responsável será o empreendedor Weslei Vicente Pinheiro dos Santos, que tem formação em Administração de Empresas pela Universidade Federal de Santa Catarina e reside em Florianópolis, SC.

4.3 ESTRUTURA LEGAL

4.3.1 Descrição legal

A empresa funcionará com o nome legal 'Santos Consultoria e Estruturação Empresarial', constituída como uma Sociedade Limitada Unipessoal (SLU). Nessa estrutura jurídica, o patrimônio da empresa é segregado do patrimônio pessoal do proprietário, com um teto de faturamento de até 4,8 milhões de reais. Não há requisitos mínimos de capital social nem limitações quanto ao número de funcionários.

A empresa será representada por Weslei Vicente Pinheiro dos Santos, 25 anos, brasileiro, solteiro, residente na cidade de Florianópolis, SC, localizado na Servidão Ernani Souza, 233, bairro Vargem Grande.

4.3.2 Enquadramento tributário

A empresa operará sob o sistema tributário do Simples Nacional - Grupo 5, sendo tributada sobre o faturamento bruto. A alíquota pode variar de 10% a 30,5% de imposto sobre o faturamento, conforme estabelecido pelo CNAE 7020-4/00 - Consultoria empresarial. A razão social será 'Santos Consultoria e Estruturação Empresarial', constituída como Sociedade Limitada Unipessoal (SLU), o que garante a separação patrimonial entre a empresa e o proprietário. O teto de faturamento anual será de até 4,8 milhões de reais, e não há requisitos mínimos de capital social nem limitações quanto ao número de funcionários.

4.4 SÍNTESE DAS RESPONSABILIDADES DO DIRIGENTE

Durante o primeiro ano de operação da empresa, o proprietário desempenha todas as funções, desde o planejamento estratégico até a execução de projetos. Essa abordagem será guiada por objetivos claros e mensuráveis, estabelecidos para orientar o crescimento e o desenvolvimento da empresa. O acompanhamento por meio de métricas de desempenho será fundamental para avaliar o progresso e fazer ajustes conforme necessário. Além disso, o proprietário será responsável por liderar as atividades de marketing e promoção, buscando aumentar a visibilidade da empresa e atrair clientes.

No segundo ano, enquanto o proprietário continuar liderando a maioria das iniciativas de planejamento e execução, haverá uma delegação gradual de algumas responsabilidades administrativas. Isso incluirá a atribuição de serviços de escritório a um estagiário, permitindo que o proprietário se concentre em tarefas mais estratégicas e de alto impacto. Serviços específicos relacionados à área de formação do estagiário também serão designados a ele, visando otimizar a eficiência operacional da empresa.

A partir do terceiro ano em diante, o proprietário priorizará sua atenção na atividade principal da empresa, buscando aprimorar e expandir seus produtos ou serviços principais.

Para isso, será terceirizado áreas como marketing para profissionais especializados, que a empresa tenha mais tempo para focar na operação dela. Além disso, o proprietário investirá no reforço da equipe, garantindo que a empresa tenha os recursos humanos necessários para sustentar seu crescimento e atender às demandas do mercado em constante mudança.

4.5 ANÁLISE ESTRATÉGICA

Conhecer o ambiente externo é de extrema importância para novos empreendimentos, pois proporciona uma ampla visão sobre o mercado no qual a organização está inserida. Dessa forma, a análise ambiental é de grande significância por estudar as variáveis externas, envolvendo o macroambiente.

4.5.1 Demográfico

A empresa, no primeiro ano, ficará no bairro Vargem Grande (home office), entre os bairros Canasvieiras e Ingleses. O bairro Canasvieiras possui muitos comércios e é conhecido pela praia, que recebe muitos turistas ao longo do ano. É a praia que começa a receber turistas mais cedo e termina mais tarde na temporada de verão, levando muitos comércios a atenderem com horário reduzido no inverno, e alguns acabam fechando.

Já Ingleses é o bairro mais populoso da cidade, com vários tipos de comércios, como universidades particulares, farmácias, supermercados, lojas de materiais de construção, entre outros. O bairro é conhecido como autossuficiente, pois praticamente tudo o que se precisa está disponível no bairro, em relação ao comércio.

No segundo ano de gestão, pretende-se abrir um escritório no centro da cidade, onde há diversos tipos de comércios, bem como muitos órgãos públicos. A cidade de Florianópolis possui 537.213 habitantes (IBGE 2022), mas esse número é multiplicado na temporada de verão, quando a cidade recebe muitas pessoas de outros estados, principalmente do norte e nordeste, em busca de melhor qualidade de vida e fontes de renda.

4.5.2 Econômico

Florianópolis é conhecida como um grande polo tecnológico e empreendedor. Sua economia é principalmente impulsionada pela indústria tecnológica, setor público, construção civil, turismo e, por último, comércio. É responsável por promover a melhor qualidade de vida entre as capitais, segundo o Portal Sc.gov. O PIB per capita é de R\$ 41.885,53 (IBGE, 2022).

A capital vem recebendo muitos investimentos do setor público nas áreas básicas de saúde e educação, bem como da iniciativa privada, com a intenção de trazer mais voos para o aeroporto da cidade, vindos de outros continentes, como o europeu. Assim, a cidade passa a ser mais visitada e os negócios são fomentados.

A figura 1 e 2, apresentados abaixo, do Caderno de Desenvolvimento de Florianópolis, publicado pelo Sebrae (2019), também mostram dados econômicos da cidade.

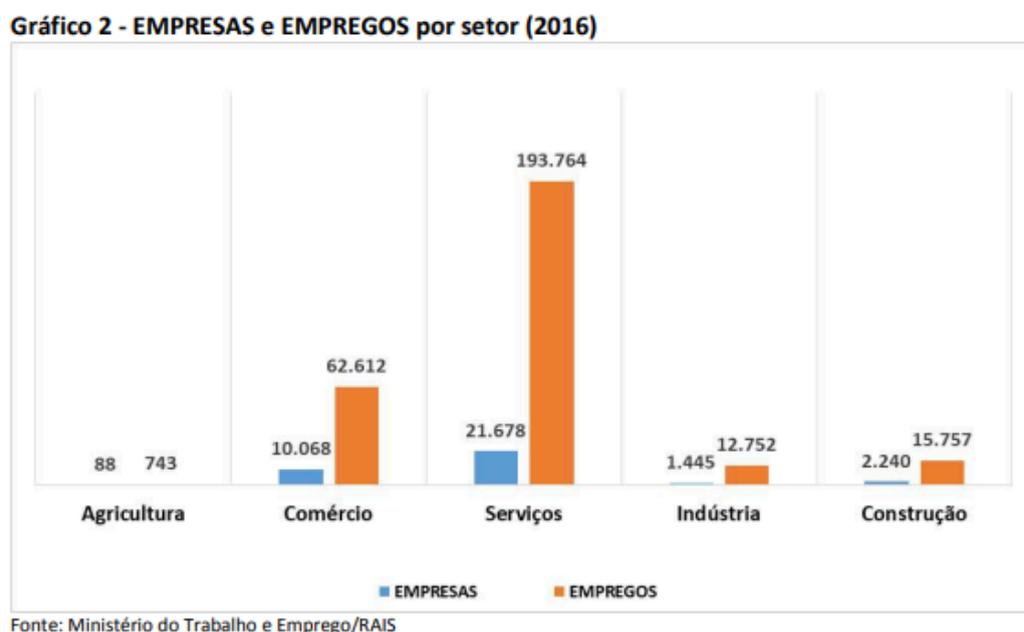
Figura 1 - Empresas e Empregos por porte

Tabela 14 - EMPRESAS e EMPREGOS por porte (2016)

	<i>EMPRESAS</i>	<i>%</i>	<i>EMPREGOS</i>	<i>%</i>
<i>Micro</i>	32.789	92,3%	72.338	25,3%
<i>Pequena</i>	2.342	6,6%	76.179	26,7%
<i>Média</i>	218	0,6%	25.709	9,0%
<i>Grande</i>	170	0,5%	111.402	39,0%
TOTAL	35.519	100,0%	285.628	100,0%

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego/RAIS/ Portal do Empreendedor

Figura 2 - Empresas e Empregos por setor



4.5.3 Sociocultural

O município de Florianópolis está principalmente pautado no desenvolvimento da cidade por meio da tecnologia, com grande incentivo fiscal e governamental do estado e município, sendo referência em produção tecnológica no Brasil, conhecida como o 'vale do silício brasileiro', em alusão ao centro de produção tecnológica dos EUA.

A capital possui cultura açoriana, herdada principalmente dos europeus durante as grandes navegações que ocorreram séculos atrás. A cidade foi um ponto importante para o país, tornando-se uma forte base militar durante a disputa entre portugueses e espanhóis, além de diversas outras disputas regionais.

A qualidade de vida é um aspecto muito admirado por boa parte do país, estando entre as capitais com melhor qualidade de vida. Percebe-se uma preocupação das pessoas quanto à saúde, bem-estar e lazer, impulsionada ainda mais pela grande quantidade de pessoas aposentadas de outros estados que vêm morar em Florianópolis. A cidade possui IDH de 0,833 (numa escala de 0 a 1), de acordo com a FIESC 2023, apud Atlas Brasil 2021.

Por ser uma ilha e possuir uma pequena parte continental, recebe anualmente milhares de turistas e pessoas que vêm para trabalhar. Isso faz com que a capital tenha uma grande movimentação de pessoas e fomenta a diversidade cultural.

A cidade conta com duas principais universidades (Federal e Estadual), ambas localizadas na parte central da cidade, que recebem todos os anos alunos de todas as partes do país e do mundo para estudar sobre diversas áreas do conhecimento. Juntas, as duas unidades possuem mais de 40 mil pessoas, entre alunos e servidores.

Em 2019, o Sebrae compilou outros dados sobre aspectos sociais relevantes de Florianópolis, que são:

Figura 3 - Aspectos sociais

Quadro 3 - Aspectos sociais

Aspectos sociais		
<i>Índice de Gini</i>	0,5661 (2000)	0,5474 (2010)
<i>Incidência de pobreza % colocação estadual (2010)</i>	0,27	183º
<i>Esperança de vida ao nascer Colocação estadual (2010)</i>	77,35	47º
<i>Taxa Mortalidade Infantil</i>	10,81 (2010)	11,0 (2014)

Fonte: IPC – Maps/ PNUD/ IBGE/ Ministério da Saúde

4.5.4 Tecnológico

A tecnologia, cada vez mais, tem impactado a vida das pessoas, pois geralmente ela visa aprimorar processos produtivos e proporcionar rapidez no acesso à informação. Sendo assim, muitos empregos deixaram de existir e outros surgiram, pois a demanda do mercado mudou com cada inovação.

As redes sociais são cruciais para a divulgação das empresas, pois representam uma forma rápida e menos onerosa de propagar informações e conteúdos.

Com o avanço do conhecimento, as empresas optam cada vez mais por sistemas que auxiliem no processamento de dados, com o intuito de facilitar a tomada de decisão. Sendo

assim, o uso da inteligência artificial também é outra ferramenta presente e cada vez mais utilizada na atualidade, servindo para diversos setores da economia, desde a criação de textos até a previsão do tempo e cálculos matemáticos complexos.

4.5.5 Político-legal

No Brasil, existem diversas formas de enquadramento jurídico, cada uma com características diferentes e limitações. Infelizmente, o país ainda precisa avançar muito para explorar melhor o empreendedorismo e, com isso, promover o desenvolvimento do país. A empresa se enquadrará, no primeiro ano, como Microempreendedor Individual e, no segundo, como Sociedade Limitada Unipessoal, sob enquadramento tributário do Simples Nacional - com tributação sobre o faturamento.

Outro aspecto legal importante é a ligação com o Conselho Regional da classe, o CRA (Conselho Regional de Administração), órgão regulador da função do Administrador, que estabelece tabelas de honorários e um código de ética.

4.6 PESQUISA DE MERCADO

4.6.1 Concorrência

Na pesquisa de concorrência apresentada abaixo, foram analisadas as empresas Esag Júnior, Ação Júnior, Alexandre Pfuger e Sebrae. Elas foram avaliadas com base em critérios específicos, detalhados no anexo, variando de nota 1 a 5.

Na análise das redes sociais:

Nota 5: Possui as redes Instagram e LinkedIn ativos e uma rede a mais para eventuais postagens. Tem foto de perfil com o logo da empresa e nome de usuário fácil de encontrar; as biografias bem organizadas, com os serviços da empresa claramente expostos, com área de atuação e link que dirija para o site, contato e demais anúncios.

A empresa também organiza uma conta à parte para avisos internos, e na principal realiza posts diariamente, com interações com o público, tem as postagens esteticamente organizadas, tornando notável a identidade visual e gerando engajamento por meio de curtidas e comentários.

No Instagram, posta stories (com legenda para acessibilidade em casos de vídeo) e possui posts recentes, com legendas bem escritas e destaques aparentes, organizados em ícones e bons títulos, e postagens principais fixadas (que apresentem o que se deseja ser reconhecido). Demonstra serviços já prestados, feedbacks, um pouco sobre a história da empresa, o que visa, quem participa de suas atividades, reposta postagens marcadas e insere marcações também. Por fim, faz publicações atrativas e sucintas e está aberta para atendimento pelas redes, que se efetiva de forma rápida e coerente.

Nota 4: Possui as redes Instagram e LinkedIn ativos. Tem foto de perfil com a logo da empresa e nome de usuário fácil de encontrar; as biografias bem organizadas, com link que dirija pro site. A empresa também realiza posts diariamente, com interações com o público, tem as postagens esteticamente organizadas, tornando notável a identidade visual e gerando engajamento por meio de curtidas e comentários. No Instagram, posta stories e possui posts recentes e destaques aparentes, organizados em ícones e bons títulos. Demonstra serviços já prestados, feedbacks, um pouco sobre a história da empresa, o que visa, quem participa e suas atividades. Por fim, faz publicações atrativas e sucintas e está aberta para atendimento pelas redes, que se efetiva de forma rápida e coerente.

Nota 3: Possui as redes Instagram e LinkedIn ativos. Tem foto de perfil com o logo da empresa e nome de usuário fácil de encontrar. A empresa também realiza mais de um post por semana, tem postagens esteticamente organizadas, tornando notável a identidade visual e gerando engajamento por meio de curtidas e comentários. No Instagram, posta stories e possui posts recentes. Demonstra serviços já prestados, feedbacks e um pouco sobre a história da empresa. Por fim, faz publicações atrativas e sucintas e está aberta para atendimento pelas redes.

Nota 2: Possui as redes Instagram e LinkedIn ativos. Tem foto de perfil com o logo da empresa e nome de usuário fácil de encontrar. A empresa não possui uma rotina de posts, tem as postagens não tão esteticamente organizadas. No Instagram, posta stories. Demonstra serviços já prestados, feedbacks e um pouco sobre a história da empresa. Por fim, faz publicações atrativas e sucintas.

