

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO SÓCIO ECONOMICO  
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**CAROLINE CADORIN**

**PLANO DE NEGÓCIOS: PROPOSTA DE ABERTURA DE UM ESCRITÓRIO  
DE CONTABILIDADE NA CIDADE DE FLORIANÓPOLIS/SC**

**FLORIANÓPOLIS**

**2016**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA**  
**CENTRO SÓCIO ECONOMICO**  
**CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**PLANO DE NEGÓCIOS: PROPOSTA DE ABERTURA DE UM ESCRITÓRIO  
DE CONTABILIDADE NA CIDADE DE FLORIANÓPOLIS/SC**

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Joice Antonio Lorandi, Dr.

**FLORIANÓPOLIS**  
**2016**

**CAROLINE CADORIN**

**PLANO DE NEGÓCIOS: PROPOSTA DE ABERTURA DE UM ESCRITÓRIO  
DE CONTABILIDADE NA CIDADE DE FLORIANÓPOLIS/SC**

Esta monografia foi apresentada como trabalho de conclusão de curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, obtendo nota média de \_\_\_\_\_, atribuída pela banca constituída pelos professores abaixo mencionados.

---

Prof. Marcelo Haendchen Dutra, Dr.  
Coordenador de Monografia do CCN

Professores que compuseram a banca:

---

Joisse Antonio Lorandi, Dr.  
Orientador

---

Ilse Maria Bauren, Dra.  
Membro

---

Viviane Theiss, Ma.  
Membro

Florianópolis, 28 de julho 2016.

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

Madre Teresa de Calcutá

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de agradecer primeiramente aos meus pais, por todo esforço e dedicação para me proporcionar sempre a melhor educação. Obrigada por todo apoio e carinho que sempre tiveram por mim.

Agradeço à todos meus professores, desde o primário até a minha conclusão deste curso, muito do que sou e sei devo a eles. Em especial ao meu professor e orientador Joisse Antonio Lorandi, pelo auxílio para produzir esta monografia.

Agradeço também a todos o meus amigos, inclusive familiares, que de alguma forma me ajudaram a chegar onde estou.

## RESUMO

CADORIN, Caroline. **Plano de negócios: Proposta de abertura de um escritório de contabilidade na cidade de Florianópolis/SC**. 61 f. Monografia do Curso de Ciências Contábeis. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

Entrar para o ramo empresarial requer planejamento. Ao constituir uma empresa, o empreendedor, muitas vezes, reúne todo seu esforço, além de investir dinheiro em algo que pode não dar certo. Os riscos são grandes, porém, podem diminuir se o empreendimento for adequadamente planejado. O plano de negócios tem este objetivo, o de trazer para o papel todo o planejamento, definindo a empresa, suas estratégias, investimento, entre outros pontos importantes ao se iniciar um novo negócio. Os objetivos desta pesquisa foram de descrever o processo de implantação de um escritório de acordo com um plano de negócios, caracterizar a empresa e seus serviços prestados, definir seu investimento inicial, custos e despesas, verificar rentabilidade e tempo de retorno do investimento para então analisar a viabilidade financeira de um escritório de contabilidade em Florianópolis/SC. A fim de fundamentar o trabalho, foram revistos os principais conceitos que envolvem a criação de um planejamento de negócios. Além disto, o estudo trouxe uma entrevista com o contador, dono de escritório de contabilidade atuante na cidade de Florianópolis/SC, que foi essencial para a condução da pesquisa. Para visualizar melhor o plano de negócios, foi criado um planejamento financeiro, que trouxe em números as projeções feitas para cenários pessimista e otimista e a partir deles foram calculados índices de rentabilidade. Após a análise de todos os pontos do plano desenvolvido, concluiu-se que o projeto é viável.

**Palavras Chave:** Plano de negócios; Escritório de contabilidade; Planejamento.

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1: Porte da empresa por faturamento definido pelo SEBRAE.....	27
Quadro 2: Porte da empresa por quantidade de funcionários.....	27
Quadro 3: Porte da empresa por faturamento definido pela ANVISA.....	27
Quadro 4: Estudos similares .....	30
Quadro 5: Relação funcionário por número de clientes.....	37
Quadro 6: Projeção de vendas.....	43

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Honorários Contábeis (Valores Mensais propostos pelo SESCON).....	34
Tabela 2: Salários colaboradores.....	38
Tabela 3: Quadro Societário.....	38
Tabela 4: Despesas com regularização.....	39
Tabela 5: Aluguel sala comercial.....	39
Tabela 6: Investimentos Iniciais.....	40
Tabela 7: Despesas fixas mensais.....	40
Tabela 8: Demonstrativo de Resultado cenário otimista e pessimista.....	43
Tabela 9: Fluxo de caixa cenário pessimista e otimista.....	44
Tabela 10: Prazo <i>Payback</i> Cenário Pessimista.....	44
Tabela 11: Prazo <i>Payback</i> Cenário Otimista.....	45
Tabela 12: Cálculo VPL - Cenário Pessimista.....	45
Tabela 13: Cálculo VPL - Cenário Otimista.....	46

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Etapas da pesquisa.....	16
Figura 2: Fórmula do VPL.....	25
Figura 3: Despesas mensais (1 Estagiário).....	41
Figura 4: Despesas mensais (1 Funcionário).....	41
Figura 5: Cálculo do ponto de equilíbrio.....	42

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	12
1.1	TEMA E PROBLEMA.....	12
1.2	OBJETIVO .....	13
1.2.1	Objetivo Geral.....	13
1.2.2	Objetivos Específicos .....	13
1.3	JUSTIFICATIVA .....	13
1.4	METODOLOGIA DA PESQUISA.....	14
1.4.1	Enquadramento metodológico .....	14
1.4.2	Levantamento de dados .....	15
1.4.3	Etapas da pesquisa .....	15
1.5	DELIMITAÇÃO DA PESQUISA .....	16
1.6	ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO .....	16
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....	18
2.1	EMPREENDEDOR.....	18
2.2	PLANEJAMENTO.....	19
2.3	PLANO DE NEGÓCIOS .....	20
2.3.1	Sumário Executivo.....	21
2.3.2	Planejamento Estratégico do Negócio .....	22
2.3.2	Planejamento Financeiro.....	23
2.4	ANALISE DA VIABILIDADE DO NEGÓCIO.....	23
2.5	PONTO DE EQUILIBRIO CONTÁBIL .....	24
2.6	TÉCNICAS DE ANALISE DE INVESTIMENTOS .....	24
2.6.2	Prazo de <i>payback</i> simples .....	24
2.6.3	VPL (Valor Presente Líquido) .....	25
2.7	A EMPRESA.....	26
2.7.2	Classificação da empresa pelo porte .....	26
2.7.3	EMPRESAS DE SERVIÇOS CONTÁBEIS.....	28
2.8	ESTUDOS SIMILARES .....	29
3	APRESENTAÇÃO E ANLISE DE DADOS.....	31
3.1	SUMÁRIO EXECUTIVO .....	31
3.2	CONFIGURAÇÃO DA EMPRESA .....	31
3.2.1	Descrição da empresa .....	31

3.2.2	Descrição dos serviços.....	33
3.2.3	Valor dos serviços.....	34
3.2.4	Localização e infraestrutura.....	35
3.2.5	Mercado e Competidores .....	35
3.2.6	Equipe Gerencial.....	37
3.3	PLANEJAMENTO FINANCEIRO .....	38
3.3.1	Fonte de recursos financeiros.....	38
3.3.2	Investimentos necessários.....	39
3.3.3	Ponto de equilíbrio.....	42
3.3.4	Demonstrativo de resultado .....	42
3.3.5	Projeção fluxo de caixa.....	44
3.3.6	Prazo de <i>Payback</i> .....	44
3.3.7	Valor presente Líquido (VPL) .....	45
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	47
4.1	CONCLUSÃO.....	47
4.2	SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS.....	48
	REFERÊNCIAS .....	49
	APÊNDICES .....	51
	ANEXOS.....	60

## **1 INTRODUÇÃO**

Em cenários de crise, como se vivencia na economia atual brasileira, o início de um novo negócio, sem ser bem planejado, pode ser arriscado. Dados divulgados em pesquisa do SEBRAE (2013) revelam que cerca de 25% das empresas que abrem, fecham nos dois primeiros anos de sua atuação no mercado. A respeito da mortalidade das empresas, o SEBRAE (2013) cita como principais fatores: falta de planejamento antes da abertura, falta de formação e experiência na gestão de um negócio, falta de comportamento e atitudes empreendedoras, etc.

O planejamento é importante para a abertura de uma empresa. Por meio do planejamento é possível prever falhas e ajusta-las antes de se iniciar o negócio. Segundo Degen (2009, p. 18) “os riscos financeiro e profissional de iniciar um negócio próprio são muito menores do que se imagina se o negócio for bem planejado”. Para Chiavenato (2008) a mortalidade prematura dos pequenos negócios é extremamente elevada. Motivos? Quase sempre o problema não está no mercado, nem no produto, mas na maneira improvisada de planejar e tocar os negócios.

Conforme dados divulgados pela Confederação nacional do comércio de bens, serviços e turismo (2016), cerca de 10 mil empresas abriram em Florianópolis no período de 2015, onde pode-se perceber constante demanda para a prestação de serviços de um escritório de contabilidade. Segundo o artigo 1.182 da Lei 10.406/02, a escrituração deve ficar sob a responsabilidade de contabilista legalmente habilitado, salvo se nenhum houver na localidade, ou seja, praticamente todo empreendimento precisa dos serviços de um contador habilitado.

Neste contexto, este estudo desenvolverá uma proposta para a abertura de um escritório de contabilidade na cidade de Florianópolis/SC. Com a análise dos principais fatores que envolvem a criação deste tipo de negócio.

### **1.1 TEMA E PROBLEMA**

Para saber se um novo empreendimento poderá ser rentável, pode se utilizar do plano de negócios como ferramenta. O plano de negócios pode definir se o negócio será viável ou não. Dornelas (2008) defende que o plano de negócios é fundamental para o processo empreendedor e que é preciso planejar e delinear as estratégias do negócio que será criado ou em que está em crescimento.

O plano de negócios segundo Chiavenato (2008) descreve a ideia de um novo empreendimento e projeta os aspectos mercadológicos, operacionais e financeiros do negócio proposto. Seu preparo permitirá análise da proposta e orientação ao futuro empreendedor sobre a trajetória do seu empreendimento

Neste sentido, formula-se o problema deste estudo: **Como elaborar um plano de negócios para abertura de um escritório de contabilidade na cidade Florianópolis/SC?**

## **1.2 OBJETIVO**

Serão apresentados os objetivos para elaboração de um plano de negócios de um escritório de contabilidade, que busca respostas para o problema citado anteriormente.

### **1.2.1 Objetivo Geral**

O objetivo geral da pesquisa é elaborar um plano de negócios para abertura de um escritório de contabilidade na cidade de Florianópolis/SC.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

Para atingir o objetivo geral, pontuam-se os seguintes objetivos específicos:

- a) Descrever o processo de implantação de um escritório, de acordo com um plano de negócios;
- b) Caracterizar a empresa e seus serviços prestados;
- c) Definir investimento inicial e seus custos e despesas;
- d) Verificar rentabilidade e tempo de retorno do investimento;
- e) Analisar a viabilidade financeira de um escritório de contabilidade em Florianópolis/SC.

## **1.3 JUSTIFICATIVA**

Ao iniciar qualquer tipo de negócio, é importante estudar suas características a fim de prever resultados possíveis. Para um escritório de contabilidade, a história não é diferente. O contador, além de entender sobre o operacional da sua empresa, deve também saber planejar e gerenciar seu próprio negócio. Para que a empresa não se inicie sem um caminho, o contador precisa planejar a trajetória de seu empreendimento, para tentar diminuir os riscos de não dar certo. Para Rosa e Futida (2005 p. 20):

O dirigente de empresa contábil não pode mais se dar ao luxo de se concentrar em tarefas técnicas de contabilidade. Tem de administrar, assumir o papel de empresário e gerente, para resguardar a eficiência e a competitividade que garantem a sobrevivência nos dias de hoje.

Para Chiavenato (2008, p. 131) “planejar significa estudar antecipadamente a ação que será realizada ou colocada em prática e quais os objetivos que se pretende alcançar. Visa proporcionar condições racionais para que a empresa seja organizada e dirigida com base em certas hipóteses a respeito da realidade atual e futura”.

Este estudo tem o intuito além de contribuir para o estudo acadêmico, de também reunir conhecimentos teóricos e práticos aprendidos pela presente autora durante sua vida acadêmica e profissional para a proposta de abertura de um escritório de contabilidade. E assim concretizar a abertura deste empreendimento, contribuindo para geração de novos empregos, recolhimento de impostos e prestações de serviços para as empresas da região.

#### **1.4 METODOLOGIA DA PESQUISA**

Neste tópico apresenta-se a metodologia do trabalho. Para desenvolver uma pesquisa científica de maneira eficiente, necessita-se utilizar processos metodológicos.