Nota 1: Possui as redes Instagram ou LinkedIn ativos. Tem foto de perfil com o logo da empresa e nome de usuário fácil de encontrar. A empresa não possui uma rotina de posts, tem as postagens não tão esteticamente organizadas. Demonstra serviços já prestados. Por fim, faz publicações atrativas e sucintas.

Análise de site:

Nota 5 - O site apresenta uma estética visual chamativa e didática, suas cores estão bem representadas e possui uma identidade única. Ele apresenta seu catálogo de produtos e serviços de forma clara e persuasiva. O site deve ser bem estruturado com abas para atendimento de clientes, abas para orçamento, abas para institucional. Além disso, o site precisa identificar quem é a empresa. Ele precisa abordar o institucional como: Anos de existência, quem são seus colaboradores, projetos de sucesso. Por fim, além de cumprir suas funções básicas de identificação, divulgação e contato, o site nota 5 precisa ser um diferencial do mercado na sua estética, tanto em sua construção quanto em sua identidade visual.

Nota 4: o site apresenta uma estética visual chamativa. Tem cores bem representadas, exibindo sua logo e sua identidade. Apresenta o seu catálogo de produtos ou serviços de forma visível, mas deixa dúvidas sobre sua qualidade ou eficiência. O site é bem estruturado, tendo abas para orçamento e para contato. Ele conta mais a história da empresa e seus colaboradores. Para obter nota 4, o site precisa cumprir suas funções básicas de identificação, divulgação e contato.

Nota 3: O site tem cores bem representadas e exibe bem a logo da marca. Ele é razoável em sua estrutura, tem áreas segmentadas para contato com clientes e abas para orçamento. Não exibe com clareza seu serviço nem o seu catálogo de produtos. O site cumpre as suas funções básicas de identificação, divulgação e contato, entretanto, peca em não ter um diferencial do mercado. Não apresenta bem o Institucional da empresa.

Nota 3: O site não representa bem a sua identidade. É pouco intuitivo, com áreas mal distribuídas. Tem área para contato, mas não para orçamento. Não esclarece qual é o serviço prestado, nem mostra o catálogo dos produtos. O site cumpre as funções básicas de identificação e contato, mas não em divulgação. Não apresenta o institucional da empresa e não tem nenhum diferencial no mercado.

Nota 2: Possui as redes Instagram e LinkedIn ativos. Tem foto de perfil com a logo da empresa e nome de usuário fácil de encontrar. A empresa não possui uma rotina de posts, tem

as postagens não tão esteticamente organizadas. No Instagram, posta stories. Demonstra serviços já prestados, feedbacks e um pouco sobre a história da empresa. Por fim, faz publicações atrativas e sucintas.

Nota 1: Possui as redes Instagram ou LinkedIn ativos. Tem foto de perfil com a logo da empresa e nome de usuário fácil de encontrar. A empresa não possui uma rotina de posts, tem as postagens não tão esteticamente organizadas. Demonstra serviços já prestados. Por fim, faz publicações atrativas e sucintas.

Análise de credibilidade:

Nota 5: Possui excelentes feedbacks dos clientes, possui um plano de responsabilidade social, é uma empresa inovadora, possui avaliações positivas no Reclame Aqui e Google, possuem bastante tempo no mercado.

Nota 4: possui boas avaliações de clientes, possui produtos inovadores mas não possui plano de responsabilidade social, possui bastante tempo no mercado.

Nota 3: Não há feedbacks, Não possui plano de responsabilidade social, Possui alguns produtos ou serviços inovadores, possui algumas avaliações mais positivas do que negativas no Reclame aqui e Google. Possui tempo considerável no mercado.

Nota 2: Possui feedbacks negativos ou não há, possui um plano de responsabilidade social incoerente ou não executa o plano, avaliações, possui pouquíssimos produtos inovadores. Possui entre 3 e 4 anos de existência.

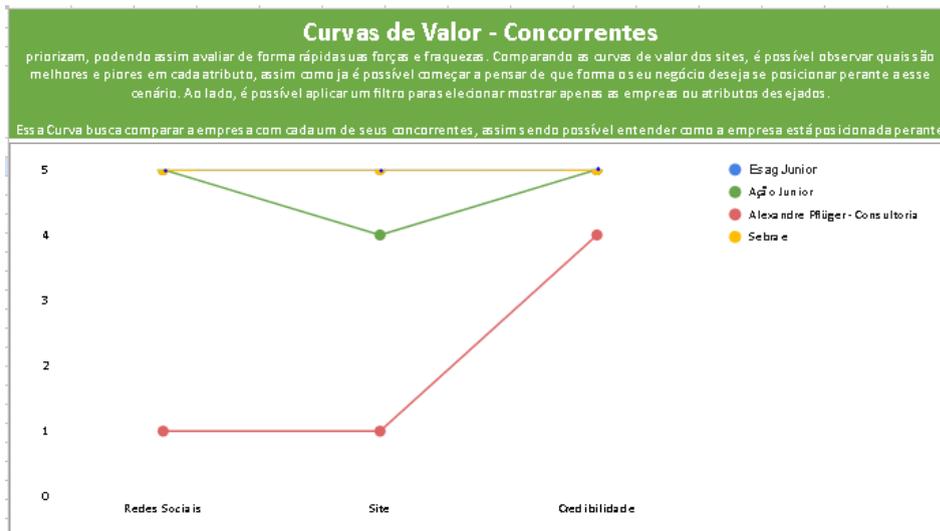
Nota 1: Não possui nenhum feedback dos clientes, não possui plano de responsabilidade social, não possui produtos ou serviços inovadores, possui avaliações negativas ou não existem no Reclame aqui e Google, possuem menos de 2 anos no mercado.

Figura 4 - Pesquisa concorrência

Notas Atribuídas - Concorrentes diretos			
Empresas	Redes Sociais	Site	Credibilidade
Esag Junior	5	5	5
Ação Junior	5	4	5
Alexandre Pflüger - Consultoria	1	1	4
Sebrae	5	5	5

O gráfico acima e a tabela revelam que a Esag Junior possui a melhor classificação entre os aspectos analisados, seguida pela Ação Junior, Alexandre Pluguer e, por último, o Sebrae.

Figura 5 - Pesquisa Curva de Valor - concorrentes



Nos quadros apresentados abaixo, são descritos os serviços prestados por cada concorrente.

Quadro 2 - Serviços prestados

Empresa	Esag Junior
Serviços oferecidos:	<ul style="list-style-type: none"> ● Análise de Mercado ● Inteligência de Mercado ● Pesquisa de Mercado ● Mapeamento de Processos ● Geomarketing ● Dashboard de Potencial de Mercado

Empresa	Ação Júnior
Serviços oferecidos:	<ul style="list-style-type: none"> ● Pesquisa de Mercado ● Marketing Estratégico ● Estruturação Comercial

	<ul style="list-style-type: none"> ● Gestão Financeira ● Gestão de pessoas ● Plano de Negócios
--	---

Empresa	Alexandre Pfuger Consultoria
Serviços oferecidos:	<ul style="list-style-type: none"> ● Gestão Estratégica ● Gestão Financeira ● Gestão Comercial ● Gestão de Equipe

Empresa	Sebrae
Serviços oferecidos:	<ul style="list-style-type: none"> ● Cursos empreendedorismo ● Desenvolvimento de lideranças ● Planejamento e gestão de vendas ● Plano de marketing ● Plano de negócio ● Marketing digital ● Segmentação, mercado alvo e posicionamento ● Fluxo de caixa e capital de giro ● Custos e formação de preço ● Planejamento financeiro ● Gestão de compras e estoque ● Planejamento tributário. ● Descrição de cargos e salários. ● Remuneração variável ● Políticas de gestão de pessoas. ● Gestão de desempenho. ● Planejamento empresarial.

--	--

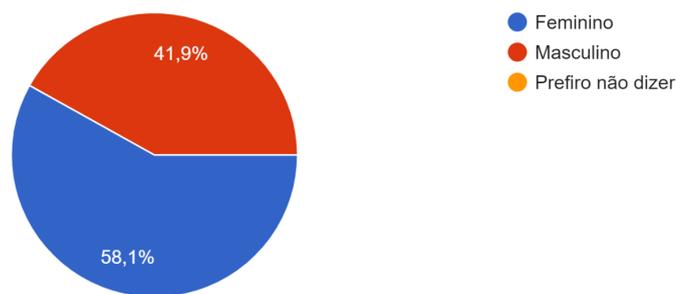
4.6.2 Clientes

Durante a pesquisa, foram encontradas informações importantes sobre potenciais clientes. São eles:

Figura 6 - Resposta 1 questionário

1. Qual seu gênero ?

160 respostas

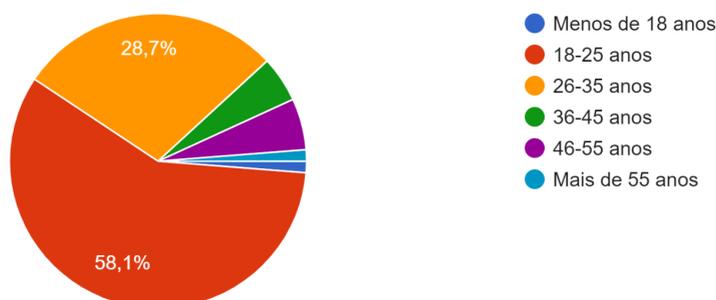


Dentre os participantes analisados, uma predominância de 58,1% corresponde ao gênero feminino, enquanto 41,9% são identificados como do gênero masculino.

Figura 7 - Resposta 2 questionário

2. Qual é a sua faixa etária?

160 respostas

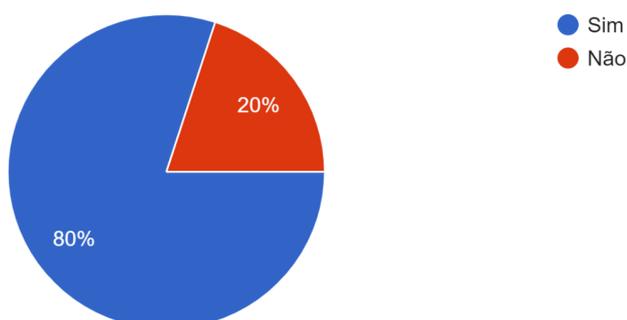


No tocante à faixa etária, a maioria dos respondentes, estão entre 18 e 35 anos de idade, apenas 5,6% 46 a 55 anos equivalem, já pessoas entre 36 e 45 anos equivalem a 5% dos respondentes.

Figura 8 - Resposta 3 questionário

3. Você reside em Florianópolis ou na região metropolitana?

160 respostas

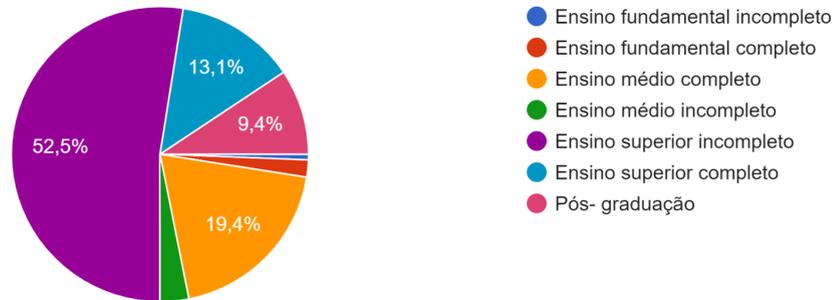


No que diz respeito à localização residencial, observou-se que 80% dos participantes indicaram residir em Florianópolis ou na região metropolitana, enquanto 20% não moram.

Figura 9 - Resposta 4 questionário

4. Qual a sua escolaridade?

160 respostas

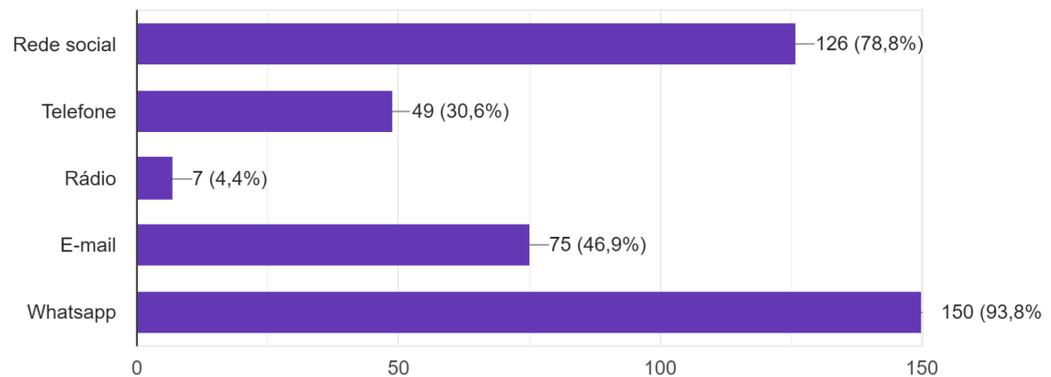


Em termos de escolaridade, a maioria referiu possuir estudo superior incompleto (52,5%), seguido de pessoas com ensino médio completo (19,4%) e superior completo (13,1%).

Figura 10 - Resposta 4.1 questionário

4.1. Quais meios de comunicação você mais utiliza?

160 respostas



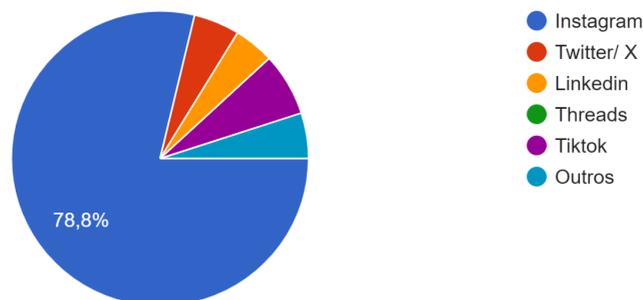
A análise dos meios de comunicação utilizados pelos respondentes revela uma predominância do WhatsApp, com 93,9% dos participantes utilizando essa plataforma. As

demais redes sociais também são amplamente utilizadas, com 78,8% de adesão. O e-mail é utilizado por 46,9% dos respondentes, enquanto 30,6% preferem a ligação telefônica. Por fim, o rádio é o meio de comunicação menos utilizado, com apenas 4,4% dos participantes recorrendo a essa opção.