##### **1.4.1 Enquadramento metodológico**

Silva e Menezes (2005, p. 20) caracterizam a pesquisa como “variadas ações com o propósito de solução de um problema, com base em procedimentos racionais e sistemáticos. A pesquisa é feita quando se encontra algum problema e para solucioná-lo precisa-se de informações para tanto”.

Para fins deste trabalho, pode-se classificar esta pesquisa como descritiva, pois este aborda de uma forma consistente o tema, fundamentando a aplicação da teoria para planejar a abertura de um escritório de contabilidade.

Este trabalho utiliza uma abordagem qualitativa. Segundo Silva e Menezes (2005, p. 20) uma abordagem qualitativa considera que:

Há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. É descritiva. Os pesquisadores tendem a analisar seus dados indutivamente. O processo e o seu significado são os focos principais de abordagem.

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa descritiva, pois envolve levantamento bibliográfico, através de consultas em livros e monografias e também entrevista com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado, através de uma pesquisa com um contador dono de um escritório contábil.

#### **1.4.2 Levantamento de dados**

O presente trabalho, além do método de levantamento, utilizou-se também de uma entrevista estruturada. Para Yin (2010), a entrevista estruturada é rígida e não há espaços para alterações na condução da pesquisa. O entrevistado é um contador, dono de escritório de contabilidade atuante seis anos e meio na cidade de Florianópolis, no qual procurou-se descrever na prática como foi sua experiência com o início do seu negócio. Segundo Yin (2010), a entrevista possui dois pontos fortes: direcionamento e percepção. No caso, a percepção do contador foi essencial para a condução da presente pesquisa. As perguntas da entrevista encontram-se no Apêndice A.

Além da entrevista obtida, o trabalho será baseado no conhecimento adquirido pela autora na vida acadêmica e profissional para o desenvolvimento deste trabalho que será um planejamento de negócios para um escritório de contabilidade na cidade Florianópolis/SC.

#### **1.4.3 Etapas da pesquisa**

As etapas da pesquisa foram descritas na Figura 1.

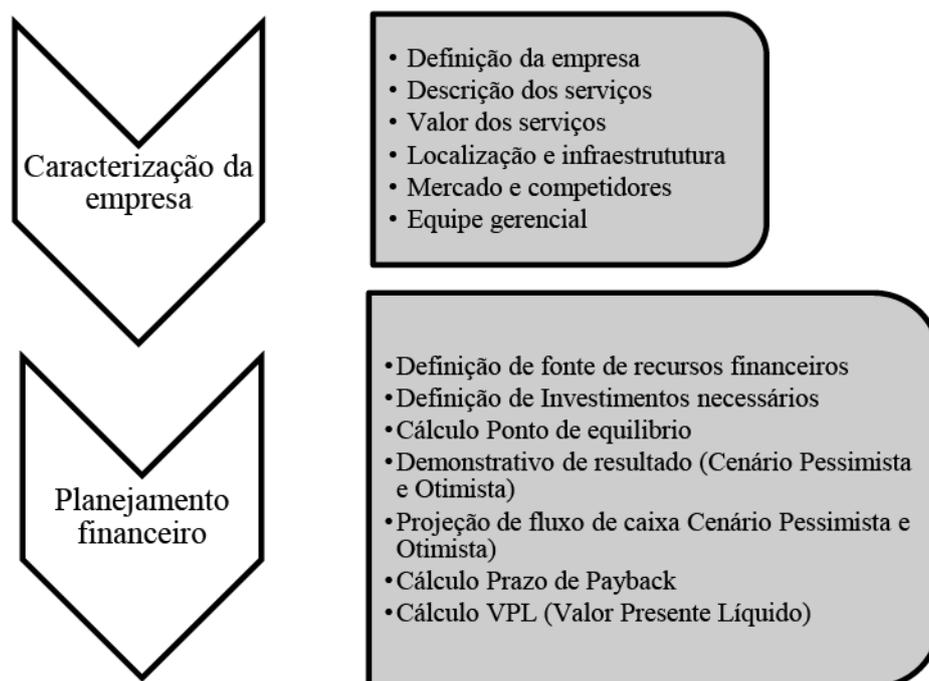


Figura 1: Etapas da pesquisa  
 Fonte: Elaborado pela autora

As etapas da pesquisa foram divididas em duas. A primeira etapa foi a de caracterização geral da empresa, onde se pode definir como será a empresa, quais serviços serão prestados e seus valores, localização e infraestrutura, caracterização do mercado e competidores e formação da equipe gerencial. A segunda etapa da pesquisa foi do planejamento financeiro, onde se pode definir as fontes de recursos financeiros, quais investimentos necessários, definir o ponto de equilíbrio do negócio, realizar projeções de demonstrativo de resultado e fluxo de caixa, estes dois nos cenários pessimista e otimista, cálculo de *payback* e VPL.

### 1.5 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

Este estudo delimita-se a descrever uma proposta de abertura de um escritório de contabilidade que prestará serviços nas áreas fiscal, contábil, pessoal, aberturas e fechamento de empresas, e também de consultoria na área contábil. Este escritório irá atuar na cidade de Florianópolis/SC e pretende iniciar suas atividades no ano de 2017.

### 1.6 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

No primeiro capítulo apresenta-se a introdução como explicação da importância da realização de um plano de negócios antes de colocar em prática a abertura de uma

empresa. Assim, contextualizou-se o Tema e Problema, os Objetivos, a Justificativa, a Metodologia e a própria organização da pesquisa.

O segundo capítulo irá trazer uma revisão da fundamentação teórica que mostra os conceitos de empreendedor, planejamento, plano de negócios, análise da viabilidade financeira e indicadores de viabilidade.

O terceiro capítulo irá trazer a coleta e análise dos dados, com a caracterização da empresa e uma projeção para o empreendimento de cenários otimista e pessimista e assim analisar a viabilidade do negócio. Neste mesmo capítulo será descrito um caso real de um contador atuante no mercado há seis anos e meio com uma empresa contábil na cidade de Florianópolis/SC.

E no último capítulo, serão apresentadas as conclusões finais, e recomendações para pesquisas futuras.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo trata do embasamento teórico do trabalho e conceitos de diversos autores sobre: empreendedor, planejamento, plano de negócios e sua estrutura, análise da viabilidade do negócio, ponto de equilíbrio, *payback* e VPL (Valor Presente Líquido). Cada um destes tópicos trarão conhecimentos para o entendimento do trabalho.

### 2.1 EMPREENDEDOR

Longenecker Moore e Petty (1997) definem o empreendedor como aquele que inicia e/ou opera um negócio. Para o autor, os empreendedores são os heróis da vida moderna empresarial, pois criam novos empregos, inovam e estimulam o crescimento econômico.

Dornelas (2008) define o empreendedor como aquele que cria um negócio para gerar dinheiro por meio de uma oportunidade e assume os riscos necessários. O empreendedor apresenta os seguintes aspectos: ter iniciativa para criar o negócio e paixão pelo que faz; utilizar os recursos disponíveis de forma criativa; e aceitar os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

No que diz respeito à definição de empreendedor, percebe-se que os autores têm uma semelhança em suas definições, a princípio é aquele que cria um novo negócio e assume os riscos do empreendimento.

Segundo Dornelas (2008), o empreendedorismo no Brasil iniciou-se por volta da década de 1990 a partir da criação do SEBRAE. Antes disto não era abordado o assunto empreendedorismo para pequenas empresas, o que dificultava o acesso às informações pelos empresários sobre iniciar e dirigir sua empresa. O SEBRAE é uma entidade que é conhecida por prestar consultorias às pequenas empresas.

O ato de empreender traz muitos benefícios para um país, além de gerar riquezas, tem o papel de criar novos empregos. Quanto mais empresas em um país, mais próspero o país será. Dornelas (2008, p. 9) afirma que o “empreendedorismo é o combustível para o crescimento econômico, criando emprego e prosperidade”.

O mundo empresarial cada vez mais pertence aos empreendedores, aqueles que identificam as melhores oportunidades e aproveitam elas da melhor forma. Os empreendedores cada vez mais precisam desenvolver estratégias e ter novas ideias para seus empreendimentos, para isso o planejamento é uma ferramenta essencial. Neste

meio empresarial não é mais viável abrir ou manter uma empresa sem planejar antes. (SALIM *et al.*, 2005).

## 2.2 PLANEJAMENTO

Como comentado anteriormente, antes de se iniciar um empreendimento, é importante planejá-lo, a fim de diminuir possíveis riscos de que o negócio não dê certo. Além do mais, é preciso definir as estratégias, analisar o mercado, analisar cenários, tudo a fim de prever possíveis situações e estar preparado para enfrentá-las.

O planejamento, segundo Salim *et al.* (2005, p. 16):

Consiste na concepção e análise de cenários futuros para um empreendimento (pode ser uma empresa, ou uma nova unidade da empresa), seguido do estabelecimento de caminhos e objetivos (para um mercado, um território), culminando com a definição das ações que possibilitem alcançar tais objetivos e metas para o empreendimento.

Segundo Rosa e Marion (2004, p.75), planejar é “Definir formalmente um curso de ação com o qual se compromete. É conceber uma estratégia, isto é, analisar a situação, tomar decisões”.

Para Chiavenato (2008, p. 131) planejar significa “Estudar a ação que será realizada ou colocada em prática e quais os objetivos que se pretende alcançar. Visa proporcionar condições e dirigida com base em certas hipóteses a respeito da realidade atual e futura.”.

Rosa e Futida (2005, p. 19) explicam que:

Planejar é prever acontecimentos que possam afetar os resultados do trabalho e tomar medidas que possam garantir os melhores resultados. Tem a ver com análise da situação, identificação de demandas futuras, definição de objetivos, estratégias e programas.

Várias empresas dão e já deram certo sem se planejar, porém, esta é uma opção limitante e arriscada. Muitas vezes os empreendedores colocam todas suas economias em uma empresa que está abrindo, ou muitas pessoas dependem de um negócio para sustentar sua família. Por isso é importante analisar cuidadosamente as possibilidades e planejar suas ações e não acreditar apenas em intuições ou realizar ações compulsivas. (SALIM *et al.*, 2005)

É possível ver certa similaridade entre todos os conceitos dos autores citados anteriormente. O planejamento é fundamental para se estabelecer um objetivo e prever possíveis obstáculos pelo caminho, definir como lidar com eles para atingir o objetivo

final. A criação de uma empresa sem planejamento é muito arriscado nos dias de hoje. Com um mercado tão competitivo. Segundo Salim *et al.* (2005), a empresa precisa saber para onde vai e como vai chegar. A seguir, serão apresentados os conceitos de plano de negócios, uma das principais ferramentas utilizadas para se realizar um planejamento.

### 2.3 PLANO DE NEGÓCIOS

O plano de negócios é um documento que descreve a ideia de um empreendimento ao projetar aspectos mercadológicos, operacionais e financeiros. O primeiro passo para a criação de um novo negócio é preparar um plano de negócios. Nele o empreendedor permite analisar a proposta e evitar uma possível trajetória decadente. (LONGENECKER, MOORE e PETTY, 1997).

O SEBRAE (2013, p. 13) define o plano de negócio como:

Documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos deve ser dado para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

Segundo Salim *et al.* (2005, p. 3), “o plano de negócios é um documento que contém a caracterização do negócio, sua forma de operar, suas estratégias, seu plano para conquistar o mercado e as projeções de despesas, receitas e resultados futuros.”

Para Chiavenato (2008, p. 132), “o plano de negócios descreve a ideia de um novo empreendimento e projeta os aspectos mercadológicos, operacionais e financeiros dos negócios propostos”.

De acordo com o SEBRAE (2013, p. 9):

O plano de negócios é instrumento ideal para traçar um retrato fiel do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor, o que propicia segurança para quem quer iniciar uma empresa com maiores condições de êxito ou mesmo ampliar ou promover inovações em seu negócio.

Na visão de Dornelas (2008), não existe um estrutura de plano de negócios rígido, pois cada negócio tem suas particularidades, sendo impossível se definir um plano padrão para cada empresa, porém cada plano de negócio deve possuir no mínimo algumas seções para tornar-se um plano compreensível. As seções devem trazer entendimentos de como será a empresa, seus objetivos, produtos e serviços, seu mercado, sua estratégia, marketing e situação financeira.

Dornelas (2008) sugere que o plano de negócios, para uma pequena empresa prestadora de serviços, traga os seguintes tópicos:

<b>1.Capa</b>
<b>2. Sumário</b>
<b>3. Sumário executivo</b>
<b>4. O negócio</b>
4.1 Descrição da empresa
4.2 Descrição dos serviços
4.3 Mercado
4.4 Localização
4.5 Competidores
4.6 Equipe gerencial
4.7 Estrutura funcional
<b>5.Dados financeiros</b>
5.1 Fonte de recursos financeiros
5.2 Investimentos necessários
5.3 Balanço patrimonial (projetado para três anos)
5.4 Análise do ponto de equilíbrio
5.5 Demonstrativo de Resultado (projetado para três anos)
5.6 Projeção de Fluxo de Caixa (projetado para três anos)
5.7Análise de rentabilidade
<b>6. Anexos</b>

A seguir serão apresentados os principais tópicos utilizados na estrutura abordada por Dornelas (2008).

### **2.3.1 Sumário Executivo**

O sumário executivo é a principal seção do plano de negócios, que contém uma síntese das principais informações do plano, deve explicitar qual o objetivo do plano de negócios em relação ao leitor, devendo ser a última seção a ser escrita, pois depende dos resultados das outras seções (DORNELAS, 2008).

Para Salim *et al.* (2005 p.41), o sumário executivo deve trazer todas as informações do plano de uma forma abreviada, como um extrato, deve ser entusiasmante, fazer com que quem leia o sumário tenha motivação para ler o resto. Deve trazer as principais informações do negócio, qual produto ou serviço vende, qual o investimento necessário e em quanto tempo irá recuperá-lo, tudo isso de uma forma clara, objetiva e sucinta.

O SEBRAE (2013) define que o sumário executivo deve conter os principais pontos do plano de negócios, que são: resumo dos principais pontos, dados dos empreendedores, dados do empreendimento, missão da empresa, setores de atividades, forma jurídica, enquadramento tributário, capital social e fonte de recursos.

Já de uma forma mais detalhada, Chiavenato (2008, p. 136) descreve que o sumário executivo deve conter:

- Texto de um paragrafo sobre a natureza do negócio e os aspectos mais importantes do empreendimento; inclui missão e visão do negócio;

- Texto de um parágrafo sobre as necessidades que a empresa vai atender no mercado; inclui o papel do empreendimento em relação à responsabilidade social;
- Resumo das características do mercado em que a empresa vai operar mostra como o mercado está se comportando em relação ao produto/serviço a ser oferecido;
- Breve relatório sobre os sócios do empreendimento;
- Breve relatório sobre os recursos financeiros necessários.

Em geral, espera-se do sumário executivo uma síntese do plano de negócios, trazendo um breve relato dos próximos tópicos do plano: estratégia do negócio e plano financeiro.

### 2.3.2 Planejamento Estratégico do Negócio

Para Chiavenato (2008, p. 137), o plano estratégico deve trazer: “Definição da missão e da visão da empresa; definição do negócio; estabelecimento dos objetivos específicos da empresa; definição da estratégia da empresa; declaração de premissas do planejamento e estabelecimento dos objetivos estratégicos de longo prazo”.

Na análise estratégica são definidos quais serão os rumos da empresa, sua visão e missão, sua situação atual, as potencialidade e ameaças externas, suas forças e fraquezas, seus objetivos e metas de negócio (DORNELAS, 2008 p. 87).

Para Salim *et al.* (2005 p.86) a estratégia do negócio:

O resultado da análise conjunta de diversas informações, obtidas sobre o mercado, os serviços e os produtos oferecidos, as necessidades e preferências dos clientes. A partir disto é necessário identificar e avaliar as oportunidades e ameaças do ambiente de negócios. Em seguida estudar pontos fortes e fracos da nossa empresa, vistos em relação aos concorrentes e, também sob o ponto de vista dos problemas e dificuldades internas que impedem ou atrapalham a empresa de atingir seus objetivos e metas.

Rosa e Marion (2004, p.13-14) explicam que:

Estratégia é um conjunto racional e ordenado de decisões que tomamos para atingir objetivos em situação de incerteza. No mundo empresarial há incerteza, trazida pela concorrência, pela mudança tecnológica, pela ação do mercado etc. Ora, para atingir os objetivos almejados dentro desse ambiente, a organização tem de tomar um conjunto de decisões que lhe permita livra-se o melhor possível das ameaças e aproveitar o máximo as oportunidades.

Após definir planejamento estratégico do negócio, caracterizando a empresa, serviços, clientes, concorrentes, pontos fortes e fracos da empresa, objetivos, o próximo passo será o planejamento financeiro.

### 2.3.3 Planejamento Financeiro

Para Dornelas (2008), o planejamento financeiro pode ser considerado a parte mais difícil do plano de negócios, pois este deve refletir em números tudo o que foi planejado anteriormente, inclusive investimentos, gastos com marketing, despesas com vendas, gastos com pessoal, custos fixos e variáveis, projeção de vendas, análise de rentabilidade do negócio, etc.

As principais demonstrações que devem ser apresentadas em um plano financeiro são: Balanço patrimonial, demonstrativo de resultado e fluxo de caixa, todos eles com uma projeção mínima de três anos. Por meio destas demonstrações pode-se analisar a viabilidade financeira do empreendimento e o retorno financeiro (DORNELAS, 2008).

Para Salim *et al.* (2008), existem questões que devem ser respondidas no plano financeiro tais como: A empresa será lucrativa? Quanto tempo precisa para a empresa começar a lucrar? De quanto será o investimento até a empresa começar a lucrar? Para responder estas questões utiliza-se uma análise da viabilidade do negócio.

## 2.4 ANÁLISE DA VIABILIDADE DO NEGÓCIO

Ao iniciar um novo negócio, é necessário analisar a viabilidade da empresa para ver se um negócio tem chance de se tornar um empreendimento rentável e viável. Definir quais são suas características, analisar concorrentes e cenários positivos e negativos.

Para Chiavenato (2008), o sucesso do negócio depende das decisões que o empresário irá tomar antes de iniciar o seu empreendimento, é importante criar um projeto para orientá-lo em decisões, como: identificar e potencializar oportunidades de mercado, reconhecer e neutralizar ameaças de mercado, descobrir como criar valor para o cliente e gerar riqueza para a empresa.

Segundo Woiler e Mathias (1996, p. 30), “o estudo de viabilidade é de vital importância para a decisão de investir. Isto ocorre não só ao se analisar e selecionar as oportunidades que sejam mais convincentes, como também ao se evitarem investimentos antieconômicos ou mal dimensionados”.

## 2.5 PONTO DE EQUILÍBRIO CONTÁBIL

O ponto de equilíbrio corresponde ao número de unidades que precisam ser vendidas para que os custos e despesas se igualem a receita, ou seja, lucro igual a zero. Para uma empresa de contabilidade, seria quantos clientes precisa ter para cobrir todas as despesas do escritório.

Segundo o SEBRAE (2014), o ponto de equilíbrio é um indicador de segurança do negócio, indica em qual momento as despesas se igualam as receitas, com isso elimina-se o risco de prejuízo em sua operação. Indica quanto é preciso vender para o resultado se igualar a zero. Abaixo a fórmula do cálculo do ponto de equilíbrio.

$$\text{Ponto de equilíbrio} = (\text{Custo} + \text{Despesas fixas}) / (\text{Preço de venda} - \text{Custos Variável})$$

Chiavenato (2008) descreve que, a partir do ponto de equilíbrio a empresa pode definir quanto precisa produzir para ultrapassar os custos fixos e variáveis. Até o ponto de equilíbrio a empresa está deficitária, quando ultrapassar o ponto de equilíbrio a empresa passa a ser superavitária. É importante que as receitas superem as despesas, para que o investimento seja remunerado.

## 2.6 TÉCNICAS DE ANÁLISE DE INVESTIMENTOS

Segundo Dornelas (2008), dois dos índices mais importantes para o plano de negócios são o prazo de *payback* e VPL (Valor presente líquido), pois são os índices principais que os investidores observam.

### 2.6.1 Prazo de *payback* simples

O prazo de *payback* é o período de recuperação de um investimento que consiste na identificação do prazo que o montante de capital investido seja recuperado pelo meio dos fluxos de caixa gerados (KASSAI *et al.*, 2000).

“O *payback*, ou prazo de recuperação do capital, é encontrado somando-se os valores dos fluxos de caixas negativos com os valores dos fluxos de caixa positivo, até o momento em que essa soma resulta em zero”. (KASSAI *et al.*, 2000 p. 85). Segundo o mesmo autor, “um projeto com *payback* menor que o outro indica que o mesmo tem grau menor de risco”.

“A técnica de *payback* mede o tempo necessário para a recuperação do capital inicialmente investido. Um projeto de investimento é mais atraente quanto menor for o

tempo para recuperar o investimento inicial, ou seja, quanto menor for prazo de *payback*” (DORNELAS, 2008 p. 159).

Esta técnica apresenta algumas fraquezas, que são não levar em consideração: a correção do dinheiro e os fluxos de caixa recebidos após o prazo de *payback*, para uma melhor análise do investimento, pode ser utilizado o cálculo do VPL (DORNELAS *apud* LONGENECKER *et al.*, 2008).

## 2.6.2 VPL (Valor Presente Líquido)

Para Penedo (2005), o VPL é o que apresenta menores restrições de uso e maiores vantagens relativas em sua avaliação. Pode ser aplicado em qualquer fluxo de caixa, onde não importa-se a sua forma, a sua periodicidade, ou o número de variações de sinais verificadas nestes mesmos fluxos.

Penedo (2005, p. 42) explica que:

O VPL é o valor monetário, no tempo presente, de um fluxo futuro líquido de caixa. É encontrado pela somatória de parcelas do fluxo líquido futuro, trazida a tempo presente, calculadas pelo processo de desconto composto a partir de uma taxa de desconto pré-determinada.

Segundo Kassai *et al.* (2000, p. 61), o VPL reflete a riqueza em valores monetários do investimento, medida pela diferença entre o valor presente das entradas de caixa e o valor presente das saídas de caixa, a uma determinada taxa de desconto.

Pode ser obtido pela fórmula da Figura 2, onde FC = Fluxo de caixa esperado e  $i$  = Taxa de atratividade (desconto).

$$\text{VPL} = \frac{\text{FC0}}{(1+i)^0} + \frac{\text{FC1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FC2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FC3}}{(1+i)^3} + \dots + \frac{\text{FCn}}{(1+i)^n}$$

Figura 2: Fórmula do VPL  
Fonte: Kassai (2000, p. 62)

As possibilidades numéricas do VPL podem ser três:  $\text{VPL} > 0$ ;  $\text{VPL} < 0$ , ou  $\text{VPL} = 0$ , e são referenciados no tempo presente, para o início do projeto. Quando o valor do VPL for maior que zero ( $\text{VPL} > 0$ ) o projeto é definido como viável, pois o nível de retorno é maior que o mínimo pré-determinado pela taxa mínima de atratividade. Quando o VPL for igual a zero ( $\text{VPL} = 0$ ) também será considerado como viável, pois o projeto analisado paga os investimentos realizados. Já quando o VPL for menor que

zero ( $VPL < 0$ ), o projeto será definido como inviável, pois o retorno é menor que o mínimo desejado, nestes casos a decisão é a de rejeitar o projeto (PENEDO, 2005).

## 2.7 A EMPRESA

De acordo com Chiavenato *apud* Santos, (2008 p.41) a empresa é “uma unidade básica do sistema econômico, cuja principal função é produzir bens e serviços”. Para Chiavenato (2008) as pessoas estão praticamente o tempo todo ligados às empresas. Todas as necessidades podem ser satisfeitas por intermédio de uma empresa. Ela está presente quando se compra, se paga, se viaja, até quando se trabalha.

Chiavenato (2008) define que os objetivos das empresas podem ser desdobrados em diretos ou indiretos. Os objetivos diretos são, a produção ou venda de mercadorias ou prestação de serviços e para funcionar, requer recursos (humanos, materiais e financeiros). Já os objetivos indiretos é almejar ganhar mais do que gasta, ou seja, ter lucro. Além deste objetivo indireto citado, pode-se também entender como objetivo indireto o atendimento das necessidades da comunidade em que está localizada e finalidades sociais, como criação de emprego, pagamento de impostos, qualidade de vida das pessoas, responsabilidade social, entre outros (CHIAVENATO, 2008).

Segundo Chiavenato (2008), as empresas existem para produzir algo e prestar algum serviço para a sociedade e existem vários tipos de empresas. De acordo com seu ramo de atividade podem ser: Comércio atacadista/ construção/ comércio varejista/ serviços/ finanças, seguros e imobiliários/ mineração/ transporte e utilidades públicas/ manufatura. Para o autor, os bens podem ser destinados ao consumo ou à produção de outros bens ou serviços.

### 2.7.1 Classificação da empresa pelo porte

As empresas podem também serem classificadas por seu porte, divididas em pequena, média ou grande empresa. Para classificá-las leva-se em consideração o número de empregados, o volume de vendas, valor dos ativos, etc.

O SEBRAE (2016) define dois critérios para definição do porte da empresa, quanto ao faturamento bruto anual (Lei nº 139/2001) ou quanto ao número de funcionários, este último critério sem base legal. No Quadro 1 é demonstrado a classificação do porte da empresa segundo SEBRAE.

**Quadro 1: Porte da empresa por faturamento definido pelo SEBRAE**

Porte da empresa	Faturamento Bruto Anual
Microempreendedor Individual	até 60.000,00
Microempresa	acima de R\$ 60.000,00 até R\$ 360.000,00
Empresa de Pequeno Porte	acima de R\$ 360.000,00 até 3.600.000,00

Fonte: SEBRAE (2016)

No Quadro 2, apresenta-se a classificação para porte da empresa por número de funcionários segundo classificação do SEBRAE (2016).