Figura 11 - Resposta 5 questionário

5. Referente às redes sociais abaixo, qual você mais utiliza?

160 respostas

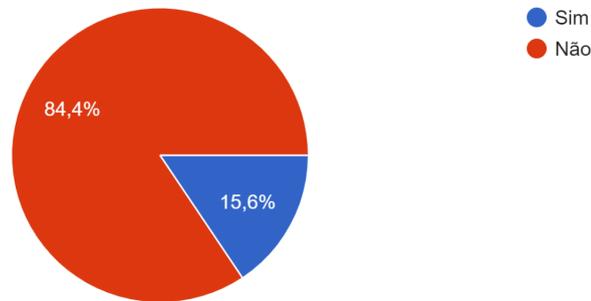


Com o intuito de compreender o comportamento dos possíveis clientes nas redes sociais, foi perguntado aos respondentes quais redes sociais eles utilizam mais. A maioria esmagadora afirmou que o Instagram é a principal plataforma, com 78,8% de preferência. Outras redes sociais têm uma adesão significativamente menor: o Twitter/X é usado por 5% dos respondentes, seguido pelo TikTok com 6,9%, e o LinkedIn com 4,4%. Nenhum dos respondentes indicou utilizar o Threads. Outras plataformas diversas somaram 5% das respostas.

Figura 12 - Resposta 6 questionário

6. Você tem uma empresa ?

160 respostas

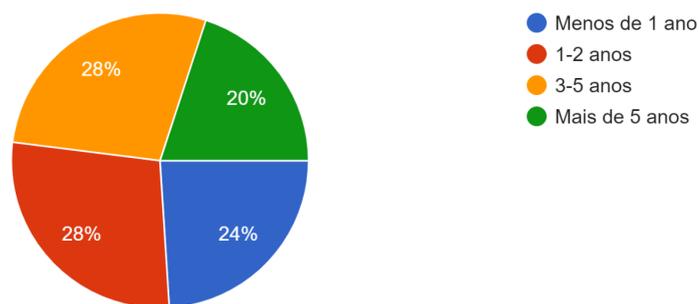


Para identificar se os respondentes possuem um negócio próprio, perguntou-se sobre a propriedade de negócios. A maioria das pessoas, 84,4%, respondeu que não tem um negócio. Em contrapartida, 15,6% dos respondentes afirmaram que possuem um negócio próprio.

Figura 13 - Resposta 1 questionário 2

1. Se você já possui uma empresa, há quanto tempo ela está em funcionamento?

25 respostas



Conforme os resultados obtidos, referentes aos proprietários de empresas, constatou-se que a distribuição do tempo de funcionamento destas empresas é a seguinte:

28% existem por um período entre 1 e 2 anos, 28% entre 3 e 5 anos, 20% mais de 5 anos, e 24% menos de 1 ano.

Figura 14 - Resposta questionário 2

1.1 Qual ramo de atuação da sua empresa?

25 respostas

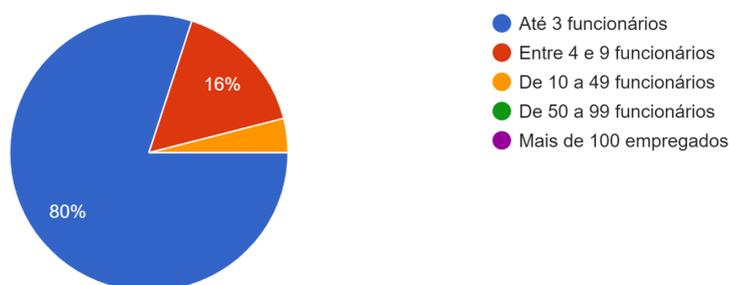


No que se refere ao setor de atuação, observou-se que a maioria dos empreendedores concentra seus negócios nos segmentos de vestuário (16%), alimentação (12%) e eventos (8%).

Figura 15 - Resposta questionário 2

2. Quantos funcionários tem na sua empresa?

25 respostas

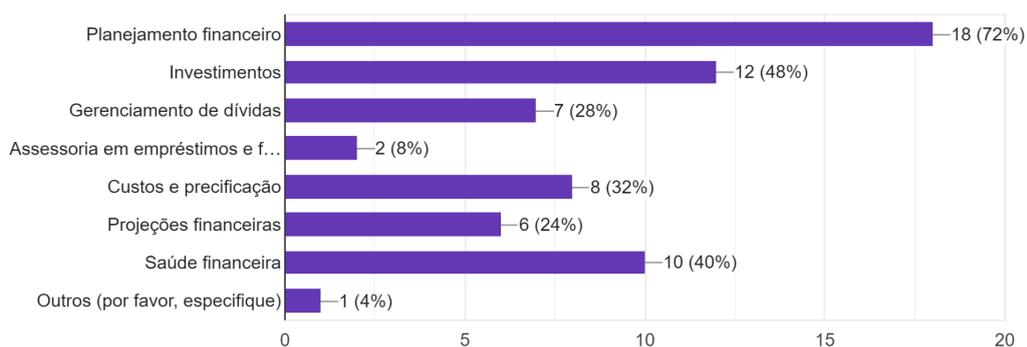


No tocante ao quadro de pessoal, destaca-se que a maioria dos empresários reportou ter até 3 funcionários (80%), enquanto 16% indicaram possuir entre 4 e 9 funcionários, e 4% relataram ter de 10 a 49 funcionários.

Figura 16 - Resposta questionário 2

4. Quais serviços de consultoria financeira você consideraria mais úteis na sua realidade empresarial? (Marque todas as opções que se aplicam)

25 respostas

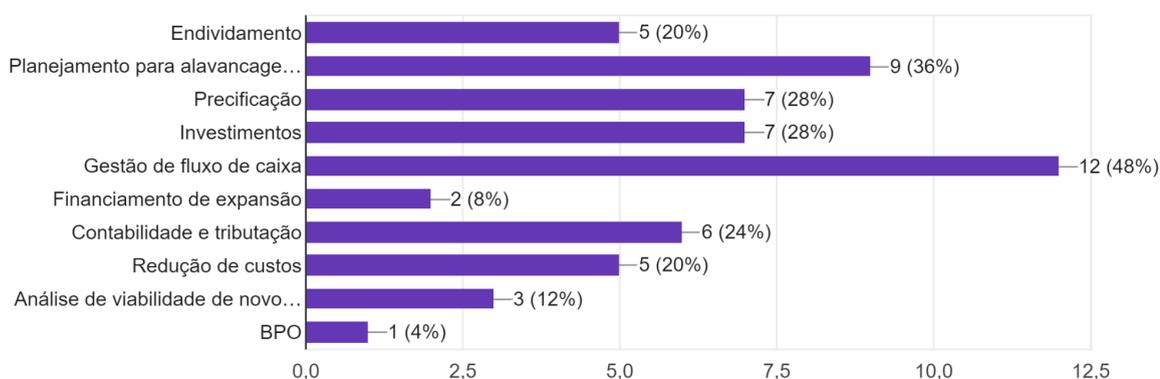


Com o intuito de discernir quais serviços de consultoria financeira seriam benéficos para os empresários, constatou-se que o planejamento financeiro emerge como a principal solução, conforme indicado pelos entrevistados, seguido por serviços relacionados a investimentos (48%).

Figura 17 - Resposta questionário 2

5. Quais são os principais desafios financeiros que você enfrenta atualmente? (Marque todas as opções que se aplicam)

25 respostas

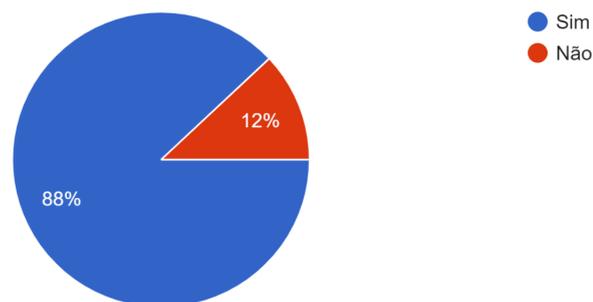


Quanto aos desafios financeiros enfrentados atualmente pelos empresários participantes, destacam-se diversas áreas de preocupação. Conforme indicado pelos respondentes, 48% relataram dificuldades na gestão do fluxo de caixa, seguidas por questões relacionadas ao planejamento para alavancagem (36%), precificação e investimentos (28%), contabilidade e tributação (24%), redução de custos (24%), endividamento (20%), análise de viabilidade de novos projetos (12%), financiamento de expansão (8%) e serviços de processamento terceirizado (BPO) (4%).

Figura 18 - Resposta questionário 2

5.1. Você acredita que uma empresa de consultoria financeira pode ajudá-lo a alcançar suas metas financeiras?

25 respostas



Na tentativa de compreender a perspectiva dos respondentes quanto à possibilidade de uma empresa de consultoria financeira auxiliá-los a atingir suas metas financeiras, constatou-se que a maioria (88%) acredita que sim. Entretanto, 12% expressaram ceticismo em relação à capacidade de uma consultoria financeira de ajudá-los, embora não tenham fornecido razões específicas para essa opinião.

Figura 19 - Resposta questionário 2

6. O que mais te atrairia em uma empresa de consultoria financeira em Florianópolis? (Marque todas as opções que se aplicam)

25 respostas

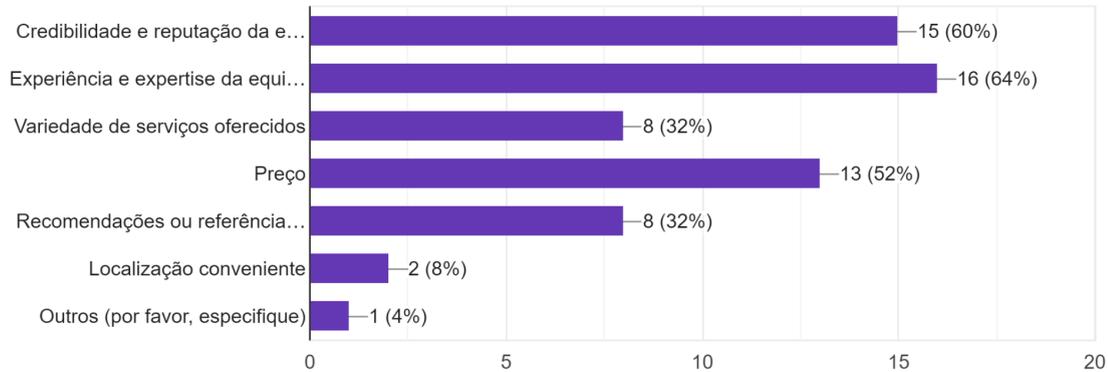
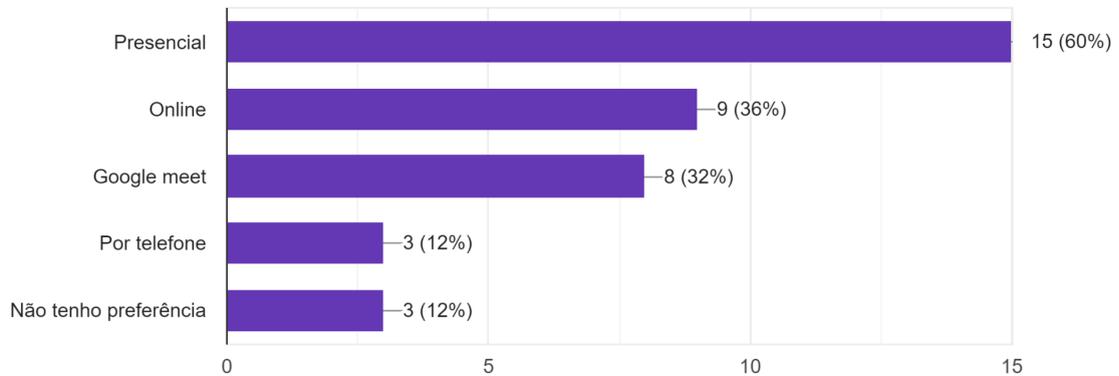


Figura 20 - Resposta questionário 2

7. Você preferiria receber consultoria financeira de forma presencial, online ou por telefone?

25 respostas

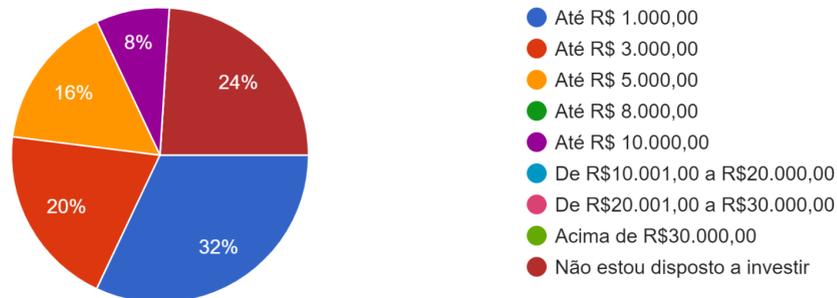


Em relação às formas de atendimento oferecidas pela empresa de consultoria, investigou-se as preferências dos clientes, revelando que a maioria opta pelo atendimento presencial (60%). Em seguida, observou-se preferência por atendimento online (36%), vídeo chamada (Google Meet) (32%), contato via ligação telefônica (12%), enquanto 12% dos respondentes afirmaram não ter preferência específica.

Figura 21 - Resposta questionário 2

8. Quanto estaria disposto a investir em serviços de consultoria financeira ?

25 respostas



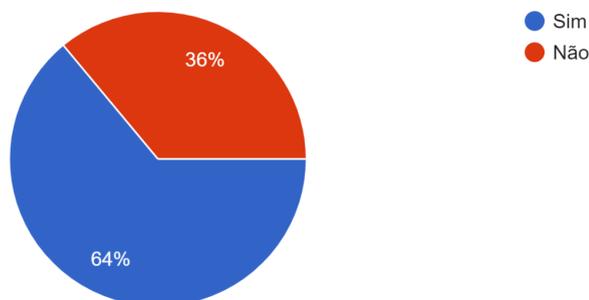
Para compreender o valor que os clientes estariam dispostos a pagar por projetos de consultoria financeira, constatou-se que a maioria (32%) está disposta a investir até R\$ 1.000. Enquanto isso, 24% dos respondentes não estão dispostos a investir qualquer quantia em consultoria. Ademais, 20% estão dispostos a pagar até R\$ 3.000, 16% até R\$ 5.000, e 8% até R\$ 10.000 em serviços de consultoria financeira.

Compreender essas respostas é fundamental para a formulação de uma estratégia eficaz de precificação dos serviços oferecidos pela consultoria financeira.

Figura 21 - Resposta questionário 2

8.1 Você estaria disposto a investir mensalmente um valor para mentoria em finanças na sua empresa?

25 respostas

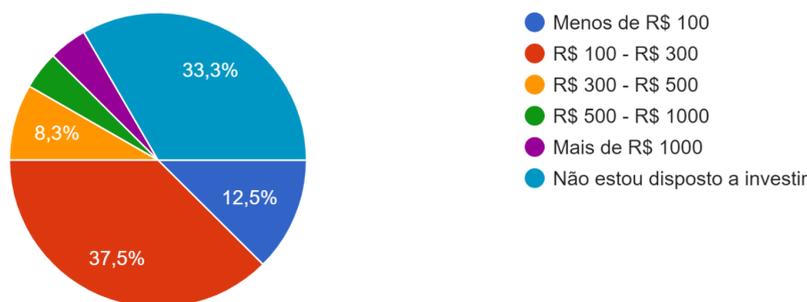


Em uma ocasião posterior, ao investigar a disposição dos entrevistados em investir valores mensais para mentoria e acompanhamento de processos, observou-se que 64% estão dispostos a investir mensalmente. Entretanto, 36% expressaram preferência por não investir nenhum valor mensal em mentoria. Esses dados são relevantes para compreender a disposição do público-alvo em relação aos serviços contínuos oferecidos pela consultoria financeira.