**Quadro 2: Porte da empresa por quantidade de funcionários**

Porte da empresa	Setores	
	Indústria	Comércio e Serviços
Microempresa	até 19 pessoas ocupadas	até 9 pessoas ocupadas
Pequena Empresa	de 20 a 99 pessoas ocupadas	de 10 a 49 pessoas ocupadas
Média Empresa	de 100 a 499 pessoas ocupadas	de 50 a 99 pessoas ocupadas
Grande Empresa	500 pessoas ocupadas ou mais	100 pessoas ocupadas ou mais

Fonte: SEBRAE (2016)

No Quadro 3 evidencia-se a classificação do porte da empresa em relação ao faturamento bruto anual, segundo a ANVISA (2016).

**Quadro 3: Porte da empresa por faturamento definido pela ANVISA**

Classificação da Empresa	Faturamento Bruto Anual
Grupo I - Empresa de Grande Porte	Superior a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais).
Grupo II – Empresa de Grande Porte	Igual ou inferior a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais) e superior a R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais)
Grupo III – Empresa de Médio Porte	Igual ou inferior a R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais) e superior a R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais).
Grupo IV – Empresa de Médio Porte	Igual ou inferior a R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais).
Empresa de Pequeno Porte (EPP)	Igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) e superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais).
Microempresa	Igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais).

Fonte: ANVISA (2016)

A ANVISA utiliza como base para a definição do porte da empresa, a Medida Provisória nº 2.190-34/2011 para definir a classificação dos Grupos I, II e III e a Lei Complementar nº139/2011 para definir as Empresas de Pequeno Porte (EPP) e Microempresa. No Brasil, as EPP's e Microempresas representam 91,8% das empresas ativas, ou seja, quase a sua maioria (CNC, 2016).

A partir da revisão de empresa, pode-se inferir que as empresas existem para produzir algo para as pessoas, seja para resultar em um produto ou prestar algum serviço.

O número de empresas cada vez cresce mais, todo dia novas empresas são constituídas no Brasil, onde torna-se maior a demanda do serviço contábil, para isso o serviço contábil precisou evoluir. O trabalho do escritório passa a ser feito por funcionários contratados e o contador precisa se tornar um empresário, onde deve-se dividir seu tempo entre fiscalização e supervisão dos serviços realizados por seus colaboradores e a de administração do próprio negócio (THOMÉ, 2001).

### 2.7.2 EMPRESAS DE SERVIÇOS CONTÁBEIS

Segundo Kotler (2000, p.448), “serviço é qualquer ato ou desempenho essencialmente intangível, que uma parte pode oferecer a outra, o que não resulta na propriedade de nada”.

Chiavenato (2008) afirma que:

Os serviços são atividades, benefícios ou satisfações que são oferecidas para venda ou em conexão com vendas de determinados bens. É a área de negócios que tem apresentado maior crescimento. Os negócios envolvendo serviços não requerem grande investimento em equipamentos e estoques, como na manufatura, no atacado e no varejo. Também podem ser desenvolvidos em casa, na garagem ou na sala que sirva de local para o negocio.

Rosa e Futida *apud* Franco (2005 p. 77) consideram contabilidade a ciência que estuda e controla o patrimônio das empresas, mediante registro, a demonstração expositiva e a demonstração de fatos ocorridos, com o fim de oferecer informações sobre sua composição e suas variações, como sobre o resultado econômico decorrente da gestão da riqueza patrimonial.

A contabilidade é uma ferramenta que pode ser utilizada por diversos usuários, tanto pelos sócios, como investidores, banqueiros, governo, administradores, etc. Da contabilidade pode-se gerar relatórios para analisar a situação financeira de uma empresa, por exemplo.

Para Iudícibus (1995, p.21), “O objetivo básico da contabilidade, pode ser resumido no fornecimento de informações econômicas para vários usuários, de forma que propiciem decisões racionais”.

Em geral, as empresas de contabilidade prestam serviços para pessoas jurídicas e pessoas físicas que atuam em todos os ramos da atividade econômica, desde as empresas industriais, de serviços ou comércios até empregados domésticos utilizam-se dos serviços prestados pelos escritórios contábeis (THOMÉ, 2000).

Em se tratando de um planejamento de um escritório de contabilidade, é necessário criar um plano sólido para definir todos os pontos do negócio, definir quais

serviços irá prestar, que tipo de cliente irá atender, entre outros pontos. Para Rosa e Futida (2005 p. 43), “além do planejamento estratégico, é fundamental a empresa contábil incorporar definitivamente processos de planejamento gerencial e operacional, para manter um crescente ritmo de melhora na sua eficiência”.

Para uma empresa contábil é importante que seus serviços contábeis sejam de boa qualidade. Para Thomé (2001), a qualidade do serviço contábil se deve ao fato de o contador ter amor pela profissão, o fato de fazer o que gosta é primordial para executar um serviço com qualidade. Para o mesmo autor, outros principais fatores para a melhora do prestação do serviço contábil são: Estrutura, atendimento e produtos e relatórios.

A estrutura do ambiente deve ter condições favoráveis, quanto melhor o ambiente de trabalho, com todos os equipamentos necessários para execução dos serviços, estando sempre limpo, organizado, melhor será o serviço contábil.

Thomé (2001, p. 83) adverte que “Se o ambiente for amistoso, a qualidade sobre; se o ambiente for hostil, a qualidade baixa”. Para o mesmo autor o atendimento é outro fator para melhora do serviço contábil, este deve primar pela rapidez e eficiência.

O último fator de qualidade definido por Thomé (2001) é de “produtos e relatórios”, pois é todo o resultado final do serviço executado, é o material palpável que o cliente tem acesso, para estes não deve haver erros. Para o cliente, o trabalho é tão bom quanto aquilo que ele pode ter em mãos.

## **2.8 ESTUDOS SIMILARES**

Ao iniciar este estudo, foram realizadas pesquisas em documentos similares, onde se pode ter por base alguns outros trabalhos com o mesmo enfoque utilizado neste estudo. No Quadro 4 estão relacionados os trabalhos pesquisados, conforme objetivos geral e específicos e resultados atingidos.

Quadro 4: Estudos similares

Autor	Objetivo geral	Objetivos específicos	Resultados
Machado (2010)	Desenvolver uma abordagem para analisar a viabilidade de abertura de um escritório de Contabilidade em Florianópolis/SC	a) Identificar as análises que podem ser empregadas para um estudo de viabilidade de abertura de um negócio pode-se constatar que é viável a abertura de um escritório de contabilidade. b) Caracterizar a empresa e seu negócio, os serviços prestados e estrutura c) Examinar a viabilidade comercial, coletando informações de mercado, concorrentes e clientes em potencial d) Verificar a viabilidade econômica, estimando receitas e gastos, margem de contribuição e ponto de equilíbrio e) Observar a viabilidade financeira, analisando retorno do investimento	Com as análises e elaboração de cenários, conclui-se que há viabilidade na abertura do negócio
Marconi (2011)	Analisar a viabilidade da abertura de um escritório de contabilidade em	a) Caracterizar a empresa, os serviços prestados e a sua estrutura; b) Detalhar a equipe técnica e sua respectiva área de atuação; c) Diagnosticar os concorrentes diretos e indiretos; d) Identificar os clientes em potencial; e) Calcular qual será o investimento inicial, assim como os gastos fixos e variáveis de um escritório de contabilidade; f) Realizar o planejamento financeiro em um cenário positivo e negativo.	Constatou-se viável a abertura do escritório contábil em Florianópolis/SC
Duarte (2013)	Desenvolver um plano de negócios que proporcione subsídios para decisão de implantação de um escritório de contabilidade	a) Revisar a bibliográfica referente à Contabilidade Gerencial, Plano de Negócio e Viabilidade Econômica; b) Caracterizar o negócio a ser implantado c) Calcular os gastos para implantação do negócio; d) Propor um plano de negócios que apresente as estratégias para sua implantação e as necessidades econômicas e financeiras; e) Analisar a viabilidade econômica e financeira da implantação da empresa.	Constatou-se que é viável a abertura de um escritório de contabilidade.

Fonte: Elaborado pela autora

A partir da revisão da literatura feita para produzir a fundamentação teórica, no capítulo seguinte será desenvolvido o trabalho com o intuito de chegar à resposta do problema e atingir os objetos gerais e específicos definidos anteriormente.

### **3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS**

A partir deste capítulo apresenta-se uma proposta para a abertura de um escritório de contabilidade que terá por atividades principais: serviços fiscal, contábil e pessoal, além de consultoria gerencial. O plano de negócios será estruturado a partir da abordagem teórica de Dornelas (2008) e também utilizando dados retirados de uma entrevista realizada com um contador, dono de um escritório contábil já existente no bairro Trindade, em Florianópolis/SC, a fim de dar embasamento para estruturar o negócio.

#### **3.1 SUMÁRIO EXECUTIVO**

Ao longo deste trabalho se encontra uma proposta de abertura de um escritório de contabilidade na cidade de Florianópolis/SC, especificadamente no bairro Trindade, próximo à Universidade Federal de Santa Catarina. A empresa pretende prestar serviços contábeis às micro e pequenas empresas situadas na cidade de Florianópolis/SC. O escritório será formado pela união de dois sócios, que tem o objetivo de constituir uma empresa contábil e prestar serviços com qualidade. O empreendimento terá investimento inicial de R\$25.000,00, espera ter retorno do investimento de no máximo dois anos.

#### **3.2 CONFIGURAÇÃO DA EMPRESA**

Para Dornelas (2008), esta é a seção do plano de negócios em que se apresenta um breve resumo da organização. Devem-se enfatizar as características do negócio, descrever o porquê da sua criação, qual seu propósito, natureza dos serviços, como se desenvolverá, qual modelo e diferenciais.

##### **3.2.1 Descrição da empresa**

A empresa de contabilidade terá como razão social “C2 Contabilidade Ltda–ME” e nome fantasia de “C2 Contabilidade”. Terá previsão de abertura para início do ano de 2017, atenderá pessoas jurídicas e físicas e irá oferecer serviços pertinentes a um escritório contábil. A empresa atuará com serviços da gestão fiscal, contábil e pessoal, além de serviços de consultoria contábil-gerencial. Tem por intuito trazer facilidade aos clientes, para auxiliá-los nas dificuldades de gerenciar sua empresa no dia a dia.

Praticamente todas as empresas precisam de serviços contábeis e estão obrigadas a realizar declarações e recolhimento de impostos ao governo, o que torna o serviço contábil, fiscal e pessoal, serviços necessários para estas empresas. Como é relativamente caro para as pequenas empresas manterem um contador exclusivo, este serviço na sua grande maioria é terceirizado.

O escritório será instalado no Bairro da Trindade, pretende-se alugar um espaço físico de cerca de 20 a 30 m<sup>2</sup>, tamanho suficiente para organizar um escritório com mesas, armários para arquivo, computadores e impressora.

Na empresa pretende-se partir com uma carteira de clientes de pelo menos dez empresas, que serão adquiridas pelo trabalho dos sócios como contadores autônomos no segundo semestre de 2016.

O início do escritório contábil entrevistado ocorreu após uma conversa entre os dois sócios, em que decidiram constituir a sociedade, pois ambos tinham os mesmos objetivos, porém com receio de correr os riscos sozinhos. Para manter um escritório contábil há gastos mensais e riscos das responsabilidades, que em uma sociedade ambos são compartilhados. Outro fator de constituir a sociedade foi a de que um sócio tinha conhecimentos específicos em áreas em que o outro não tinha. A partir disto, o escritório foi constituído com um capital de R\$ 7.000,00 e com início de 15 clientes (Informação verbal)<sup>1</sup>.

A C2 Contabilidade, por se tratar também da parceria de dois contadores, pretenderá constituir uma sociedade com característica de limitada. Sobre o enquadramento tributário, a empresa será optante do Simples Nacional, estar enquadrada no Anexo III, onde irá tributar com uma alíquota inicial de 6% sobre o faturamento. Para uma faixa de faturamento dos últimos doze meses de até R\$ 360.000,00 (Trezentos e sessenta mil reais).

O escritório deseja investir em tecnologia para atingir a qualidade máxima de seus serviços prestados, onde diminuirá possibilidades de erros e melhorar a rapidez no retorno do serviço aos seus clientes. Além dos investimentos em tecnologia, o escritório pretende investir periodicamente em cursos para atualizações de seus funcionários, onde pretende estar sempre atualizado para buscar uma diferenciação no mercado. Para Thomé (2001), o contador precisa estar sempre atualizado, visto que a quantidade de

---

<sup>1</sup> Trecho retirado da entrevista com contador da presente pesquisa, em junho de 2016

tributos e legislações que o contador precisa conhecer para poder executar os serviços que o cliente necessita. Afinal, a legislação tributária está em constante mudança.

Apesar de a empresa acreditar em uma boa perspectiva de que o negócio dê certo, já está ciente de que ocorrerão dificuldades até o negócio se estabilizar. De acordo com o contador entrevistado, as maiores dificuldades no início de um escritório de contabilidade, é o faturamento baixo, onde se torna difícil pagar os custos mensais (Mensalidade de software e consultoria jurídica/tributária, aluguel, condomínio e tributos) e os próprios desafios profissionais, pois cada cliente tem uma necessidade diferente do outro, onde faz com que o contador precise ter conhecimento em todas as áreas (Informação verbal)<sup>2</sup>.

### **3.2.2 Descrição dos serviços**

O empreendimento focará em prestar serviços às empresas de médio e pequeno porte. Seus serviços oferecidos serão nas seguintes áreas:

- Fiscal - Planejamento tributário, escrituração de documentos fiscais, apuração de impostos, obrigações acessórias;
- Contábil - Escrituração, confecção de demonstrações contábeis e obrigações acessórias;
- Pessoal - Registro de admissões, demissões, cálculos trabalhistas e obrigações acessórias;
- Outros - Constituição e dissolução de empresas, alterações contratuais, registro nos órgãos competentes (Receita, estado e prefeitura), auxílio na emissão de alvarás, registro de livros, solicitações de emissão de certidões negativas, Além dos serviços de escritório de contabilidade tradicional pretende prestar consultoria ao que é diretamente ligado à contabilidade.

Segundo o contador entrevistado, os serviços prestados pelo seu escritório foram definidos conforme necessidade dos clientes, tanto os serviços para atender ao fisco, quanto para os serviços de consultoria contábil. Os principais serviços prestados por eles são: Para-fiscal (Abertura de empresas, alterações contratuais, baixas..); Gestão de Pessoal (Folha de pagamento, contratos de trabalho, rescisões, ..); Gestão Contábil (Fechamento de balanços, balancetes, demais demonstrações obrigatórias, relatórios gerencias de clientes e fornecedores para controle, ...); Gestão Fiscal (Imposto de Renda

---

<sup>2</sup> Trecho retirado da entrevista com contador da presente pesquisa, em junho de 2016

de Pessoa Jurídica, diversas obrigações acessórias para com o fisco, planejamento tributário, ...) e assessoria e consultoria pertinentes as áreas de atuação (Informação verbal)<sup>3</sup>.

### 3.2.3 Valor dos serviços

O código de ética profissional da contabilidade criado pelo CFC (Conselho Federal de Contabilidade) através da Resolução nº 803/96 de 10 de outubro de 1996, que tem a função de regularizar o exercício do profissional contábil, em sua alteração pela Resolução CFC nº 1.307/10 de 09 de dezembro de 2010, define em seu Art. 8º que: “É vetado ao profissional da contabilidade oferecer ou disputar serviços profissionais mediante aviltamento de honorários ou em concorrência desleal”, ou seja, aviltamento de honorários seria oferecer serviços abaixo dos valores praticados pelos demais profissionais contábeis, onde forma-se uma disputa de valores, prejudicando a classe e concorrência desleal seria fazer ofertas com características de marketing do tipo “O primeiro honorário é de graça”.

Na Tabela 1, encontram-se dados divulgados pelo SESCON (2016), que definem orientações dos honorários que devem ser cobrados pelos contadores na região da grande Florianópolis. Tais honorários levam em conta o regime tributário, tipo de atividade, número de funcionários e quantidade de documentos fiscais e contábeis. As tabelas completas de todas as orientações de honorários estão no final deste trabalho no Anexo A. A Tabela 1 foi elaborada considerando o número de documentos fiscais e contábil serão de até 100 e a média por cada regime tributário.

**Tabela 1: Honorários Contábeis (Valores Mensais propostos pelo SESCON)**

Descrição	Sem funcionários	Até 5 funcionários	6 a 15 funcionários	16 a 30 funcionários
Simple Nacional	R\$ 508,00	R\$ 705,00	R\$1.053,00	R\$ 1.639,00
Lucro Presumido	R\$ 685,00	R\$ 918,00	R\$ 1.378,00	R\$ 1.950,00
Lucro Real	R\$ 928,00	R\$ 1.075,00	R\$ 1.472,00	R\$ 2.015,00

Fonte: Adaptado SESCON (2016)

Neste estudo será utilizado para cálculos de projeções o valor médio das empresas do simples nacional sem funcionários. Este valor foi definido por ser o valor mínimo a ser cobrado de um cliente, por ser o mais o básico tipo de empresa que pode-se ter de cliente. Então, o valor definido para cálculos de projeções será de R\$ 508,00.

<sup>3</sup> Trecho retirado da entrevista com contador da presente pesquisa, em junho de 2016

No escritório do contador entrevistado, os preços praticados são definidos conforme regime tributário (Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real), número de funcionários, área de atuação (serviço, indústria ou comércio), quantidade de Notas Fiscais e quantidade de lançamentos contábeis, variam os serviços de R\$ 500,00 a R\$1.800,00 (Informação verbal)<sup>4</sup>.

### **3.2.4 Localização e infraestrutura**

Para Thomé (2000), a localização da empresa contábil deve ser escolhida com atenção, mesmo sabe-se que as empresas contábeis não dependem da proximidade com o cliente, já que se podem ter clientes espalhados por todo município. O ponto do escritório contábil deve levar em consideração a facilidade de acesso dos colaboradores, clientes, facilidade de estacionar e principalmente a localização da maioria dos clientes.

O escritório de contabilidade deste estudo terá como localização o bairro Trindade, na cidade de Florianópolis/SC. É um bairro bastante tranquilo, por ser uma região residencial e comercial, com facilidade de estacionamento e facilidade para transporte público. Foi escolhido este local, por ser um bairro que está em constante crescimento, devido à proximidade com a universidade que é um local onde se encontram futuros empreendedores e potenciais clientes.

Devido o escritório estar localizado na cidade de Florianópolis, pretende-se focar apenas em clientes da mesma cidade, devido às particularidades de cada prefeitura em razões de registros, emissões de alvará, declarações, etc.

Na região pretendida para a instalação do escritório, é possível encontrar salas para aluguel com valor de R\$ 850,00 a R\$1.200,00. As salas possuem em média 30 m<sup>2</sup>, espaço suficiente para trabalharem duas a três pessoas.

No local, a princípio, serão instaladas três mesas com cadeiras para a equipe de trabalho, mais duas cadeiras para clientes, além disto, o ambiente será equipado com três computadores e dois armários para arquivo.

### **3.2.5 Mercado e Competidores**

Segundo Dornelas (2008 p. 130), “a análise de mercado é considerada uma das mais importantes seções do plano de negócios, pois toda a estratégia do negócio depende de como a empresa abordará seu mercado consumidor, onde procura se

---

<sup>4</sup> Trecho retirado da entrevista com contador da presente pesquisa, em junho de 2016

diferenciar da concorrência, para agregar mais valor aos seus serviços, com o intuito de conquistar seus clientes continuamente”.

Para ganhar da concorrência, a C2 Contabilidade pretende apostar em diferenciais, além dos serviços nas áreas contábeis, fiscal e consultoria. Pretende também realizar a contabilidade condizente com a realidade da empresa, diferente de muitos escritórios contábeis que realizam a contabilidade apenas para atender uma obrigação do fisco. A C2 contabilidade acredita que o empresário de hoje em dia procura uma relação mais próxima com a contabilidade, onde se utiliza mais dos relatórios contábeis para analisar a saúde da sua empresa.

Além dos diferenciais, o escritório pretende sempre praticar um serviço contábil com qualidade, pois os clientes normalmente conhecem o escritório por indicações das empresas que já utilizam o serviço. Para o contador entrevistado, a captação de novos clientes para o escritório, normalmente vem de indicações de outros clientes, ou *network* dos próprios sócios (Informação verbal)<sup>5</sup>.

O escritório contábil da entrevista iniciou o negócio com 15 clientes e hoje se encontra com aproximadamente 100 clientes em sua carteira. Para os primeiros anos, com a recente entrada no mercado, a empresa tinha um cliente novo a cada dois meses em média, hoje seis anos e meio depois, há um novo cliente a cada mês (Informação verbal)<sup>6</sup>.

Para o contador entrevistado, o diferencial do seu escritório é crescer com os dois pés no chão, com o conhecimento adequado e necessário, com atenção na assessoria e consultoria para cada cliente, onde não deixará que eles sejam apenas mais um número na carta de clientes (Informação verbal)<sup>7</sup>.

Para as empresas terem acesso à informação do escritório de contabilidade, a C2 Contabilidade pretende ter alguns investimentos iniciais em divulgações. As divulgações serão de baixos valores e ocorrerão de forma *online*. Primeiramente será adquirido um serviço do *Google* que para quando houver uma pesquisa sobre escritório de contabilidade para a cidade de Florianópolis/SC, aponte como páginas principais o site do escritório. Outra tática de *marketing* será o anúncio patrocinado do *Facebook*, com a criação de uma página na rede social que servirá de *blog* para os clientes e outros

---

<sup>5</sup> Trecho retirado da entrevista com contador da presente pesquisa, em junho de 2016

<sup>6</sup> Trecho retirado da entrevista com contador da presente pesquisa, em junho de 2016

<sup>7</sup> Trecho retirado da entrevista com contador da presente pesquisa, em junho de 2016

interessados, trazendo informações sobre novas informações ou curiosidades sobre o mundo contábil. Este terá intuito de que as pessoas que curtem a página lembrem-se do escritório sempre que necessitarem dos serviços.

### 3.2.6 Equipe Gerencial

A princípio o escritório contratará apenas um estagiário para auxiliar nas tarefas diárias, assim que o escritório estiver com uma carteira de clientes um pouco maior, optará por admitir o funcionário por tempo integral. Proporcionalmente com o aumento de clientes, o escritório contratará estagiário e posteriormente o efetivará. No Quadro 5 está descrito a relação de funcionários e/ou estagiários que serão contratados pela quantidade de clientes que o escritório possui.

**Quadro 5: Relação funcionário por número de clientes**

Até 20 clientes	1 Estagiário
Até 40 clientes	1 Funcionário
Até 60 clientes	1 Funcionário + 1 Estagiário
Até 80 clientes	2 Funcionários
Até 100 clientes	2 Funcionários + 1 Estagiário

Fonte: Elaborada pela autora

Em seu primeiro ano, a empresa contará com apenas um colaborador, além dos próprios empreendedores. As funções do estagiário ou funcionário, serão de lançamentos contábeis, lançamentos fiscais, geração de impostos, auxílios em preenchimentos de declarações, geração de relatórios, admissões, consultas de convenções, entre outras funções menos complexas. Já para os empreendedores ficam as funções de ajudar, orientar e revisar os trabalhos feitos pelo colaborador, comunicação com clientes, geração da folha de pagamento, cálculos de rescisões, legalização empresarial (Constituição, alteração ou encerramento de empresa, entre outros), além da própria administração do negócio.

Para os anos seguintes, conforme serão contratados novos funcionários, a empresa pretende separar os serviços por departamento, a princípio serão divididos em dois, departamento fiscal/contábil e departamento trabalhista.

Na Tabela 2 estão descritos os valores de salários definidos para cada tipo de colaborador.

**Tabela 2: Salários colaboradores**

<b>Colaborador</b>	<b>Salário</b>
Funcionário contratado (8 horas)	R\$ 1.248,50
Estagiário (5 horas)	R\$ 780,00

Fonte: Elaborada pela autora

O funcionário contratado será admitido com o piso salarial definido pela convenção coletiva para as empresas de serviços contábeis da grande Florianópolis divulgadas pelo FECESC, corrigidos a um percentual de 10%, irá se levar em consideração que a admissão ocorrerá em 2017. Para o estagiário o valor definido leva em consideração o número de horas em relação ao salário praticado para o funcionário.

### **3.3 PLANEJAMENTO FINANCEIRO**

Neste tópico será desenvolvido o plano financeiro do planejamento do negócio. Para Dornelas (2008), o plano financeiro deve refletir em números tudo o que foi descrito anteriormente. Deve trazer valores de investimentos, gastos com marketing, despesas com vendas, gastos com pessoal, custos fixos e variáveis, projeções de vendas, análises de rentabilidade do negócio e etc.

#### **3.3.1 Fonte de recursos financeiros**

Os recursos financeiros virão dos próprios empreendedores, será determinado um capital social de R\$ 25.000,00. Para tal valor, cada sócio integralizará 50% como capital da empresa. O valor de capital social foi determinado a partir de uma decisão entre os sócios, prevendo um valor de compra de imobilizado de em torno de R\$ 10.000,00 e os outros R\$ 15.000,00 será um valor determinado de garantia, para casos de algum eventual imprevisto. A Tabela 3 descreve o valor do capital social que cada sócio irá integralizar.