Figura 22 - Resposta questionário 2

8.2 Se sim, quanto estaria disposto a pagar?

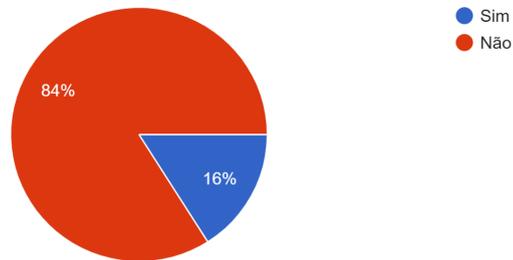
24 respostas



Ao verificar a percepção de investimento que os respondentes estariam dispostos a fazer em relação à mentoria mensal, constatou-se que 37,5% estariam dispostos a investir de R\$ 100,00 a R\$ 300,00 mensais nesse tipo de serviço. Por outro lado, 33,3% dos entrevistados afirmaram não estar dispostos a investir. Além disso, 12,5% indicaram estar dispostos a investir apenas R\$ 100,00 reais ou menos, 8,3% estariam dispostos a investir entre R\$ 300,00 e R\$ 500,00, 4,2% estariam dispostos a investir de R\$ 500,00 a R\$ 1000,00, e outros 4,2% afirmaram estar dispostos a investir mais de R\$ 1.000,00. Esses dados fornecem insights valiosos sobre as expectativas financeiras do público em relação aos serviços de mentoria mensal oferecidos pela consultoria.

Figura 23 - Resposta questionário 2

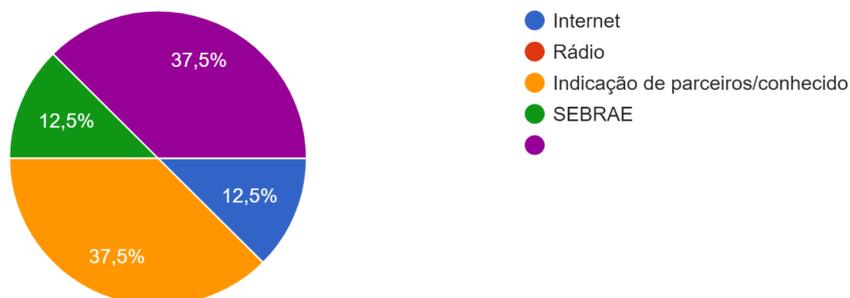
9. Você já teve experiências anteriores com empresas de consultoria financeira?
25 respostas



Ao compreender as experiências anteriores dos entrevistados com outras empresas de consultoria financeira, notou-se que a maioria, representada por 84%, afirmou não ter tido experiências anteriores. Enquanto isso, 16% dos entrevistados relataram ter tido experiências prévias com empresas de consultoria financeira. Essa informação é relevante para entender o contexto e as expectativas dos clientes em potencial em relação aos serviços oferecidos pela consultoria financeira atual.

Figura 24 - Resposta questionário 2

9.1 Se sim, como você a conheceu?
8 respostas



Dos respondentes que tiveram experiências com outras empresas de consultoria financeira, 37,5% afirmaram ter conhecido de outra forma que não foi listada no questionário. Além disso, 37,5% relataram que conheceram através de indicações de parceiros ou conhecidos, 12,5% mencionaram ter conhecido através do Sebrae, outros 12,5% indicaram a internet como fonte de conhecimento sobre a empresa. Notavelmente, nenhum dos entrevistados apontou o rádio como uma fonte de conhecimento sobre as empresas de consultoria financeira.

Figura 25 - Resposta questionário 2

9.2 Se sim, por favor, descreva brevemente sua experiência anterior. O que funcionou bem e o que não funcionou?

4 respostas

A facilidade de contato com o profissional, pois já era meu conhecido e ele se mostrou bem interessado em fechar e manter a parceria no ramo de aplicações financeiras.

Bom, porém raso

Palestras sobre tributação

A experiência foi boa, mas não trouxe resultados por metas desconexas com o mercado do ramo.

Em outro momento, pediu-se que os entrevistados descrevessem como foram suas experiências, as descrições foram: “Bom, porém raso.”, “a experiência foi boa” , “resultados desconexos com a realidade do mercado do ramo”.

Figura 26 - Resposta questionário 2

9.3 Como foi sua comunicação com a equipe de consultoria financeira?

4 respostas

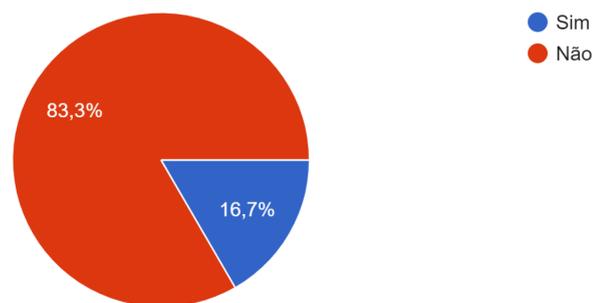
De fácil acesso e atendimento atencioso.
.
Médio acesso
Boa.

Sobre a comunicação com a empresa que forneceu consultoria financeira anteriormente, as descrições foram positivas, sendo mencionadas como "boa", "de fácil acesso" e "com acesso intermediário". Não houve mais detalhamento por parte dos respondentes.

Figura 27 - Resposta questionário 2

9.4 Os serviços prestados atenderam às suas expectativas?

6 respostas

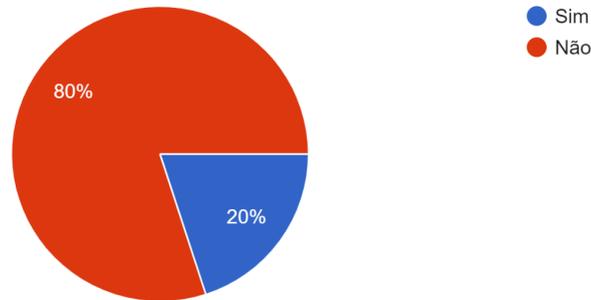


Ao avaliar as expectativas dos clientes em relação aos serviços prestados pelas empresas anteriores, a maioria (83,3%) dos respondentes afirmou que suas expectativas não foram atendidas. Em contrapartida, 16,7% responderam positivamente, indicando que suas expectativas foram atendidas.

Figura 28 - Resposta questionário 2

9.5 Você sentiu que recebeu um atendimento personalizado e voltado para suas necessidades específicas?

5 respostas



Sobre o atendimento personalizado, a grande maioria dos entrevistados (80%), relatou não ter recebido esse tipo de serviço. Em contrapartida, os demais (20%) afirmaram que sim.

4.6.2.1 Público-alvo

Baseado na pesquisa de mercado realizado, pode-se afirmar que o público-alvo são homens e mulheres, majoritariamente entre 18 e 35 anos, residentes em Florianópolis ou região metropolitana, sobre a escolaridade, possuem diversos níveis de escolaridade, e que possuem interesse em melhorar a situação financeira de seus negócios através da consultoria financeira.

4.6.3 Fornecedores

Quadro 3 - Fornecedor 1

Empresa:	Registro.br
Tipo de produto/serviço	Domínio de site
Descrição	O domínio de site serve como endereço virtual da empresa, sendo fundamental, na atualidade, a presença no meio digital.

Preço R\$	R\$ 40,00 por ano para cada domínio registrado (.com e .com.br)
------------------	---

Quadro 4 - Fornecedor 2

Empresa:	Google Workspace
Tipo de produto/serviço	Domínio e mail e ferramentas google (planilhas, formulários e armazenamento em nuvem 30gb)
Descrição	Pacote de ferramentas google profissional, no qual inclui e-mail profissional, armazenamento em nuvem, formulários e outras ferramentas.
Preço R\$	R\$28,00 por mês.

Quadro 5 - Fornecedor 3

Empresa:	Recco Studio
Tipo de produto/serviço	Criação de logo e identidade visual
Descrição	criação de logo, marca d'água, banners tipografia e afins.
Preço R\$	R\$ 569,00 (pacote completo)

Quadro 6 - Fornecedor 4

Empresa:	Instagram
Tipo de produto/serviço	Impulsionamento de propagandas e publicidade.
Descrição	Serviço pago para impulsionar post na rede social com objetivo de divulgar os serviços.
Preço R\$	valores variáveis de acordo com a estratégia usada.

4.8 RECURSOS HUMANOS

4.8.1 Cargos

No primeiro ano de atividade, a empresa terá um quadro de colaboradores enxuto. Dessa forma, será possível ganhar espaço no mercado e obter fôlego financeiro para impulsionar o negócio e começar o segundo ano com mais estabilidade financeira. O administrador (empreendedor) será responsável por cuidar da elaboração de projetos, vendas externas, área financeira, administrativa e todas as demais funções da empresa.

No segundo ano de funcionamento, planeja-se ampliar o negócio, contratando uma secretária e um consultor sob regime CLT, bem como dois estagiários conforme a legislação específica (Lei 11.788). Nos quadros abaixo, é apresentado o planejamento de crescimento do número de contratações até o quinto ano de operação após a abertura.

A tabela a seguir apresenta o quadro de funcionários durante cada ano de gestão. Ela oferece uma visão abrangente da evolução da equipe ao longo do tempo, permitindo uma análise comparativa das mudanças ocorridas durante cada período de administração, além das projeções financeiras.

Quadro 7 - Funcionários por ano

Quadro de funcionários por ano					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Sócio	1	1	1	1	1
Estagiário	0	1	1	2	2
Assistente/secretária	0	0	1	1	1
Consultor	0	0	0	1	2
Supervisor	0	0	0	0	1
Total colaboradores	1	2	3	5	7

4.8.2 Plano de cargos e salário

A seguir, é apresentada a síntese das principais funções a serem desempenhadas por cada colaborador, incluindo o plano de cargos e salários. Essa síntese oferece uma visão clara das responsabilidades de cada membro da equipe, bem como das estruturas salariais associadas a cada posição, proporcionando um entendimento abrangente da organização e distribuição de cargos dentro da empresa.

Quadro 8 - Cargo 1

Cargo
Administrador (sócio)
CBO
2521-05
Descrição Detalhada
Planejam, organizam, controlam e assessoram as organizações nas áreas de recursos humanos, patrimônio, materiais, informações, financeira, tecnológica, entre outras; implementam programas e projetos; elaboram planejamento organizacional; promovem Estudos de racionalização e controle organizacional. Prestam consultoria administrativa a organizações e pessoas.
Especificação
Mental: Instrução: formação em administração Conhecimento: planilhas, matemática financeira, sistema de gestão, processo de compras, negociação, planejamento e avaliação de resultados; Complexidade: série de responsabilidades que impactam todo o funcionamento da organização.
Responsabilidades: Gestão dos recursos financeiros;

<p>Manuseio de documentos e contratos.</p> <p>Área física:</p> <p>Concentração nas atividades de cálculos e tomadas de decisões;</p> <p>Condição de trabalho:transita no escritório e estoque, saídas para encontros com fornecedores.</p>
Competências comportamentais
<ul style="list-style-type: none"> ● Relacionamento Interpessoal; ● Concentração; ● Organização. ● Liderança.
Pró-Labore:
R\$ 2.700,00

Quadro 9 - Cargo 2

Cargo
Estagiário Administrativo
CBO
4110-10
Descrição Detalhada
<p>Responder clientes pelos canais digitais, participar do processo de levantamento de dados, participar do processo de elaboração EAP, participar do processo de investigação de consultoria, elaborar relatórios, organizar documentos e elaborar planilhas.</p>
Especificação
<p>Mental:</p> <p>Instrução: Estudar Administração</p> <p>Conhecimento: planilhas, matemática financeira, planejamento.</p>

<p>Complexidade: baixa responsabilidade, que não impactam o funcionamento da empresa.</p> <p>Responsabilidades:</p> <p>Organizar documentos</p> <p>Responder email e mensagens</p> <p>Manuseio de documentos e contratos.</p> <p>Elaboração de relatórios</p> <p>Área física:</p> <p>Concentração nas atividades de cálculos e elaboração de relatórios.</p> <p>Condição de trabalho:transita no escritório e saídas para visitas a clientes.</p>
Competências comportamentais
<ul style="list-style-type: none"> ● Relacionamento Interpessoal; ● Concentração; ● Organização.
Bolsa estágio:
R\$1.400,00 (+ R\$ 200,00 auxílio transporte)

Quadro 10 - Cargo 3

Cargo (ano 3)
Secretária(o) executiva(o)
CBO
2523-05
Descrição Detalhada
<p>Assessoram os executivos no desempenho de suas funções, gerenciando informações, auxiliando na execução de suas tarefas administrativas e em reuniões, marcando e cancelando compromissos. coordenam e controlam equipes (pessoas que prestam serviços a secretária: auxiliares de secretária, office-boys, copeiras, motoristas) e</p>

atividades; controlar documentos e correspondências. atendem clientes externos e internos; organizam eventos e viagens e prestam serviços em idiomas estrangeiros. podem cuidar da agenda pessoal dos executivos.

Especificação

Mental:

Instrução: Ensino médio completo

Conhecimento: planilhas, Google agenda e power point.

Complexidade: série de responsabilidades que impactam todo o funcionamento da organização levemente.

Responsabilidades:

Gestão dos tempo;

Manuseio de documentos e contratos;

Acesso a contato e atendimento a clientes.

Área física:

Concentração nas atividades de planilhas e relatórios.

Condição de trabalho:transita no escritório e estoque e arquivamento de documentos.

Competências comportamentais

- Relacionamento Interpessoal;
- Concentração;
- Organização.