**Tabela 3: Quadro Societário**

<b>CAPITAL SOCIAL</b>	<b>Valores (R\$)</b>	<b>%</b>
Sócio 1	12.500,00	50%
Sócio 2	12.500,00	50%
<b>TOTAL</b>	<b>25.000,00</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborada pela autora

### 3.3.2 Investimentos necessários

Para constituir uma empresa, é necessário seu registro nos órgãos competentes. Para uma empresa de serviço em Florianópolis, é preciso registrar-se na Receita Federal, Junta Comercial de Santa Catarina e Prefeitura de Florianópolis/SC. Além destes registros, o escritório contábil precisa estar registrado no CRC/SC. Para realizar estes registros serão necessários os pagamentos de algumas taxas, na Tabela 4 estão relacionados os valores:

**Tabela 4: Despesas com regularização**

<b>Regularização da empresa</b>	<b>Valores (R\$)</b>
Receita Federal	21,00
Junta Comercial	86,00
Prefeitura	100,00
CRC escritório	410,75
<b>Total</b>	<b>596,75</b>

Fonte: Elaborada pela autora

O escritório terá como sede uma sala comercial localizada no bairro Trindade em Florianópolis/SC, para isso será alugado um imóvel no bairro. O aluguel foi optado devido o valor ser razoável e não comprometer grande parte do capital. Assim que o negócio for consolidado no mercado, será estudada a possibilidade de comprar uma sala própria. Na Tabela 5 estão discriminados os valores referentes ao aluguel da sala comercial.

**Tabela 5: Aluguel sala comercial**

<b>Descrição</b>	<b>Valor total (R\$)</b>
Aluguel	850,00
Condomínio	232,10
IPTU	69,25
<b>Total</b>	<b>1.151,35</b>

Fonte: Elaborada pela autora

Para a prestação dos serviços contábeis serão necessários investimentos em imobilizados. Destes serão adquiridos mesas, cadeiras, armários, computadores, impressora, telefone, gaveteiro, telefone e certificados digitais. Na Tabela 6 estão discriminados os investimentos e valores de compra de cada item:

**Tabela 6: Investimentos Iniciais**

<b>Descrição</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor unitário (R\$)</b>	<b>Valor Total (R\$)</b>
Computadores	3	1.669,00	5.007,00
Mesas escritaninhas	3	289,00	867,00
Cadeiras giratórias	3	284,99	854,97
Impressora	1	759,90	759,90
Armário	2	306,81	613,62
Certificado digital E-CPF (3 anos)	2	255,00	510,00
Certificado digital E-CNPJ (3 anos)	1	350,00	350,00
Cadeiras para clientes	2	241,20	482,40
Gaveteiro	1	440,00	440,00
Telefone	1	89,90	89,90
<b>Total</b>			<b>9.974,79</b>

Fonte: Elaborada pela autora

Para a empresa se manter e prestar seus serviços necessitará de alguns gastos mensais, são eles: Aluguel, condomínio, IPTU, despesas com salários, pró-labore, energia elétrica, telefone, internet, mensalidade do sistema contábil, consultoria jurídica, material de limpeza e material de escritório, depreciação, divulgação e anuidade do CRC/SC. Na Tabela 7 são discriminadas as despesas com seus devidos valores, com duas situações possíveis para este estudo, com a contratação de um estagiário ou com a contratação de um funcionário, conforme condições determinadas no tópico 3.2.7 Equipe Gerencial.

**Tabela 7: Despesas fixas mensais**

<b>Descrição</b>	<b>1 Estagiário</b>		<b>1 Funcionário</b>	
	<b>Valor R\$</b>	<b>%</b>	<b>Valor R\$</b>	<b>%</b>
Pro labore 2 Sócios (Incluso impostos)	2.000,00	40%	2.000,00	34%
Salário funcionário (Incluso impostos)	-	0%	1.350,00	23%
Aluguel + IPTU + Condomínio	1.151,35	23%	1.151,35	20%
Salário estagiário	780,00	16%	-	-
Provisões Férias e 13º (Incluso impostos)	-	-	282,75	5%
Sistema contábil	280,00	6%	280,00	5%
Consultoria Jurídica	214,50	4%	214,50	4%
Internet e Telefone	120,00	2%	120,00	2%
Propaganda e Divulgação	100,00	2%	100,00	2%
Material de uso e consumo	100,00	2%	100,00	2%
Depreciação: Móveis (10%) Equipamentos (20%) Certificados (33,33%)	148,65	3%	148,65	3%
Energia elétrica	80,00	2%	80,00	1%
Anuidade CRC (R\$ 507/ano)	42,25	1%	42,25	1%
<b>Total</b>	<b>5.016,75</b>	<b>100%</b>	<b>5.869,50</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborada pela autora

Nas Figuras 3 e 4 podem-se visualizar melhor as disposições das despesas.

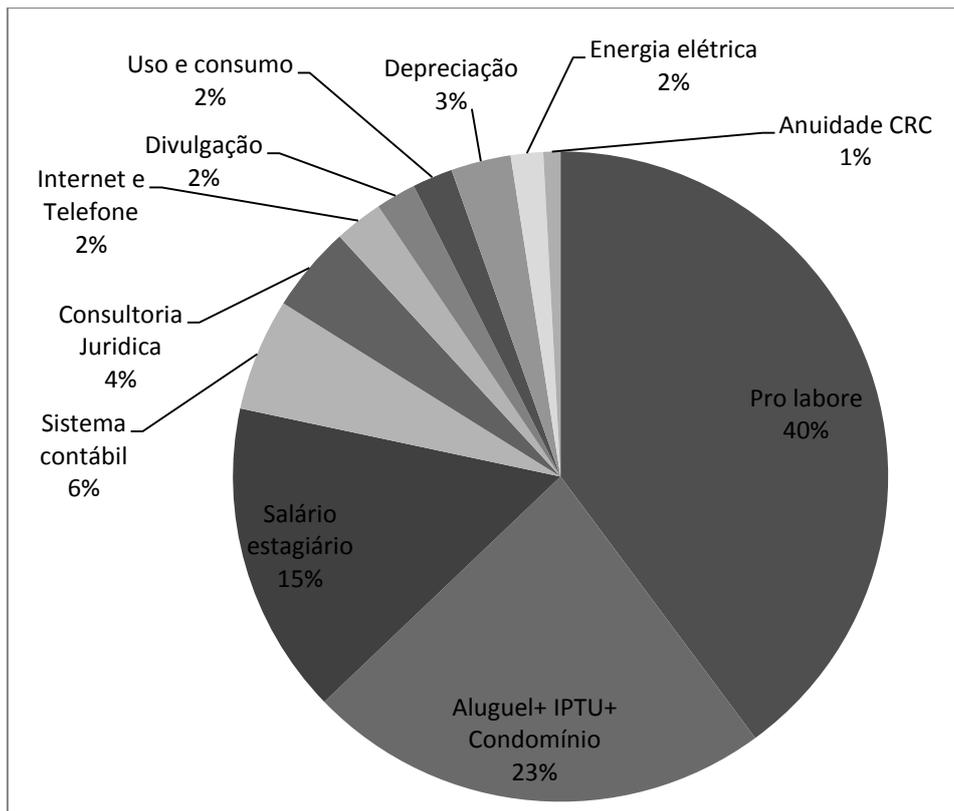


Figura 3: Despesas mensais (1 Estagiário)  
Fonte: Elaborado pela autora

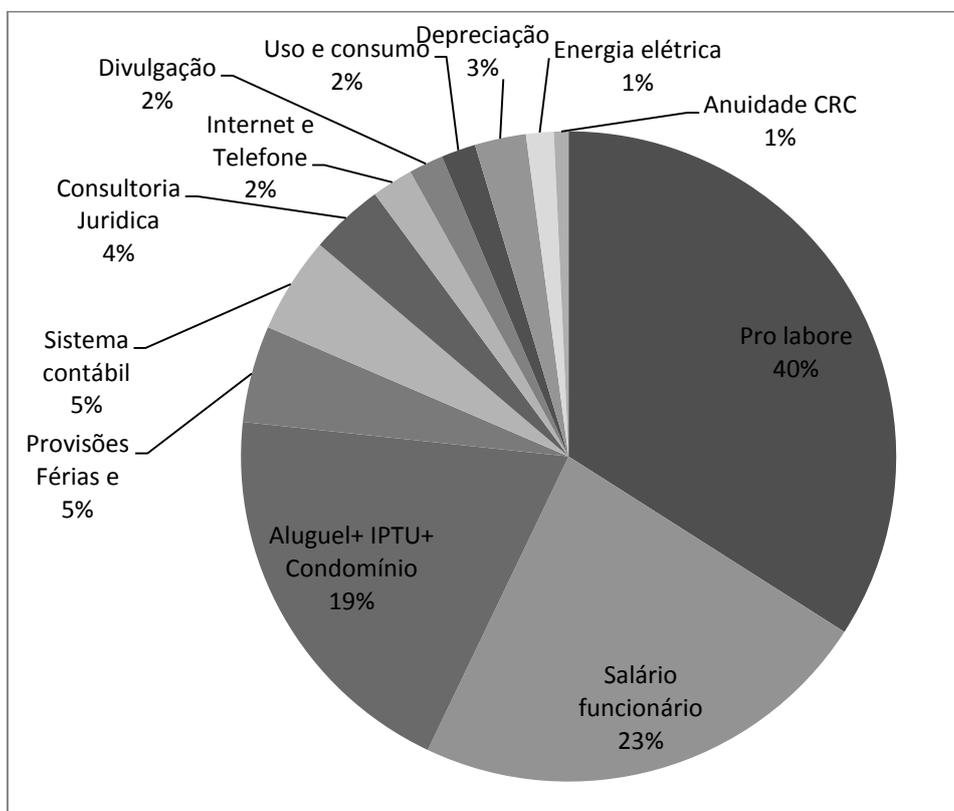


Figura 4: Despesas mensais (1 Funcionário)  
Fonte: Elaborado pela autora

Os itens mais representativos das despesas são: Salário (tanto com estagiário quanto com funcionário), provisões de férias e 13º salário, aluguel e pró-labore. Estes juntos representam a maior parte das despesas juntos somam 79% ou 82% do total das despesas para as duas opções com um estagiário ou com um funcionário respectivamente. Assim definem-se os valores das despesas fixas mensais para o escritório contábil. Com a condição de um estagiário as despesas somam R\$ 5.016,75 mensalmente, multiplica-se por 12 o valor de gastos por ano será de R\$ 60.201,00. Para a condição de contratação de um funcionário, as despesas mensais serão de R\$ 5.869,50 e o valor total anual de R\$70.434,00.

### 3.3.3 Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio calculado para este negócio é de 10,50, ou seja, a empresa precisa ter mais de 11 clientes para começar a lucrar. Para chegar a este valor, foi considerado o valor da receita por cliente de R\$508,00, custos fixos no valor total de R\$5.016,75 e custos variáveis de R\$30,48, valor referente ao simples nacional, imposto calculado a uma alíquota de 6% sobre a receita por cliente de R\$ 508,00. Na Figura 5 pode-se ver o cálculo do ponto de equilíbrio.

<p><b>Ponto de equilíbrio = (Custo + Despesas fixas) / (Preço de venda – Custos Variável)</b></p> $PE = 5.016,75 / (508 - 30,48)$ $PE = 10,50584$
---

Figura 5: Cálculo do ponto de equilíbrio  
Fonte: Elaborado pela autora

O início do negócio já contará com pelo menos 10 clientes, adquiridos com trabalho de contadores autônomos dos empreendedores antes da abertura da empresa. Ou seja, para início do negócio, a empresa já contará com 10 clientes, onde necessitará de apenas um novo cliente para que as receitas cubram todos os custos.

### 3.3.4 Demonstrativo de resultado

A fim de analisar os cenários, foi feita uma previsão de vendas para os próximos três anos. No Quadro 6 apresentam-se as possíveis projeções de vendas, considerando para o cenário pessimista acréscimo de um cliente a cada quatro meses e para o cenário otimista um novo cliente a cada dois meses.

O cenário otimista foi definido levando por base o escritório do entrevistado. Segundo o contador, seu negócio iniciou com 15 clientes e hoje, seis anos e meio depois, contam com aproximadamente 100 clientes. Para os primeiros anos, havia uma entrada de cliente a cada dois meses, como explicado anteriormente no tópico 3.2.5 Mercado e Competidores (Informação verbal)<sup>8</sup>.

**Quadro 6: Projeção de vendas**

Cenário Otimista			Cenário Pessimista		
Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 1	Ano 2	Ano 3
16	22	18	13	16	19

Fonte: Elaborado pela autora

A Tabela 8 apresenta as demonstrações de resultados dos exercícios, projetadas para os três anos conforme cenários apresentados. Para o cálculo da receita observou-se a projeção de vendas, mencionada anteriormente, calculadas mensalmente. Para detalhes dos cálculos das receitas, consultar Apêndice B e C. O simples nacional foi calculado considerando a alíquota de 6% sobre a receita e os gastos totais incluíram valores das despesas mensais. Para ambos os cenários o ANO 1 incluiu também os gastos com constituição.

**Tabela 8: Demonstrativo de Resultado cenário otimista e pessimista**

	CENÁRIO OTIMISTA			CENÁRIO PESSIMISTA		
	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 1	ANO 2	ANO 3
RECEITA	82.296,00	118.872,00	155.448,00	73.152,00	91.440,00	109.728,00
(-) SIMPLES NACIONAL	4.937,76	7.132,32	9.326,88	4.389,12	5.486,40	6.583,68
(-) GASTOS TOTAIS	60.797,78	63.612,03	70.434,04	60.797,78	60.201,03	60.201,03
(=) LUCRO LÍQUIDO	16.560,46	48.127,65	75.687,08	7.965,10	25.752,57	42.943,29

Fonte: Elaborado pela autora

Pode-se perceber que para todos os dois cenários, os resultados foram favoráveis, onde demonstra que o negócio provavelmente terá lucratividade. Para o cenário otimista percebe-se um lucro de R\$ 16.560,46; R\$48.127,65 e R\$ 75.687,08, para os anos 1, 2 e 3, respectivamente. Para o cenário pessimista pode-se perceber lucros consideravelmente menores, porém ainda lucrativos. Para ano 1, 2 e 3, lucros de R\$ 7.965,10; R\$ 25.752,57 e R\$ 42.943,29 respectivamente.

<sup>8</sup> Trecho retirado da entrevista com contador da presente pesquisa, em junho de 2016

### 3.3.5 Projeção fluxo de caixa

Apesar das projeções de resultados darem positivas, é importante uma análise mais detalhada do fluxo de caixa projetado, pois um negócio pode ser lucrativo, porém sem capacidade de geração de caixa. O fluxo de caixa foi projetado considerando todos os valores de entrada de caixa e saída para os três anos e seus cenários. Nota-se que em nenhum dos meses houve caixa negativo, portanto a empresa não precisou de aporte de capital dos sócios. Para detalhes do fluxo de caixa calados mensalmente, consultar Apêndices D ao I.

Na Tabela 9, ao analisar os fluxos de caixas pode-se perceber que, para o cenário otimista, o caixa fecha no terceiro ano com um valor de R\$160.751,88, já para o cenário pessimista, o caixa fecha no terceiro ano com um valor de R\$ 97.037,66.

**Tabela 9: Fluxo de caixa cenário pessimista e otimista**

		SALDO INICIAL	ENTRADAS	SAIDAS	SALDO FINAL CAIXA
<b>CENÁRIO OTIMISTA</b>	<b>ANO 1</b>	-	107.296,00	73.926,50	33.369,50
	<b>ANO 2</b>	33.369,50	118.872,00	68.960,53	83.280,97
	<b>ANO 3</b>	83.280,97	155.448,00	77.977,10	160.751,88
<b>CENÁRIO PESSIMISTA</b>	<b>ANO 1</b>	-	98.152,00	73.377,86	24.774,14
	<b>ANO 2</b>	24.774,14	91.440,00	63.903,60	52.310,54
	<b>ANO 3</b>	52.310,54	109.728,00	65.000,88	97.037,66

Fonte: Elaborado pela autora

### 3.3.6 Prazo de *Payback*

A análise de rentabilidade se dá pela análise do investimento, analisada por meio do método do prazo de *Payback*. O prazo de *payback* para o cenário pessimista é demonstrado na Tabela 10, onde chega-se a um resultado de retorno do investimento de 1,6 anos, ou seja, um ano e sete meses aproximadamente.

**Tabela 10: Prazo *Payback* Cenário Pessimista**

	INVESTIMENTO	LUCRO	SALDO A RECCUPERAR
<b>ANO 0</b>	R\$ 25.000,00		-R\$ 25.000,00
<b>ANO 1</b>		R\$ 7.965,10	-R\$ 17.034,90
<b>ANO 2</b>		R\$ 25.752,57	R\$ 8.717,68
<b>ANO 3</b>		R\$ 42.943,29	R\$ 51.660,97
<b>PRAZO PAYBACK</b>			<b>1,66 anos</b>

Fonte: Elaborado pela autora

O prazo de *payback* para o cenário otimista é demonstrado na Tabela 11, onde chegou-se a um prazo de retorno do investimento de 1,2 anos, ou seja, um ano e dois meses para recuperar o valor investido na empresa.

**Tabela 11: Prazo *Payback* Cenário Otimista**

	INVESTIMENTO	LUCRO	SALDO A RECUPERAR
ANO 0	R\$ 25.000,00		-R\$ 25.000,00
ANO 1		R\$ 16.560,46	-R\$ 8.439,54
ANO 2		R\$ 48.127,65	R\$ 39.688,12
ANO 3		R\$ 75.687,08	R\$ 115.375,19
<b>PRAZO PAYBACK</b>			<b>1,18 anos</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Analisando os dois cenários, pode-se perceber que tanto para o cenário pessimista quanto para o otimista, os prazos de retorno dos investimentos são pequenos. Isso se deve ao fato de o empreendimento precisar de pouco capital, pois o serviço contábil necessita de poucos investimentos, afinal o maior capital da empresa é o intelectual.

### 3.3.7 Valor presente Líquido (VPL)

Para outra análise de rentabilidade do investimento, utiliza-se o Valor Presente Líquido (VPL), um dos mais utilizados para avaliar propostas de investimento de capital segundo Salim *et al.* (2005). Para o cálculo deste instrumento de análise, foi utilizada uma taxa de juros de 11%, utilizou-se auxílio de planilhas eletrônicas. Nas Tabelas 12 e 13 encontram-se os valores calculados para os cenários pessimista e otimista, respectivamente.

**Tabela 12: Cálculo VPL - Cenário Pessimista**

	INVESTIMENTO	LUCRO	FLUXO DE CAIXA LÍQUIDO
ANO 0	R\$ 25.000,00		-R\$ 25.000,00
ANO 1		R\$ 7.965,10	-R\$ 17.034,90
ANO 2		R\$ 25.752,57	R\$ 8.717,68
ANO 3		R\$ 42.943,29	R\$ 51.660,97
		<b>VPL</b>	<b>R\$ 34.476,90</b>

Fonte: Elaborado pela autora

O resultado do VPL para o cenário pessimista foi de R\$34.476,90, tal valor maior que zero, onde indica um bom retorno do investimento, considerando o projeto viável.

**Tabela 13: Cálculo VPL - Cenário Otimista**

	<b>INVESTIMENTO</b>	<b>LUCRO</b>	<b>FLUXO DE CAIXA LÍQUIDO</b>
<b>ANO 0</b>	R\$ 25.000,00		-R\$ 25.000,00
<b>ANO 1</b>		R\$ 16.560,46	-R\$ 8.439,54
<b>ANO 2</b>		R\$ 48.127,65	R\$ 39.688,12
<b>ANO 3</b>		R\$ 75.687,08	R\$ 115.375,19
		<b>VPL</b>	R\$ 84.322,56

Fonte: Elaborado pela autora

Para o cenário otimista, o valor do VPL foi de R\$ 84.322,56, onde indica um retorno melhor ainda para o investimento, considerando o projeto viável.

Com os dados obtidos, pode-se dizer que o negócio é considerado viável, pois todos os índices apresentaram resultados favoráveis, inclusive as demonstrações de resultados e fluxo de caixas sempre positivos.

## 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste capítulo apresentam-se as conclusões finais sobre o trabalho após os dados analisados e também recomendações para trabalhos futuros.

### 4.1 CONCLUSÃO

Este trabalho teve objetivo geral elaborar um plano de negócios para abertura de um escritório de contabilidade na cidade de Florianópolis/SC e avaliar a viabilidade econômica financeira deste tipo de negócio. Com o plano de negócios realizado neste estudo, pôde-se analisar os principais pontos de um negócio antes de inicia-lo, trazendo para o empreendimento maiores chances de dar certo. Pode-se dizer que o objetivo geral deste estudo foi atingido, foi descrito um plano de negócios do escritório de contabilidade, trouxe os principais pontos que envolvem a abertura deste negócio.

Com este plano de negócios pode-se definir a empresa com suas principais características, onde irá atuar, quais seus competidores, possíveis clientes, quais serviços prestar, quanto cobrar por eles e quais as estratégias de negócios.

Definiram-se também as despesas mensais para manter a empresa e qual o investimento necessário para a abertura dela. Outro ponto importante do trabalho foi trazer a trajetória de um escritório contábil já existente, por meio de uma entrevista de um contador, onde trouxe um caso real de um escritório para o plano de negócios.

Após a caracterização da empresa, o estudo trouxe um planejamento financeiro, se projetou as demonstrações para os três primeiros anos da empresa. Foi feita uma projeção de vendas, demonstrações de resultados e projeções de caixa, todos com possibilidades de cenário pessimista ou otimista. Após as projeções realizadas, foram feitas as análises de investimento pelos métodos de Payback e VPL, onde chegou-se a um resultado favorável para os dois métodos, caracterizando bons investimentos e uma proposta de negócio viável.

O plano de negócios contribuiu para uma melhor definição do negócios, organizou-se e planejou-se para no momento de implantação do empreendimento já estar preparado para tomar os primeiros passos.

Conclui-se que a abertura de um escritório contábil na cidade de Florianópolis é um bom investimento, definiu-se um negócio com baixos custos e de uma receita atraente, sendo assim, é considerada uma proposta de abertura de um escritório contábil em Florianópolis/SC um negócio viável.

Este trabalho limitou-se a descrever um plano de negócios de um escritório contábil para a cidade de Florianópolis/SC que presta serviços nas áreas fiscal, contábil, pessoal, abertura de empresas e área de consultoria, que pretende ter início no ano de 2017.

#### **4.2 SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS**

Para possíveis trabalhos futuros sugerem-se algumas outras abordagens relacionadas com o mesmo tema apresentado neste trabalho. Uma das sugestões para trabalhos futuros seria a aplicação deste estudo para outros tipos de empresas, de setores diferentes.

Outro trabalho sugerido seria a criação de um plano de negócios para a expansão de um escritório contábil já existente, utilizando os principais aspectos para a criação de um plano de negócios.

Outra sugestão seria a realização de um plano de negócios com enfoque na análise de mercado, onde poderá realizar pesquisas diretamente com os possíveis clientes para um escritório contábil, podendo analisar quais são suas principais expectativas em relação à prestação do serviço contábil que ele recebe ou pretenderá receber do escritório.

## REFERÊNCIAS

ANVISA. **Porte da empresa.** 2016. Disponível em: <<http://novoportal.anvisa.gov.br/porte-de-empresa>>. Acesso em: 27 maio 2016.

BRASIL, **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002.** Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/110406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm)>. Acesso em: 25 de março de 2016.

BRASIL, **Lei nº 12.441, de 11 de julho de 2011.** Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/112441.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112441.htm)>. Acesso em: 25 de abril de 2016.

CFC, **Resolução nº 1.307, de 09 de dezembro de 2010.** Disponível em: <[http://www.normaslegais.com.br/legislacao/resolucao/cfc/1307\\_2010.htm](http://www.normaslegais.com.br/legislacao/resolucao/cfc/1307_2010.htm)>. Acesso em: 1 de junho de 2016

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor.** 3. Ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

CNC. **EMPRESÔMETRO MPE.** Disponível em: <<http://empresometro.cnc.org.br/estatisticas>>. Acesso em: 11 maio 2016.

CRC/SC **ÉTICA PROFISSIONAL.** Disponível em: <<http://www.crcsc.org.br/fiscalizacao>>. Acesso em: 27 maio 2016.

DEGEN, Ronald Jean. **O EMPREENDEDOR: empreender como opção de carreira.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios.** 3. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DUARTE, Gerusa Woitchunas. **Elaboração de plano de negócios para implantação de um escritório de Contabilidade em Ijuí-RS.** (Monografia curso de pós graduação em controladoria UNIJJUI). Ijuí. 2013.

HISRICH, Robert, PETERS, Michael. **Empreendedorismo.** 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

JUNTA COMERCIAL DE SANTA CATARINA. **Estatísticas das empresas em 2015.** Disponível em: <<http://www.jucesc.sc.gov.br/index.php/informacoes/estatisticas/22-estatisticas-2015>> Acesso em: 23 de março de 2016.

JUNTA COMERCIAL DE SANTA CATARINA. **Tabela de preços dos serviços pertinentes ao registro.** Disponível em: <<http://www.jucesc.sc.gov.br/index.php/informacoes/tabelas-jucesc/tabela-de-precos-dos-servicos-pertinentes-ao-registro>>. Acesso em: 05 de maio 2016.

KASSAI, José Roberto, KASSAI, Sílvia, SANTOS, Ariovaldo dos, ASSAF, Alexandre. **Retorno de Investimento: Abordagem matemática e contábil do lucro empresarial.** 2 Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

KOTLER, Philip **Administração de Marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LONGENECKER, Justin G.; MOORE, Carlos W.; PETTY, J. William. **Administração de pequenas empresas**. 1 Ed. São Paulo: Makron Books, 1997.

MACHADO, Mariana Neis. **Análise da viabilidade de um negócio: um estudo para abertura de um escritório de contabilidade**. Monografia (Curso de Ciências Contábeis). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

MARCONI, Daniela de Oliveira. **Plano de Negócios: análise da viabilidade da abertura de um escritório de contabilidade**. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Ciências Contábeis). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

PENEDO, Roberto da Cunha. **A taxa interna de retorno na análise de investimentos**. Brasília: Lettera, 2005.

ROSA, José Antônio; MARION, José Carlos. **Marketing do escritório contábil**. São Paulo: IOB-Thomson, 2005.