Remuneração:

R\$ 2.150,00

Quadro 11 - Cargo 4

Cargo (ano 3)
Consultor(a) empresarial
CBO
2521-05
Descrição Detalhada
<p>Realizar visitas técnicas externas;</p> <p>Realizar investigação dos problemas apontados pelos clientes;</p> <p>Propor soluções adequadas e personalizadas para cada cliente;</p> <p>Elaborar relatórios e apresentações;</p> <p>Desenvolver projetos e executam com ou sem equipe;</p> <p>Controlar o desempenho organizacional;</p> <p>Controlar e assessorar as organizações nas (áreas específicas)</p> <p>Elaborar planejamento organizacional;</p> <p>Promover estudos de racionalização;</p> <p>Prestar consultoria administrativa a organizações e pessoas.</p> <p>Realizar apresentação de resultados.</p>
Especificação
<p>Mental:</p> <p>Instrução: Curso superior completo (em Administração de empresas)</p> <p>Conhecimento: Ferramentas do pacote excel, ferramentas google e power bi.</p> <p>Complexidade: série de responsabilidades que impactam todo o funcionamento da organização.</p> <p>Responsabilidades:</p> <p>Manuseio de documentos e contratos;</p> <p>Elaboração de projetos;</p> <p>Visitas a clientes e reuniões com clientes;</p> <p>Implementação e acompanhamento de projetos</p>

<p>Área física:</p> <p>Transita no escritório e saída para visitas a clientes.</p> <p>Reuniões de alinhamento entre equipes.</p>
<p>Competências comportamentais</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Relacionamento Interpessoal; ● Concentração ● Organização. ● Pró-atividade; ● Comprometimento.
<p>Remuneração:</p> <p>R\$ 3.450,00</p>

Quadro 12 - Cargo 5

<p>Cargo (ano 5)</p>
<p>Supervisor consultor (a) empresarial</p>
<p>CBO</p>
<p>2521-05</p>
<p>Descrição Detalhada</p> <p>Planejar e coordenar projetos de consultoria;</p> <p>Liderar equipes e visitas técnicas externas;</p> <p>Elaborar e organizar relatórios de desempenho organizacional;</p> <p>Reunião com clientes;</p> <p>Realizar reunião com equipes;</p>
<p>Especificação</p>

Mental:

Instrução: Curso superior completo (em Administração de empresas)

Conhecimento: Ferramentas do pacote excel, ferramentas google e power bi.

Complexidade: série de responsabilidades que impactam todo o funcionamento da organização.

Responsabilidades:

Manuseio de documentos e contratos:

Elaboração de projetos;

Visitas a clientes e reuniões com clientes;

Implementação e acompanhamento de projetos

Demitir ou contratar funcionários;

Planejamento de RH (férias e folgas e treinamentos)

Área física:

Transita no escritório e saída para visitas a clientes.

Reuniões de alinhamento entre equipes.

Competências comportamentais

- Relacionamento Interpessoal;
- Concentração
- Organização.
- Pró-atividade;
- Comprometimento.

Remuneração:

R\$ 4.100,00

4.8.3 Organograma

Os organogramas a seguir são apresentados a partir do ano 2, visto que no ano 1, apenas o sócio desempenha atividades na empresa. Eles fornecem uma representação visual da estrutura organizacional da empresa, destacando as relações hierárquicas e funcionais entre os diferentes cargos e departamentos. Esses organogramas são essenciais para compreender a distribuição de responsabilidades e autoridades dentro da organização ao longo do tempo.

Figura 29 - Resposta questionário 2



4.8.4 Custo funcionário por mês

As planilhas abaixo apresentam de forma detalhada o custo mensal dos funcionários, bem como o custo anual da mão de obra durante a gestão.

Tabela 1 – Custo dos funcionários por mês

Custo funcionário mensal em R\$					
	Sócio	Estagiários	Assistente/secretária	Consultor	Supervisor
Salário	R\$ 2.700,00	R\$ 1.400,00	R\$ 2.150,00	R\$ 3.450,00	R\$ 4.100,00
FGTS (8%)		-	R\$ 172,00	R\$ 276,00	R\$ 328,00
Vale transporte	R\$ 400,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 350,00
Vale refeição	R\$ 400,00	R\$ 200,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 550,00
13° salário (8,33%)			R\$ 179,31	R\$ 287,73	R\$ 341,94
FGTS 13° (8%)			R\$ 14,34	R\$ 23,02	R\$ 27,36
Férias 1/3 = (2,73% mensal)			R\$ 58,70	R\$ 94,19	R\$ 111,93
FGTS férias (8%)			R\$ 4,70	R\$ 7,53	R\$ 8,95
INSS patronal 20%			R\$ 430,00	R\$ 690,00	R\$ 820,00
TOTAL	R\$ 3.500,00	R\$ 1.800,00	R\$ 3.609,05	R\$ 5.428,47	R\$ 6.638,18

(observação: pró-labore com aumento de 15% anual)

Tabela 2 – Custo de mão de obra

Custo de mão de obra (em cada ano de gestão)					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Sócio	R\$ 42.000,00	R\$ 48.300,00	R\$ 55.545,00	R\$ 63.876,75	R\$ 73.458,26
Estagiários	-	R\$ 21.600,00	R\$ 21.600,00	R\$ 21.600,00	R\$ 43.200,00
Assistente/secretária	-	-	R\$ 43.308,54	R\$ 43.308,54	R\$ 43.308,54
Consultor	-	-	-	R\$ 65.141,62	R\$ 130.283,24
Supervisor	-	-	-	-	R\$ 79.658,16
custo total ANUAL (R\$)	R\$ 42.000,00	R\$ 69.900,00	R\$ 120.453,54	R\$ 193.926,91	R\$ 369.908,20
custo mensal (R\$)	R\$ 3.500,00	R\$ 5.825,00	R\$ 10.037,80	R\$ 16.160,58	R\$ 30.825,68

4.9 PLANO OPERACIONAL

4.9.1 Descrição da unidade

Inicialmente, as atividades da empresa serão realizadas de forma remota, no domicílio do empreendedor. A natureza da atividade empresarial permite a execução dos serviços dessa maneira, enquanto as visitas técnicas ocorrerão no estabelecimento empresarial do cliente. Para reuniões, poderão ser alugadas salas de coworking, pagando-se apenas quando utilizadas. Quanto ao endereço fiscal, este será: Servidão Ernani Souza, 233 - Vargem Grande, Florianópolis-SC, CEP: 88058-007.

No segundo ano, será locada uma sala comercial para melhor atendimento aos clientes e para reuniões com a equipe de funcionários contratados e futuros parceiros. Quanto à localização, será no endereço: Rua Dom Jaime Câmara, 179 - Centro, Florianópolis - SC. Em termos de estrutura, a sala deverá possuir um ambiente com pequena copa e um banheiro, totalizando aproximadamente 20 a 30m², com um custo mensal aproximado de R\$950,00 (aluguel), R\$411,00 (condomínio) e R\$95,00 (IPTU) anual.

4.9.2 Controle de qualidade

Com o objetivo de evitar erros na entrega dos serviços, os projetos deverão ser sempre revisados com pelo menos um dia de antecedência à entrega, preferencialmente em dupla, buscando erros de ortografia, estética, nomes, distorções em gráficos, erros em fórmulas de planilhas e apresentações.

4.9.3 Sistemas de gestão

Inicialmente, a empresa desenvolverá serviços utilizando o sistema Google Workspace e planilhas de controle administrativo para o acompanhamento dos resultados financeiros. As ferramentas de gestão e os respectivos investimentos serão apresentados no item "4.9.4 Orçamento de Investimentos

4.9.4 Capacidade produtiva

As tabelas apresentadas abaixo descrevem o quadro de funcionários em cada ano de gestão, do primeiro ao quinto, juntamente com a capacidade produtiva associada. A capacidade produtiva é expressa pelo número de projetos que podem ser desenvolvidos por mês, levando em consideração a quantidade de mão de obra disponível em cada mês correspondente. Essas tabelas fornecem uma análise detalhada da evolução do quadro de funcionários ao longo do tempo, bem como da capacidade da empresa em atender à demanda de projetos em cada período de gestão.

Tabela 3 – Quadro funcionários por ano

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Sócio	1	1	1	1	1
Estagiário	0	1	1	2	2
Assistente/secretária	0	0	1	1	1
Consultor	0	0	0	1	2
Supervisor	0	0	0	0	1
Total colaboradores	1	2	3	5	7

Tabela 4 – Capacidade produtiva mensal (em horas)

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Sócio	210	210	210	210	210
Estagiários	0	120	120	240	240
Assistente/secretária	0	0	175	175	175
Consultor	0	0	0	175	350
Supervisor	0	0	0	0	175
capacidade total (h)	210	330	505	800	975

Tabela 5 – Capacidade produtiva mensal

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Sócio	2520	2520	2520	2520	2520
Estagiários	0	1440	1440	2880	2880
Assistente/secretária	0	0	2100	2100	2100
Consultor	0	0	0	2100	4200
Supervisor	0	0	0	0	2100
capacidade total (h)	2520	3960	6060	9600	13800

Tabela 6 - Cálculo de carga horária média por projeto

Serviço	Carga horária	Frequência	Carga horária ponderada
Diagnóstico e planejamento financeiro	40	0,2	8
Custos e precificação	35	0,2	7
Gestão de fluxo de caixa	25	0,2	5
Realização do valuation;	40	0,05	2
Análise saúde financeira empresa	20	0,1	2
Planejamento para alavancagem financeira	35	0,15	5,25
Monitoramento do plano financeiro	5	0,1	0,5
CARGA HORÁRIA MÉDIA			29,75

Tabela 7 - Capacidade produtiva (projetos)

	Capacidade produtiva (projetos)				
	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Projetos por ano	84,71	133,11	203,70	322,69	463,87
Projetos por mês	7,06	11,09	16,97	26,89	32,77

Tabela 8 - Custo por funcionário

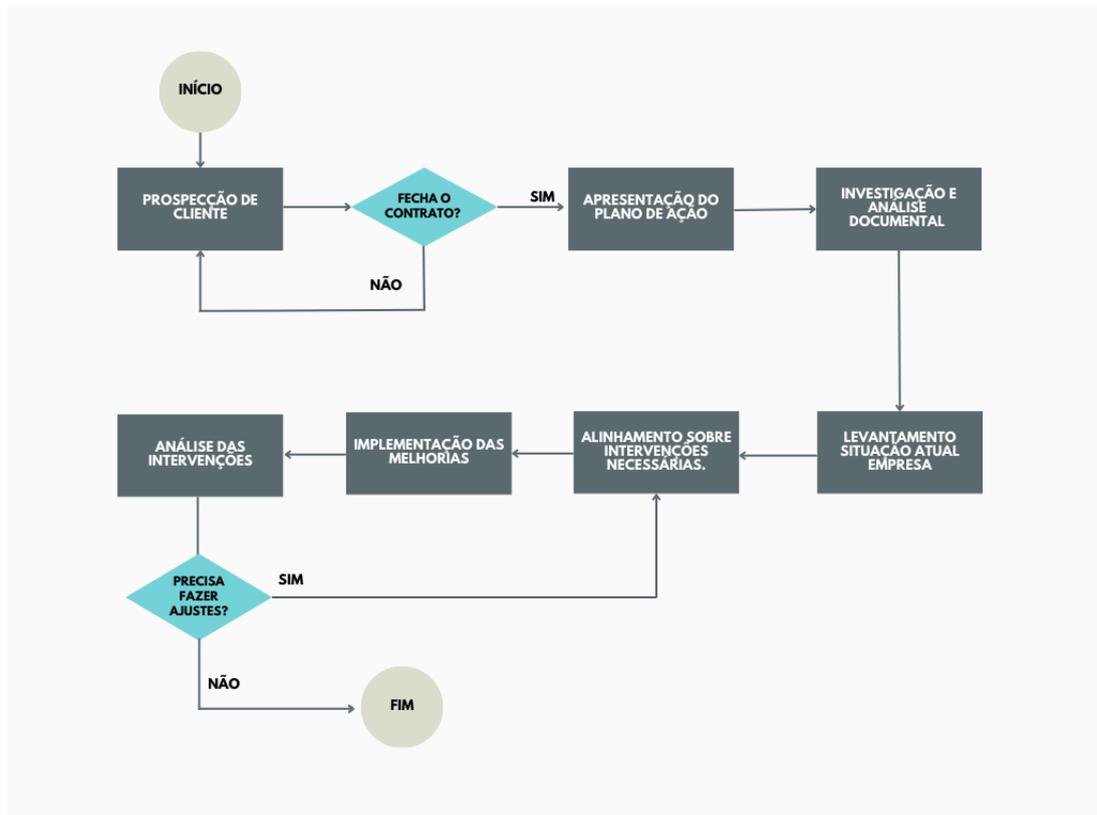
	Sócio	Estagiários	Assistente/s ecretária	Consultor	Supervisor
Salário / bolsa	R\$ 2.700,00	R\$ 1.400,00	R\$ 2.150,00	R\$ 3.450,00	R\$ 4.100,00
FGTS (8%)		-	R\$ 172,00	R\$ 276,00	R\$ 328,00
Vale transporte	R\$ 400,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 350,00
Vale refeição	R\$ 400,00	R\$ 200,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 550,00
13° salário (8,33%)			R\$ 179,31	R\$ 287,73	R\$ 341,94
FGTS 13° (8%)			R\$ 14,34	R\$ 23,02	R\$ 27,36
Férias 1/3 = (2,73% mensal)			R\$ 58,70	R\$ 94,19	R\$ 111,93
FGTS férias (8%)			R\$ 4,70	R\$ 7,53	R\$ 8,95
INSS patronal 20%			R\$ 430,00	R\$ 690,00	R\$ 820,00
TOTAL	R\$ 3.500,00	R\$ 1.800,00	R\$ 3.609,05	R\$ 5.428,47	R\$ 6.638,18

Tabela 9 - Cust

Custo total de mão de obra (em cada ano de gestão)					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Sócio	R\$ 42.000,00	R\$ 48.300,00	R\$ 55.545,00	R\$ 63.876,75	R\$ 73.458,26
Estagiários	-	R\$ 21.600,00	R\$ 21.600,00	R\$ 21.600,00	R\$ 43.200,00
Assistente/secretária	-	-	R\$ 43.308,54	R\$ 43.308,54	R\$ 43.308,54
Consultor	-	-	-	R\$ 65.141,62	R\$ 130.283,24
Supervisor	-	-	-	-	R\$ 79.658,16
custo total anual (R\$)	R\$ 42.000,00	R\$ 69.900,00	R\$ 120.453,54	R\$ 193.926,91	R\$ 369.908,20
custo mensal (R\$)	R\$ 3.500,00	R\$ 5.825,00	R\$ 10.037,80	R\$ 16.160,58	R\$ 30.825,68

4.9.5 Fluxograma

Figura 30 - Fluxograma



O processo inicia-se com a prospecção de clientes ou com indicações de terceiros. A partir daí, o fluxo segue com o fechamento do contrato ou não. Caso o cliente feche o contrato, é apresentado o plano de ação. Caso contrário, volta-se à fase de prospecção.

Após o fechamento do contrato, realiza-se uma investigação por meio de documentos e análises, seguida de um levantamento da situação da empresa. Em seguida, ocorre o alinhamento sobre as intervenções necessárias para alcançar os objetivos propostos pelo cliente.

Depois, implementam-se as melhorias planejadas e, por fim, analisa-se a eficácia dessas melhorias. Se as melhorias forem eficazes, o processo segue para a conclusão do projeto. Caso contrário, volta-se à fase de alinhamento das intervenções necessárias.

4.7 PLANO DE MARKETING

4.7.1 Descrição dos principais produtos e serviços

A empresa oferecerá serviços especializados para atender às necessidades específicas de cada cliente. As soluções financeiras serão feitas sob medida, oferecendo nove tipos de serviços, desde o planejamento financeiro até a administração de investimentos e a análise de novos projetos. Haverá um comprometimento em fornecer direcionamento estratégico e informações precisas para auxiliar pessoas e empresas a alcançarem suas metas financeiras de curto e longo prazo. Os serviços são:

- Diagnóstico e planejamento financeiro;
- Custos e precificação;
- Análise dos investimentos mais adequados para a empresa;
- Análise de viabilidade de novos projetos;
- Gestão de fluxo de caixa;
- Realização do valuation;
- Análise saúde financeira empresa;
- Planejamento para alavancagem financeira;
- monitoramento plano financeiro.

A tabela abaixo mostra de forma especificada serviços oferecidos e carga horária.

Quadro 13 - Serviços oferecidos

PRODUTO	DESCRIÇÃO	Carga horária
<p>Diagnóstico e planejamento financeiro</p>	<p>Processo investigativo da situação financeira atual, diagnóstico financeiro, isto é, gargalos encontrados, bem como, apontamento das soluções. o serviço aborda, também:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Levantamento e análise de custos e despesas; (não é precificação) ● Cálculo Necessidade capital de giro; ● Cálculo caixa mínimo ● análise de viabilidade financeira; ● Indicadores de desempenho econômico; ● Planejamento tributário; ● Levantamento de depreciação. ● Gestão fluxo de caixa 	<p>40H</p>
<p>Custos e precificação</p>	<p>Produto indicado para empresas que querem reavaliar sua estratégia de preços ou empresas que não possuem método nenhum para precificação. Neste serviço é necessário:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Análise documental (custos e despesas), ● Realização de ficha técnica de produção; ● Visitas presenciais frequentes para acompanhamento de produção da empresa. 	<p>35H</p>

Gestão de fluxo de caixa	<ul style="list-style-type: none"> ● Controle de entradas e saídas; ● Antecipação de recebíveis; ● Antecipação de necessidade de capital. 	25H
Realização do valuation;	Consistem em realizar o cálculo do valor da empresa.	40H
Análise saúde financeira empresa	Consiste em auferir, através de documentos financeiros da empresa, o estado atual da empresa, realizar projeções e mensurar sua capacidade de investimentos.	20H
Planejamento para alavancagem financeira	Planejamento para alavancagem financeira refere-se a avaliação atual da empresa, melhoria nos processos financeiros, elaboração de metas e estratégias para alavancagem da empresa.	35H
Monitoramento do plano financeiro	<p>Realiza periodicamente, observação e acompanhamento da situação financeira da empresa e apontamento de melhorias e sugestões para o cliente. Serviço oferecido por contrato de 6 meses.</p> <p>*(Não contempla elaboração de planejamento financeiro e elaboração de custos e despesas, apenas análise)</p>	5H

Fonte: Elaborado pelo autor.

4.7.2 Proposta de valor

Quadro 14 - proposta de valor

PRODUTO	PROPOSTA DE VALOR
Diagnóstico e planejamento financeiro.	Analisar documentos financeiros, fluxo de caixa, custos e despesas a fim de proporcionar clareza aos gestores sobre a saúde financeira da empresa, deste modo facilitar a tomada de decisão.
Precificação	Proporcionar a descoberta de todos os custos e despesas envolvidos no produto do cliente. Assim sendo, a correta precificação gera um planejamento financeiro mais assertivo, impactando diretamente no resultado final dos demonstrativos financeiros, isto é, qual a verdadeira taxa de lucratividade.
Gestão de fluxo de caixa	Propiciar uma visão completa e precisa das entradas e saídas financeiras do seu negócio. Ao proporcionar uma compreensão detalhada dos seus fluxos de caixa, ajudaremos a antecipar necessidades de capital, otimizar decisões de investimento e garantir a estabilidade financeira. Com a abordagem especializada, o cliente terá o controle total sobre as finanças corporativas, permitindo tomadas de decisão estratégicas e orientadas para o crescimento.
Realização do valuation	Possibilita a compreensão clara do valor real do seu negócio, permitindo maximizar oportunidades, mitigar riscos e garantir uma base sólida para o crescimento futuro.
Análise saúde financeira empresa	Assegurar uma avaliação abrangente e detalhada do estado financeiro do seu negócio, isto é, a saúde financeira. Sendo assim, através da avaliação, é possível realizar

	projeções para o futuro e identificar possíveis melhorias.
Planejamento para alavancagem financeira	Possibilita a otimização do capital, flexibilidade financeira e melhoria no desempenho operacional para proporcionar crescimento da empresa.
Monitoramento plano financeiro	Assegurar e apontar possíveis anormalidades na saúde financeira da empresa, trabalhando preventivamente e apontando sugestões e melhorias.

Fonte: Elaborado pelo autor.

4.7.3 Estratégia de Precificação

Tabela 10 - Despesas por mês

Despesas por mês (em cada ano de gestão)					
	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
DESCRIÇÃO	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR
Email comercial	R\$ 9,99				
Google Workspace (ferramentas google)	R\$ 34,00				
Endereço fiscal e comercial	R\$ 197,00	-	-	-	-
Aluguel Sala comercial	-	R\$ 950,00	R\$ 950,00	R\$ 950,00	R\$ 950,00
Condomínio	-	R\$ 95,00	R\$ 95,00	R\$ 95,00	R\$ 95,00
IPTU	-	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Propaganda e publicidade	R\$ 500,00	R\$ 700,00	R\$ 800,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.100,00
Social Media (redes sociais)	R\$ 250,00				
Domínio site	R\$ 4,50				
Contador	-	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Telefone e internet	R\$ 120,00				

Depreciação - móveis e equipamentos (taxa 20% ano)	R\$ 79,68	R\$ 79,68	R\$ 79,68	R\$ 79,68	R\$ 79,68
TOTAL MENSAL	R\$ 699,68	R\$ 2.659,17	R\$ 2.759,17	R\$ 2.959,17	R\$ 3.059,17
TOTAL ANUAL	R\$ 8.396,16	R\$ 31.910,04	R\$ 33.110,04	R\$ 35.510,04	R\$ 36.710,04

Tabela 11 - Custo valor por hora (mão de obra)

TABELA CUSTO VALOR POR HORA DE MÃO DE OBRA					
	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Custo produtivo mensal (folha)	R\$ 3.500,00	R\$ 5.825,00	R\$ 10.037,80	R\$ 16.160,58	R\$ 30.825,68
MEI - ANO 1	R\$ 75,60	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Despesas	R\$ 699,68	R\$ 2.659,17	R\$ 2.759,17	R\$ 2.959,17	R\$ 3.059,17
Horas MDO mensal	210	330	505	800	975
Custo p/ hora trabalho	R\$ 20,36	R\$ 25,71	R\$ 25,34	R\$ 23,90	R\$ 34,75
Impostos (alíquota - a partir do 2º ano) em R\$	0	R\$ 2,57	R\$ 2,53	R\$ 2,39	R\$ 3,48
Custo com imposto R\$	R\$ 20,36	R\$ 28,28	R\$ 27,87	R\$ 26,29	R\$ 38,23
Margem Desejada	80,00%	100,00%	130,00%	130,00%	150,00%
VALOR DA HORA	R\$ 36,65	R\$ 56,56	R\$ 64,11	R\$ 60,47	R\$ 95,57

Tabela 12 - custo preço por serviço

CUSTO PREÇO POR SERVIÇO						
SERVIÇO	CARGA HORÁRIA	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Diagnóstico e planejamento financeiro	40	R\$ 1.465,81	R\$ 2.262,45	R\$ 2.564,46	R\$ 2.418,65	R\$ 3.822,91
Custos e precificação	35	R\$ 1.282,58	R\$ 1.979,64	R\$ 2.243,90	R\$ 2.116,32	R\$ 3.345,04
Gestão de fluxo de caixa	25	R\$ 916,13	R\$ 1.414,03	R\$ 1.602,79	R\$ 1.511,65	R\$ 2.389,32
Realização do	40	R\$ 1.465,81	R\$ 2.262,45	R\$ 2.564,46	R\$ 2.418,65	R\$ 3.822,91

valuation;						
Análise saúde financeira empresa	20	R\$ 732,91	R\$ 1.131,22	R\$ 1.282,23	R\$ 1.209,32	R\$ 1.911,45
Planejamento para alavancagem financeira	35	R\$ 1.282,58	R\$ 1.979,64	R\$ 2.243,90	R\$ 2.116,32	R\$ 3.345,04
Monitoramento do plano financeiro	5	R\$ 183,23	R\$ 282,81	R\$ 320,56	R\$ 302,33	R\$ 477,86

4.7.4 Estratégia localização (praça)

Na estratégia de marketing, o “praça” refere-se à localização da empresa, que é parte integrante do sucesso da empresa. Nesse sentido, é importante que o local seja escolhido com cuidado. No mercado-alvo definido, a estratégia inicial concentra-se nas operações em Florianópolis e região metropolitana, incluindo São José, Palhoça e Biguaçu. Posteriormente, expandirá gradativamente para outras cidades catarinenses à medida que a empresa se consolidar e crescer. Esta abordagem permite-lhe concentrar inicialmente os seus esforços numa área específica e garantir uma presença estável e eficaz antes de expandir para outros locais.

4.7.5 Estratégias de comercialização (promoção)

A comunicação de uma empresa pode ser um importante fator de sucesso, por isso, a estratégia de marketing para a promoção de produtos ou serviços deve ser cuidadosamente planejada para ser o mais convincente possível. Para isso, a empresa implementa diversas estratégias publicitárias.

A primeira estratégia é criar um site, pois hoje em dia a presença online é necessária para os negócios. O site contém informações sobre os serviços oferecidos, estudos de caso de projetos já realizados, apresentação dos profissionais, dados de contato e um blog para a

publicação de artigos relacionados ao tema. Além disso, são utilizadas estratégias de SEO (Search Engine Optimization) para otimizar o site, tornando-o mais direcionado quando uma pessoa pesquisa em mecanismos de busca como Google, Yahoo ou Bing.

Outra estratégia importante é a presença nas redes sociais, que desempenham um papel fundamental na criação de conexões entre diferentes usuários. Contas são criadas em plataformas relacionadas ao contexto da empresa, como LinkedIn, Instagram e Facebook, com base em pesquisas de mercado sobre as preferências de redes sociais dos entrevistados.

Além disso, o Instagram adota uma estratégia de promoção paga, onde um determinado valor é investido para que a plataforma alcance um número maior de pessoas com a postagem. Por fim, de forma orgânica, a empresa pretende ampliar sua rede de contatos por meio da participação em feiras e encontros de negócios, aproveitando essas oportunidades para criar novas conexões.

4.7.6 Análise SWOT

Quadro 15 - Análise SWOT

<p style="text-align: center;">FORÇAS</p> <p>Flexibilidade alterações de projetos Metodologia bem estruturada Uso de planilhas e softwares de análise</p>	<p style="text-align: center;">FRAQUEZAS</p> <p>Empresários contratam pouca consultoria Exercer todas operações no ano 1 Atender poucos clientes por mês Ser pouco conhecido</p>
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>Atendimento a novos empreendedores Prospecção através de indicações Grande número de empresas</p>	<p style="text-align: center;">AMEAÇAS</p> <p>Concorrência já consolidada Inflação</p>

4.7.7 Estratégia de marketing

Com base no estudo de marketing e na análise SWOT, podemos definir estratégias eficazes para alcançar mais clientes e fortalecer a credibilidade no segmento, algumas estratégias são:

- ❖ Participação em entidades empreendedoras como o SEBRAE, a Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) e outras organizações similares. Essas entidades possuem contato direto com empresários, que são nosso público-alvo.

- ❖ Veiculação de propagandas patrocinadas nas redes sociais, direcionadas especificamente ao nosso público-alvo.

- ❖ Escrever blogs e artigos informativos, criando conteúdos e dicas práticas para empreendedores.

- ❖ Programas de indicações, no qual o empresário pode ganhar benefícios ao indicar novos clientes.

- ❖ . Eventos e webinars, juntamente com parceiros estratégicos.

4.9 PLANO FINANCEIRO

4.9.1 Orçamento de Despesas

A tabela abaixo mostra a previsão de despesas mensais para cada ano, detalhando os valores de despesa previstos para cada mês do ano 1 ao ano 5 de gestão. No final da tabela, está apresentado o total das despesas anuais de cada respectivo ano, proporcionando uma visão clara e abrangente dos custos mensais e anuais ao longo dos cinco primeiros anos de operação.

Tabela 13 - Despesas por mês (em cada ano)

DESPESAS POR MÊS (EM CADA ANO DE GESTÃO)					
	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
DESCRIÇÃO	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR
Email comercial	R\$ 9,99	R\$ 9,99	R\$ 9,99	R\$ 9,99	R\$ 9,99
Google Workspace (ferramentas google)	R\$ 34,00	R\$ 34,00	R\$ 34,00	R\$ 34,00	R\$ 34,00
Endereço fiscal e comercial	R\$ 197,00	-	-	-	-
Aluguel Sala comercial	-	R\$ 950,00	R\$ 950,00	R\$ 950,00	R\$ 950,00
Condomínio	-	R\$ 95,00	R\$ 95,00	R\$ 95,00	R\$ 95,00
IPTU	-	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Propaganda e publicidade	R\$ 500,00	R\$ 700,00	R\$ 800,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.100,00
Social Media (redes sociais)	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Domínio site	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50
Contador	-	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Telefone e internet	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00
Depreciação - móveis e equipamentos (taxa 20% ano)	R\$ 79,68	R\$ 79,68	R\$ 79,68	R\$ 79,68	R\$ 79,68
TOTAL MENSAL	R\$ 699,68	R\$ 2.659,17	R\$ 2.759,17	R\$ 2.959,17	R\$ 3.059,17
TOTAL ANUAL	R\$ 8.396,16	R\$ 31.910,04	R\$ 33.110,04	R\$ 35.510,04	R\$ 36.710,04

4.9.2 Orçamentos de Vendas

As tabelas abaixo revelam a quantidade de projetos realizados em cada mês do ano, do primeiro ao quinto ano de gestão. Além disso, mostram o preço de cada hora de projeto multiplicado pelo tempo médio de cada projeto, conforme definido anteriormente. A partir desses dados, é calculado o valor de cada projeto, assim como o faturamento mensal e anual.

O valor dos projetos é calculado multiplicando o número de projetos pelo valor da hora e, em seguida, pela média de horas por projeto.

Tabela 14 - Orçamento de vendas ano 1

ORÇAMENTO DE VENDAS ANO 1				
Mês	QTDDE PROJETOS	VALOR DA HORA	QTDDE MÉDIA HORAS POR PROJETO	VALOR PROJETOS
1	7	36,65	29,75	R\$ 7.632,36
2	7	36,65	29,75	R\$ 7.632,36
3	7	36,65	29,75	R\$ 7.632,36
4	7	36,65	29,75	R\$ 7.632,36
5	7	36,65	29,75	R\$ 7.632,36
6	7	36,65	29,75	R\$ 7.632,36
7	7	36,65	29,75	R\$ 7.632,36
8	7	36,65	29,75	R\$ 7.632,36
9	7	36,65	29,75	R\$ 7.632,36
10	7	36,65	29,75	R\$ 7.632,36
11	7	36,65	29,75	R\$ 7.632,36
12	7	36,65	29,75	R\$ 7.632,36
TOTAL	84	TOTAL		R\$ 91.588,35

Tabela 15 - Orçamento de vendas ano 2

ORÇAMENTO DE VENDAS ANO 2				
Mês	QTDDE PROJETOS	VALOR DA HORA	QTDDE MÉDIA HORAS POR PROJETO	VALOR PROJETOS
1	11	56,56	29,75	R\$ 18.509,26
2	11	56,56	29,75	R\$ 18.509,26
3	11	56,56	29,75	R\$ 18.509,26
4	11	56,56	29,75	R\$ 18.509,26
5	11	56,56	29,75	R\$ 18.509,26
6	11	56,56	29,75	R\$ 18.509,26
7	11	56,56	29,75	R\$ 18.509,26
8	11	56,56	29,75	R\$ 18.509,26
9	11	56,56	29,75	R\$ 18.509,26
10	11	56,56	29,75	R\$ 18.509,26

11	11	56,56	29,75	R\$ 18.509,26
12	12	56,56	29,75	R\$ 20.191,92
TOTAL	133	TOTAL		R\$ 223.793,78

Tabela 16 - Orçamento de vendas ano 3

ORÇAMENTO DE VENDAS ANO 1				
Mês	QTDDE PROJETOS	VALOR DA HORA	QUANTIDADE MÉDIA HORAS POR PROJETO	VALOR PROJETOS
1	16	64,11	29,75	R\$ 30.516,36
2	16	64,11	29,75	R\$ 30.516,36
3	16	64,11	29,75	R\$ 30.516,36
4	16	64,11	29,75	R\$ 30.516,36
5	17	64,11	29,75	R\$ 32.423,63
6	17	64,11	29,75	R\$ 32.423,63
7	17	64,11	29,75	R\$ 32.423,63
8	17	64,11	29,75	R\$ 32.423,63
9	17	64,11	29,75	R\$ 32.423,63
10	18	64,11	29,75	R\$ 34.330,91
11	18	64,11	29,75	R\$ 34.330,91
12	18	64,11	29,75	R\$ 34.330,91
TOTAL	203	TOTAL		R\$ 387.176,32

Tabela 17 - Orçamento de vendas ano4

ORÇAMENTO DE VENDAS ANO 4				
Mês	QTDDE PROJETOS	VALOR DA HORA	QUANTIDADE MÉDIA HORAS POR PROJETO	VALOR PROJETOS
1	26	R\$ 60,47	29,75	R\$ 46.773,55
2	26	R\$ 60,47	29,75	R\$ 46.773,55
3	26	R\$ 60,47	29,75	R\$ 46.773,55
4	26	R\$ 60,47	29,75	R\$ 46.773,55
5	26	R\$ 60,47	29,75	R\$ 46.773,55
6	27	R\$ 60,47	29,75	R\$ 48.572,53
7	27	R\$ 60,47	29,75	R\$ 48.572,53

8	27	R\$ 60,47	29,75	R\$ 48.572,53
9	27	R\$ 60,47	29,75	R\$ 48.572,53
10	27	R\$ 60,47	29,75	R\$ 48.572,53
11	28	R\$ 60,47	29,75	R\$ 50.371,51
12	29	R\$ 60,47	29,75	R\$ 52.170,49
TOTAL	322	TOTAL		R\$ 579.272,37

Tabela 18 - Orçamento de vendas ano 5

ORÇAMENTO DE VENDAS ANO 5				
Mês	QTDDE PROJETOS	VALOR DA HORA	QUANTIDADE MÉDIA HORAS POR PROJETO	VALOR PROJETOS
1	32	96,57	29,75	R\$ 91.934,64
2	33	96,57	29,75	R\$ 94.807,60
3	35	96,57	29,75	R\$ 100.553,51
4	36	96,57	29,75	R\$ 103.426,47
5	38	96,57	29,75	R\$ 109.172,39
6	38	96,57	29,75	R\$ 109.172,39
7	39	96,57	29,75	R\$ 112.045,34
8	40	96,57	29,75	R\$ 114.918,30
9	42	96,57	29,75	R\$ 120.664,22
10	42	96,57	29,75	R\$ 120.664,22
11	43	96,57	29,75	R\$ 123.537,17
12	45	96,57	29,75	R\$ 129.283,09
TOTAL	463	TOTAL		R\$ 1.330.179,32

A tabela a seguir apresenta, de forma resumida, a previsão de faturamento do negócio do ano 1 até o ano 5 de gestão. Os dados fornecem uma visão geral do crescimento esperado ao longo dos primeiros cinco anos de operação.

Tabela 19 - Resumo faturamento por ano

ANO	FATURAMENTO
1	R\$ 91.588,35
2	R\$ 223.793,78
3	R\$ 387.176,32
4	R\$ 579.272,37
5	R\$ 1.330.179,32

4.9.3 Orçamento de Investimento fixo

Para o início das operações, será primordial a aquisição de materiais e equipamentos. As tabelas abaixo descrevem os investimentos necessários para a abertura da empresa, detalhando os itens, a quantidade necessária, o preço unitário de cada item e os custos de frete, se houver. Essas informações são essenciais para o planejamento financeiro inicial e a organização dos recursos necessários para o início das atividades.

Tabela 19 - Investimento equipamento administrativo

Item	Quantidade	Preço Unitário	Frete	Total
Notebook Acer Aspire -3 A315 Tela 15.6 8gb/ 1tb Ssd Intel	1	R\$ 2.499,00		R\$ 2.499,00
Impressora a cor multifuncional Canon Pixma G3110 com wifi preta 110V/220V G3110	1	R\$ 695,00		R\$ 695,00
Kit Para Notebook Teclado E Mouse Sem Fio Usb E Suporte Top	1	R\$ 105,97		R\$ 105,97
Tablet Samsung Galaxy Tab A A7 Lite SM-T220 8.7" 32GB prateado e 3GB de memória RAM	1	R\$ 839,00		R\$ 839,00
Pendrive 2 Tb Hp Usb3.0 +adaptadores	1	R\$ 44,98	R\$ 13,52	R\$ 58,50

Usb C				
Total				R\$ 4.197,47

Tabela 20 - Investimento material de expediente

Item	Quantidade	Preço Unitário	Frete	Total
Kit 5 Tinta Original G3110 G4100 G3100 G-190	1	R\$ 108,00		R\$ 108,00
papel branco 500 folhas	2	R\$ 30,90		R\$ 61,80
clips	1	R\$ 3,50		R\$ 3,50
Organizador 3 andares	1	R\$ 59,90	R\$ 15,00	R\$ 74,90
Borracha	1	R\$ 2,50		R\$ 2,50
Caneta azul	5	R\$ 1,50		R\$ 7,50
Carimbos	2	R\$ 29,90		R\$ 59,80
Grampeador de mesa 26/6 2	1	R\$ 12,50		R\$ 12,50
Grampo p/grampeador 26/6	1	R\$ 4,50		R\$ 4,50
Lápis	5	R\$ 1,25		R\$ 6,25
Lixeira Redonda de Plástico 22l	1	R\$ 29,90		R\$ 29,90
Mouse pad Gel Pequeno	1	R\$ 29,90	R\$ 10,00	R\$ 39,90
Pasta plástica em L	30	R\$ 0,99		R\$ 29,70
Pasta suspensa (25und)	1	R\$ 83,25		R\$ 83,25
Perfurador de papel 02 furos	1	R\$ 12,97		R\$ 12,97
Pincel marca texto	4	R\$ 2,99		R\$ 11,96
Porta lápis/clips/lembrete	1	R\$ 14,90		R\$ 14,90
Régua poliestireno 30cm cristal	1	R\$ 3,15		R\$ 3,15

Tesoura doméstica	1	R\$ 4,99		R\$ 4,99
Total				R\$ 571,97

Tabela 21 - Investimento sistema gestão

Item	Quantidade	Preço Unitário	Total
Planilha controle administrativo	1	R\$ 99,80	R\$ 99,80
Total			R\$ 99,80

Tabela 22 - Investimento comunicação visual e marketing

Item	Quantidade	Preço Unitário	Total
impressão cartão de Visita	1	R\$ 197,00	R\$ 197,00
Criação de site	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
Criação de logo e identidade visual	1	R\$ 397,00	R\$ 150,00
Total			R\$ 1.097,00

Tabela 23 - Investimento móveis administrativo

Item	Quantidade	Preço Unitário	Frete	Total
Cadeira ergonômica	1	R\$ 190,00	-	R\$ 190,00
Nicho	1	R\$ 52,47	R\$ 22,35	R\$ 74,82
Descanso pés	1	R\$ 225,00	-	R\$ 225,00
Gaveteiro com chave	1	R\$ 191,00	R\$ 60,82	R\$ 251,82
Gaveteiro arquivo	1	R\$ 225,00		R\$ 225,00

Total	R\$ 966,64
--------------	-------------------

Tabela 24 - Investimentos abertura empresa

Item	Quantidade	Preço Unitário	Total
Certificado digital (para fazer o processo de abertura na Junta Comercial pela internet)	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Taxas para o registro na Junta Comercial;	1	R\$ 980,00	R\$ 980,00
Taxas para obtenção do alvará na prefeitura;	1	R\$ 130,00	R\$ 130,00
Serviço de assessoria contábil	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Total			R\$ 1.760,00

Tabela 25 - Resumo investimento total fixo

Descrição	Valor
Investimento equipamento Administrativo	R\$ 4.197,47
Investimento Materiais de expediente	R\$ 571,97
Investimento sistema de gestão administrativo	R\$ 99,80
Investimento comunicação visual e marketing	R\$ 2.318,00
Investimento em móveis administrativos	R\$ 966,64
Investimento abertura empresa (taxas e documentos)	R\$ 1.760,00
Total	R\$ 9.913,88

4.9.4 Projeção DRE

Tabela 26 - Projeção DRE (por ano)

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
(=) Receita bruta vendas	91.588,35	223.793,78	387.176,32	579.272,37	1.330.179,32
(-) Impostos	9.158,84	22.379,38	38.717,63	57.927,24	133.017,93
(=) Resultado operacional Líquido	82.429,52	201.414,40	348.458,69	521.345,13	1.197.161,39
(-) Custo do Serviço Prestado	42.000,00	69.900,00	120.453,54	193.926,91	369.908,20
(=) RESULTADO BRUTO	40.429,52	131.514,40	228.005,14	327.418,22	827.253,19

(-) Despesas operacionais	14.342,04	35.318,04	36.518,04	38.918,04	40.118,04
Email comercial	119,88	119,88	119,88	119,88	119,88
Google Workspace (ferramentas google)	408,00	408,00	408,00	408,00	408,00
Endereço fiscal e comercial	2.364,00	-	-	-	-
Aluguel Sala comercial	-	11.400,00	11.400,00	11.400,00	11.400,00
Condomínio	-	1.140,00	1.140,00	1.140,00	1.140,00
IPTU	-	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
Propaganda e publicidade	6.000,00	8.400,00	9.600,00	12.000,00	13.200,00
Social Media (redes sociais)	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Domínio site	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
Contador	-	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Telefone e internet	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Depreciação - móveis e equipamentos (taxa 20% ano)	956,16	956,16	956,16	956,16	956,16
(=) Resultado Líquido.	R\$ 26.087,48	R\$ 96.196,36	R\$ 191.487,10	R\$ 288.500,18	R\$ 787.135,15
LUCRATIVIDADE	28,48%	42,98%	49,46%	49,80%	59,18%

A tabela acima apresenta a Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) para os anos 1 a 5, detalhando as projeções de receitas, despesas e custo dos produtos vendidos. Com essas informações, foi possível identificar o seguinte desempenho financeiro:

- Ano 1: Lucro líquido de R\$ 26.087,48, representando 28,48% do faturamento.
- Ano 2: Lucro líquido de R\$ 96.196,48, com uma margem de 42,98%.
- Ano 3: Projeção de lucro líquido de R\$ 191.487,10, correspondendo a uma margem de 29,46%.

- Ano 4: Espera-se um aumento no faturamento, com um lucro ligeiramente superior ao do ano 3, totalizando R\$ 288.500,18.
- Ano 5: Projeção de um crescimento significativo tanto no faturamento (R\$ 787.135,15) quanto na margem de lucro (59,18%).

Esses dados mostram uma tendência de crescimento contínuo ao longo dos cinco anos, com aumentos notáveis tanto no faturamento quanto na lucratividade.

4.9.5 Projeção de Fluxo de Caixa.

Abaixo estão as tabelas detalhando o fluxo de caixa mês a mês para o ano 1 e o fluxo de caixa para os anos 1 a 5, incluindo o saldo acumulado até o final do ano 5.

Tabela 27 - Projeção fluxo de caixa - ano 1

MÊS	Receitas	Despesas	Saldo Mensal	Saldo acumulado
1	R\$ 7.632,36	R\$ 4.199,68	R\$ 3.432,68	R\$ 3.432,68
2	R\$ 7.632,36	R\$ 4.199,68	R\$ 3.432,68	R\$ 6.865,37
3	R\$ 7.632,36	R\$ 4.199,68	R\$ 3.432,68	R\$ 10.298,05
4	R\$ 7.632,36	R\$ 4.199,68	R\$ 3.432,68	R\$ 13.730,73
5	R\$ 7.632,36	R\$ 4.199,68	R\$ 3.432,68	R\$ 17.163,41
6	R\$ 7.632,36	R\$ 4.199,68	R\$ 3.432,68	R\$ 20.596,10
7	R\$ 7.632,36	R\$ 4.199,68	R\$ 3.432,68	R\$ 24.028,78
8	R\$ 7.632,36	R\$ 4.199,68	R\$ 3.432,68	R\$ 27.461,46
9	R\$ 7.632,36	R\$ 4.199,68	R\$ 3.432,68	R\$ 30.894,14
10	R\$ 7.632,36	R\$ 4.199,68	R\$ 3.432,68	R\$ 34.326,83
11	R\$ 7.632,36	R\$ 4.199,68	R\$ 3.432,68	R\$ 37.759,51
12	R\$ 7.632,36	R\$ 4.199,68	R\$ 3.432,68	R\$ 41.192,19

Tabela 28 - Projeção fluxo de caixa (por ano)

ANO	Valor total projetos	Despesas	Saldo Mensal	Saldo acumulado
1	R\$ 91.588,35	R\$ 11.896,16	R\$ 79.692,19	R\$ 79.692,19
2	R\$ 223.793,78	R\$ 101.810,04	R\$ 121.983,74	R\$ 201.675,93
3	R\$ 387.176,32	R\$ 153.563,58	R\$ 233.612,73	R\$ 435.288,66
4	R\$ 579.272,37	R\$ 229.436,95	R\$ 349.835,41	R\$ 785.124,07
5	R\$ 1.330.179,32	R\$ 406.618,24	R\$ 923.561,08	R\$ 1.708.685,16

4.9.6 Margem de contribuição e ponto de equilíbrio

Tabela 29 - Índice margem de contribuição

DESCRIÇÃO	TOTAL
RECEITA BRUTA	R\$ 7.632,36
CUSTO SERVIÇO VENDIDO	R\$ 3.500,00
DESPESAS VARIÁVEIS	R\$ 699,68
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO EM R\$	R\$ 3.432,68
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO %	44,98%

Tabela 30 - Ponto de equilíbrio

PONTO DE EQUILÍBRIO	
CUSTO FIXO	R\$ 3.500,00
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	44,98%
PONTO DE EQUILÍBRIO	R\$ 7.781,24

Para a elaboração deste trabalho, foram utilizadas as seguintes fórmulas fundamentais de análise financeira: a Margem de Contribuição, calculada pela fórmula $(RT - CV) \div RT$, e o Ponto de Equilíbrio, determinado por $CF \div ICM$, onde CF representa os Custos Fixos e ICM, o Índice da Margem de Contribuição. A Margem de Contribuição é uma métrica essencial que indica quanto das vendas contribui para cobrir os custos fixos e gerar lucro (R\$ 3.432,68), evidenciando sua importância na gestão financeira ao revelar a eficiência operacional da empresa.

Além disso, o Ponto de Equilíbrio foi fixado em R\$ 7.781,24 reais, sendo o valor mínimo necessário de vendas mensais para que a empresa pague todos os custos e não apresentem lucro nem prejuízo. Esta análise é crucial para os gestores, pois fornece um panorama claro sobre a visão econômica do negócio e orienta decisões estratégicas, como definição de preços, controle de custos e planejamento de vendas. Os valores de margem de contribuição e ponto de equilíbrio são baseados no primeiro ano de gestão.

4.9.7 Índice de lucratividade

A tabela abaixo mostra o índice de lucratividade, calculado pela fórmula $(\text{Lucro Líquido} \div \text{Receita Total})$, que indica o retorno sobre o faturamento. Este índice é crucial para avaliar a eficiência operacional e a capacidade de uma empresa de gerar lucros a partir das suas

receitas brutas. Quanto maior o índice de lucratividade, maior a eficiência na conversão de vendas em lucros líquidos, refletindo uma gestão financeira sólida e estratégias eficazes de controle de custos.

Tabela 31 - Índice de lucratividade

ÍNDICE DE LUCRATIVIDADE	
ANO 1	28,48%
ANO 2	42,98%
ANO 3	49,46%
ANO 4	49,80%
ANO 5	59,18%
Lucratividade média	49,46%

4.9.8 Rentabilidade - ROI

Analisando o Retorno sobre o Investimento (ROI), que é calculado pela fórmula (Lucro Líquido ÷ Investimento Total), foi possível avaliar o desempenho da operação em relação ao capital investido. A tabela abaixo apresenta a rentabilidade dos anos 1 a 5 de gestão.

Tabela 32 - Índice de rentabilidade (ROI)

RENTABILIDADE			
	INVESTIMENTO TOTAL	LUCRO LÍQUIDO	RENTABILIDADE
ANO 1	R\$ 9.913,88	R\$ 26.087,48	263,14%
ANO 2	R\$ 9.913,88	R\$ 96.196,36	970,32%
ANO 3	R\$ 9.913,88	R\$ 191.487,10	1931,51%
ANO 4	R\$ 9.913,88	R\$ 288.500,18	2910,06%
ANO 5	R\$ 9.913,88	R\$ 787.135,15	7939,73%
Rentabilidade média			1931,51%

4.9.9 Payback

Com base nos dados fornecidos, é possível afirmar que o Payback ocorre dentro do primeiro ano de gestão. O investimento total inicial foi de R\$ 9.913,88. No final do primeiro ano, o fluxo de caixa acumulado atingiu R\$ 79.692,19. Isso significa que o valor acumulado de receitas supera o montante investido, inferior ao período necessário para recuperar o investimento iniciado

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo realizado revela uma cultura entre micro e pequenos empreendedores de não consumir serviços de consultoria financeira, em contraste com empresas de porte ligeiramente maior. Assim, alcançar o público-alvo definido neste trabalho apresenta um desafio maior, exigindo estratégias bem elaboradas e eficazes para atingir os objetivos estabelecidos e, conseqüentemente, aumentar a captação de clientes.

Ao longo do estudo, foi possível compreender a percepção dos futuros clientes em relação à contratação de serviços de consultoria, através da pesquisa aplicada. Além disso, identificou-se a predisposição dos respondentes não apenas para contratar serviços avulsos, mas também para optar por serviços recorrentes mensais para o acompanhamento da saúde financeira de suas empresas.

A empresa funcionará com o nome legal 'Santos Consultoria e Estruturação Empresarial', constituída como uma Sociedade Limitada Unipessoal (SLU). Nessa estrutura jurídica, o patrimônio da empresa é separado do patrimônio pessoal do proprietário, com um teto de faturamento de até 4,8 milhões de reais.

Será oferecidos os seguintes serviços: diagnóstico e planejamento financeiro; custos e precificação; análise dos investimentos mais adequados para a empresa; análise de viabilidade de novos projetos; gestão de fluxo de caixa; realização do valuation; análise da saúde financeira da empresa; planejamento para alavancagem financeira e monitoramento do plano financeiro.

Aliado a isso, identificou-se ainda, que o público-alvo é composto por homens e mulheres, majoritariamente entre 18 e 35 anos, residentes em Florianópolis ou região metropolitana, com diversos níveis de escolaridade, e que possuem interesse em melhorar a situação financeira de seus negócios através da consultoria financeira.

As principais ações de marketing incluem a participação em entidades empreendedoras como o SEBRAE, a Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) e outras organizações similares, que possuem contato direto com empresários, nosso público-alvo; veiculação de propagandas patrocinadas nas redes sociais, direcionadas especificamente ao

nosso público-alvo; escrita de blogs e artigos informativos, criando conteúdos e dicas práticas para empreendedores; programas de indicações, nos quais o empresário pode ganhar benefícios ao indicar novos clientes; e eventos e webinars, juntamente com parceiros estratégicos. O investimento necessário para a abertura da empresa é de R\$ 9.913,88.

Conclui-se, portanto, que o negócio estudado é viável, com projeções indicando uma lucratividade média de 49,45% ao longo de cinco anos de gestão. A rentabilidade, que representa o retorno sobre o investimento inicial, apresenta uma média de 1931% para esse período, com a menor rentabilidade ocorrendo no primeiro ano (263,14%) e a maior no quinto ano (7939,73%). Esses retornos superam amplamente a taxa básica de juros atual no Brasil (10,5% em junho de 2024). O tempo de retorno do investimento está estimado para ocorrer no primeiro ano de gestão.

REFERÊNCIAS

BERNAUDINI, L. A. **Manual de Empreendedorismo e Gestão**. 1.Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

BRASIL, **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Brasília, 2022. Disponível em <https://censo2022.ibge.gov.br/>. Acesso em 20 de novembro de 2023.

BRASIL, **Ranking ICE 2023**. Brasília, 2023. Disponível em: <https://ice.enap.gov.br/ranking>. Acesso em: 26 de setembro de 2023.

COSTA, Natália. **Consultoria Empresarial: suas subdivisões e os benefícios de sua contratação**. Revista de Engenharia de Produção, Campo Grande, MS, v. 2, n. 4, p. 90 - 102, out./dez. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/REP/article/view/13866/9851>. Acesso em: 2 out. 2023.

CROCCO, Luciano; GUTTMANN, Erik. **Consultoria Empresarial**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. 2. ed. Tradução de Carlos Malferrari. São Paulo: Pioneira, 1987.

ECONOMIA DE SANTA CATARINA É RICA E DIVERSIFICADA. Disponível em: <https://estado.sc.gov.br/conheca-sc/economia>. Acesso em de novembro de 2023>

FIESC. Disponível em <https://fiesc.com.br/pt-br/imprensa/florianopolis-3a-melhor-cidade-para-viver-no-brasil-come-mora-350-anos>. Acesso em: 10 de novembro de 2023.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. Tradução de Sonia Midori Yamamoto. Revisão técnica de Iná Futino Barreto e Edson Crescitelli. Coordenação de casos de Iná Futino Barreto. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria Geral da Administração**. 1. Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2011.

OLIVEIRA, Gustavo; VALDISSER, Cassio. **Análise de perfil: as principais características e os tipos de empreendedor verificados no gestor da ceb distribuição**. GETEC, Monte Carmelo - MG, v. 8, n. 20, p. 1-22, 2019. Disponível em: <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/getec/issue/view/104>. Acesso em: 21 out. 2023.

PARREIRA, Francisco E. Consultoria, consultores e clientes. São Paulo: Érica, 1997.

SEBRAE, **CAUSA MORTIS: O sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros 5 anos de vida**. São Paulo: Sebrae, 2014. Disponível em: https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/CAUSA%20MORTIS_vf.pdf. Acesso em: 26 de setembro de 2023.

SEBRAE/SC. **Caderno de Desenvolvimento de Santa Catarina – Florianópolis. 2019**. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/municipios/sc/m/Florianopolis%20-%20Cadernos%20de%20Desenvolvimento.pdf>. Acesso em: 10 de novembro de 2023.

SILVA, Camila Batista da. **Percepção dos Profissionais Consultores e dos Estudantes sobre a Atuação na Prestação de Serviço em Consultoria na Cidade de Bento Gonçalves**. 2019. Disponível em: <https://repositorio.uces.br/xmlui/bitstream/handle/11338/5830/TCC%20Camila%20Batista%20da%20Silva.pdf?sequence=1>. Acesso em: 25/10/2023.

WEISS, Alan. **A Bíblia da consultoria : métodos e técnicas para montar e expandir um negócio de consultoria**. Tradutor Afonso Celso da Cunha Serra. -- 1. ed. -- São Paulo : Autêntica Business, 2017.

YANGAILO, T. e Qutieshat, A. **Descobrendo características dominantes para a intenção empreendedora e o sucesso na última década: revisão sistemática da literatura**. Educação para Empreendedorismo, 5, 145-178, 2022.

Anexo I

QUESTIONÁRIO 01

(geral)

Olá, meu nome é, Weslei, e estou concluindo o curso de Administração na UFSC, essa pesquisa faz parte do trabalho de conclusão de curso, sobre consultoria financeira empresarial, o tempo para responder esse questionário é de no máximo 5 minutos, desde já agradeço seu valioso tempo!

Não é necessário se identificar!

1. Qual seu gênero ?

- Feminino
- Masculino
- Prefiro não dizer

2. Qual é a sua faixa etária?

- Menos de 18 anos
- 18-25 anos
- 26-35 anos
- 36-45 anos
- 46-55 anos
- Mais de 55 anos

3. Você reside em Florianópolis ou na região metropolitana?

- Sim
- Não

4. Qual a sua escolaridade?

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

4.1. Quais meios de comunicação você mais utiliza?

- Rede social
- Telefone
- Rádio
- E-mail
- Whatsapp

5. Referente às redes sociais abaixo, qual você mais utiliza?

- Instagram
- Twitter/ X
- Linkedin
- Threads
- Tiktok
- Outros

6. Você tem uma empresa ?

- Sim
- Não

6.1 Se não, você tem interesse em abrir uma empresa nos próximos 3 anos?

- Sim

Não

6.2 Se responder não, por quê?

[Caixa de texto para resposta aberta]

QUESTIONÁRIO 2

(para pessoas que responderam “sim tenho uma empresa”)

1. Se você já possui uma empresa, há quanto tempo ela está em funcionamento?

- Menos de 1 ano
- 1-2 anos
- 3-5 anos
- Mais de 5 anos

2. Quantos funcionários tem na sua empresa?

- Até 3 funcionários
- Entre 4 e 9 funcionários
- De 10 a 49 funcionários
- De 50 a 99 funcionários
- Mais de 100 empregados

3. Com que frequência você utiliza serviços de consultoria financeira?

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frequentemente
- Sempre

4. Quais serviços de consultoria financeira você consideraria mais úteis na sua realidade empresarial? (Marque todas as opções que se aplicam)

- Planejamento financeiro
- Investimentos
- Gerenciamento de dívidas
- Assessoria em empréstimos e financiamentos

- Custos e precificação
- Projeções financeiras
- Saúde financeira
- Outros (por favor, especifique)

5. Quais são os principais desafios financeiros que você enfrenta atualmente? (Marque todas as opções que se aplicam)

- Endividamento
- Planejamento para alavancagem financeira.
- Precificação
- Investimentos
- Gestão de fluxo de caixa
- Financiamento de expansão
- Contabilidade e tributação
- Redução de custos
- Análise de viabilidade de novos projetos
- Outros (por favor, especifique)

5.1. Você acredita que uma empresa de consultoria financeira pode ajudá-lo a alcançar suas metas financeiras? Por quê?

- Sim
- Não

6. O que mais te atrairia em uma empresa de consultoria financeira em Florianópolis? (Marque todas as opções que se aplicam)

- Credibilidade e reputação da empresa
- Experiência e expertise da equipe
- Variedade de serviços oferecidos
- Preço

- Recomendações ou referências de outros clientes
- Localização conveniente
- Outros (por favor, especifique)

7. Você preferiria receber consultoria financeira de forma presencial, online ou por telefone?

- Presencial
- Online
- Google meet
- Por telefone
- Não tenho preferência

8. Quanto estaria disposto a investir em serviços de consultoria financeira ?

- Até R\$ 1.000,00
- Até R\$ 3.000,00
- Até R\$ 5.000,00
- Até R\$ 8.000,00
- 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
- Acima de R\$30.000,00
- Não estou disposto a investir

8.1 Você estaria disposto a investir mensalmente um valor para mentoria em finanças na sua empresa?

- Sim
- Não

8.2 Se sim, quanto estaria disposto a pagar?

- Menos de R\$ 100

- R\$ 100 - R\$ 300
- R\$ 300 - R\$ 500
- R\$ 500 - R\$ 1000
- Mais de R\$ 1000
- Não estou disposto a investir

9. Você já teve experiências anteriores com empresas de consultoria financeira?

- Sim
- Não

9.1 Se sim, como você a conheceu?

- Internet
- Rádio
- Indicação de parceiros/conhecido
- SEBRAE
- Outros

9.2 Se sim, por favor, descreva brevemente sua experiência anterior. O que funcionou bem e o que não funcionou?

[Caixa de texto para resposta aberta]

9.3 Como foi sua comunicação com a equipe de consultoria financeira?

[Caixa de texto para resposta aberta]

9.4 Os serviços prestados atenderam às suas expectativas? Por favor, explique.

- Sim
- Não

9.5 Você sentiu que recebeu um atendimento personalizado e voltado para suas necessidades específicas?

Sim

Não

Obrigado pelas respostas!