SALIM, César Simões; HOCHMAN, Nelson; RAMAL, Andréa Cecília; RAMAL, Silvina Ana. **Construindo planos de negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

SEBRAE. **Critérios de classificação de empresas: MEI - ME - EPP**. 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>>. Acesso em: 27 jun. 2016.

SEBRAE-DF. **Sobrevivência das empresas no Brasil: COLEÇÃO ESTUDOS DE PESQUISA**. 2013. Disponível em: <[http://www.sebrae.com.br/Sebrae/PortalSebrae/Anexos/Sobrevivencia\\_das\\_empresas\\_no\\_Brasil=2013.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/PortalSebrae/Anexos/Sobrevivencia_das_empresas_no_Brasil=2013.pdf)>. Acesso em: 23 mar. 2016.

SEBRAE. **Ponto de equilíbrio**. 2014. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/ponto-de-equilibrio,67ca5415e6433410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 05 maio 2016.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. 4. Ed. Florianópolis: Rev. Atual, 2005.

THOMÉ, Irineu. **Empresas de Serviços Contábeis**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

WOILER, Samsão; MATHIAS, Washington Franco. **Projetos: planejamento, elaboração e análise**. São Paulo: Atlas, 1996.

YIN, Rorbert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

## **APÊNDICES**

### **APÊNDICE A – QUESTIONÁRIOS ENTREVISTA COM CONTADOR**

#### **QUESTIONÁRIO**

- 1) Há quanto tempo existe o escritório?**
- 2) Qual foi o investimento inicial?**
- 3) Qual foi a estrutura inicial do negócio?**
- 4) Com quantos clientes o escritório iniciou? E quantos têm hoje?**
- 5) Com qual periodicidade havia entrada de novos clientes no início do negócio? E como isso é hoje?**
- 6) Como você faz para captar novos clientes?**
- 7) Quais foram as principais dificuldades no início do negócio?**
- 8) Como se formou a sociedade? Relate sobre.**
- 9) Quais são as responsabilidades de cada sócio? E qual área que cada um atua?**
- 10) A partir de quanto tempo o escritório teve uma estabilidade financeira?**
- 11) Quais os principais serviços prestados e como foram definidos?**
- 12) Como são definidos os preços praticados? (Ex: Por nº de funcionários, lançamentos contábeis,...)**
- 13) O que você considera seu diferencial da concorrência?**

APÊNDICE B – PROJEÇÕES VENDAS E RECEITAS MENSAL – CENÁRIO OTIMISTA

CENÁRIO OTIMISTA									
	ANO 1			ANO 2			ANO 3		
	Nº de clientes	Receita por cliente	Receita total	Nº de clientes	Receita por cliente	Receita total	Nº de clientes	Receita por cliente	Receita total
<b>JANEIRO</b>	11	R\$ 508,00	R\$ 5.588,00	17	R\$ 508,00	R\$ 8.636,00	23	R\$ 508,00	R\$ 11.684,00
<b>FEVEREIRO</b>	11	R\$ 508,00	R\$ 5.588,00	17	R\$ 508,00	R\$ 8.636,00	23	R\$ 508,00	R\$ 11.684,00
<b>MARÇO</b>	12	R\$ 508,00	R\$ 6.096,00	18	R\$ 508,00	R\$ 9.144,00	24	R\$ 508,00	R\$ 12.192,00
<b>ABRIL</b>	12	R\$ 508,00	R\$ 6.096,00	18	R\$ 508,00	R\$ 9.144,00	24	R\$ 508,00	R\$ 12.192,00
<b>MAIO</b>	13	R\$ 508,00	R\$ 6.604,00	19	R\$ 508,00	R\$ 9.652,00	25	R\$ 508,00	R\$ 12.700,00
<b>JUNHO</b>	13	R\$ 508,00	R\$ 6.604,00	19	R\$ 508,00	R\$ 9.652,00	25	R\$ 508,00	R\$ 12.700,00
<b>JULHO</b>	14	R\$ 508,00	R\$ 7.112,00	20	R\$ 508,00	R\$ 10.160,00	26	R\$ 508,00	R\$ 13.208,00
<b>AGOSTO</b>	14	R\$ 508,00	R\$ 7.112,00	20	R\$ 508,00	R\$ 10.160,00	26	R\$ 508,00	R\$ 13.208,00
<b>SETEMBRO</b>	15	R\$ 508,00	R\$ 7.620,00	21	R\$ 508,00	R\$ 10.668,00	27	R\$ 508,00	R\$ 13.716,00
<b>OUTUBRO</b>	15	R\$ 508,00	R\$ 7.620,00	21	R\$ 508,00	R\$ 10.668,00	27	R\$ 508,00	R\$ 13.716,00
<b>NOVEMBRO</b>	16	R\$ 508,00	R\$ 8.128,00	22	R\$ 508,00	R\$ 11.176,00	28	R\$ 508,00	R\$ 14.224,00
<b>DEZEMBRO</b>	16	R\$ 508,00	R\$ 8.128,00	22	R\$ 508,00	R\$ 11.176,00	28	R\$ 508,00	R\$ 14.224,00
<b>FATURAMENTO ANO</b>	R\$		82.296,00	R\$		118.872,00	R\$		155.448,00

Fonte: Elaborada pela autora

## APÊNDICE C – PROJEÇÕES VENDAS E RECEITAS MENSAL – CENÁRIO PESSIMISTA

CENÁRIO PESSIMISTA									
	ANO 1			ANO 2			ANO 3		
	Nº de clientes	Receita por cliente	Receita total	Nº de clientes	Receita por cliente	Receita total	Nº de clientes	Receita por cliente	Receita total
<b>JANEIRO</b>	11	508	R\$ 5.588,00	14	508	R\$ 7.112,00	17	508	R\$ 8.636,00
<b>FEVEREIRO</b>	11	508	R\$ 5.588,00	14	508	R\$ 7.112,00	17	508	R\$ 8.636,00
<b>MARÇO</b>	11	508	R\$ 5.588,00	14	508	R\$ 7.112,00	17	508	R\$ 8.636,00
<b>ABRIL</b>	11	508	R\$ 5.588,00	14	508	R\$ 7.112,00	17	508	R\$ 8.636,00
<b>MAIO</b>	12	508	R\$ 6.096,00	15	508	R\$ 7.620,00	18	508	R\$ 9.144,00
<b>JUNHO</b>	12	508	R\$ 6.096,00	15	508	R\$ 7.620,00	18	508	R\$ 9.144,00
<b>JULHO</b>	12	508	R\$ 6.096,00	15	508	R\$ 7.620,00	18	508	R\$ 9.144,00
<b>AGOSTO</b>	12	508	R\$ 6.096,00	15	508	R\$ 7.620,00	18	508	R\$ 9.144,00
<b>SETEMBRO</b>	13	508	R\$ 6.604,00	16	508	R\$ 8.128,00	19	508	R\$ 9.652,00
<b>OUTUBRO</b>	13	508	R\$ 6.604,00	16	508	R\$ 8.128,00	19	508	R\$ 9.652,00
<b>NOVEMBRO</b>	13	508	R\$ 6.604,00	16	508	R\$ 8.128,00	19	508	R\$ 9.652,00
<b>DEZEMBRO</b>	13	508	R\$ 6.604,00	16	508	R\$ 8.128,00	19	508	R\$ 9.652,00
<b>FATURAMENTO ANO</b>		R\$ 73.152,00			R\$ 91.440,00			R\$ 109.728,00	

Fonte: Elaborada pela autora

## APÊNDICE D – FLUXO DE CAIXA – ANO 1 – CENÁRIO OTIMISTA

FLUXO DE CAIXA - ANO 1												
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
<b>1. Saldo de caixa inicial</b>	-	<b>14.813,08</b>	<b>15.197,70</b>	<b>16.059,84</b>	<b>16.921,98</b>	<b>18.261,64</b>	<b>19.601,30</b>	<b>21.418,48</b>	<b>23.235,66</b>	<b>25.530,36</b>	<b>27.825,06</b>	<b>30.597,28</b>
<b>2. Total de entradas</b>	<b>30.588,00</b>	<b>5.588,00</b>	<b>6.096,00</b>	<b>6.096,00</b>	<b>6.604,00</b>	<b>6.604,00</b>	<b>7.112,00</b>	<b>7.112,00</b>	<b>7.620,00</b>	<b>7.620,00</b>	<b>8.128,00</b>	<b>8.128,00</b>
2.1. Receitas de Vendas	5.588,00	5.588,00	6.096,00	6.096,00	6.604,00	6.604,00	7.112,00	7.112,00	7.620,00	7.620,00	8.128,00	8.128,00
2.2 Receitas financeiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.3. Outras Receitas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.4. Aporte de Capital	25.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>3. Total das Saídas</b>	<b>15.923,57</b>	<b>5.352,03</b>	<b>5.382,51</b>	<b>5.382,51</b>	<b>5.412,99</b>	<b>5.412,99</b>	<b>5.443,47</b>	<b>5.443,47</b>	<b>5.473,95</b>	<b>5.473,95</b>	<b>5.504,43</b>	<b>5.504,43</b>
3.1. (-) Despesas com pessoal	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00
3.2. (-) Despesas com vendas e marketing	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
3.3. (-) Despesas gerais	2.584,85	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10
3.4. (-) Impostos	555,28	555,28	585,76	585,76	616,24	616,24	646,72	646,72	677,20	677,20	707,68	707,68
3.5. (-) Despesas financeiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.6. (-) Depreciação	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65
3.7. (-) Aquisição de imobilizado	9.974,79	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>4. Saldo do período</b>	<b>14.664,43</b>	<b>15.049,05</b>	<b>15.911,19</b>	<b>16.773,33</b>	<b>18.112,99</b>	<b>19.452,65</b>	<b>21.269,83</b>	<b>23.087,01</b>	<b>25.381,71</b>	<b>27.676,41</b>	<b>30.448,63</b>	<b>33.220,85</b>
<b>5. (-) Reserva de capital</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>6. (+) Depreciação</b>	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65
<b>7. Fluxo líquido de Caixa</b>	<b>14.813,08</b>	<b>15.197,70</b>	<b>16.059,84</b>	<b>16.921,98</b>	<b>18.261,64</b>	<b>19.601,30</b>	<b>21.418,48</b>	<b>23.235,66</b>	<b>25.530,36</b>	<b>27.825,06</b>	<b>30.597,28</b>	<b>33.369,50</b>

Fonte: Elaborada pela autora

## APÊNDICE E –FLUXO DE CAIXA – ANO 2 – CENARIO OTIMISTA

FLUXO DE CAIXA - ANO 2												
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
<b>1. Saldo de caixa inicial</b>	<b>33.369,50</b>	<b>36.619,24</b>	<b>39.868,98</b>	<b>43.596,24</b>	<b>47.323,50</b>	<b>51.528,28</b>	<b>55.733,06</b>	<b>60.415,36</b>	<b>65.097,66</b>	<b>69.404,73</b>	<b>73.711,80</b>	<b>78.496,39</b>
<b>2. Total de entradas</b>	<b>8.636,00</b>	<b>8.636,00</b>	<b>9.144,00</b>	<b>9.144,00</b>	<b>9.652,00</b>	<b>9.652,00</b>	<b>10.160,00</b>	<b>10.160,00</b>	<b>10.668,00</b>	<b>10.668,00</b>	<b>11.176,00</b>	<b>11.176,00</b>
2.1. Receitas de Vendas	8.636,00	8.636,00	9.144,00	9.144,00	9.652,00	9.652,00	10.160,00	10.160,00	10.668,00	10.668,00	11.176,00	11.176,00
2.2 Receitas financeiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.3. Outras Receitas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.4. Aporte de Capital	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>3. Total das Saídas</b>	<b>5.534,91</b>	<b>5.534,91</b>	<b>5.565,39</b>	<b>5.565,39</b>	<b>5.595,87</b>	<b>5.595,87</b>	<b>5.626,35</b>	<b>5.626,35</b>	<b>6.509,58</b>	<b>6.509,58</b>	<b>6.540,06</b>	<b>6.540,06</b>
3.1. (-) Despesas com pessoal	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	3.272,85	3.272,85	3.272,85	3.272,85
3.2. (-) Despesas com vendas e marketing	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
3.3. (-) Despesas gerais	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10
3.4. (-) Impostos	738,16	738,16	768,64	768,64	799,12	799,12	829,60	829,60	999,98	999,98	1.030,46	1.030,46
3.5. (-) Despesas financeiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.6. (-) Depreciação	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65
<b>4. Saldo do período</b>	<b>36.470,59</b>	<b>39.720,33</b>	<b>43.447,59</b>	<b>47.174,85</b>	<b>51.379,63</b>	<b>55.584,41</b>	<b>60.266,71</b>	<b>64.949,01</b>	<b>69.256,08</b>	<b>73.563,14</b>	<b>78.347,73</b>	<b>83.132,32</b>
<b>5. (-) Reserva de capital</b>	<b>-</b>											
<b>6. (+) Depreciação</b>	<b>148,65</b>											
<b>7. Fluxo líquido de Caixa</b>	<b>36.619,24</b>	<b>39.868,98</b>	<b>43.596,24</b>	<b>47.323,50</b>	<b>51.528,28</b>	<b>55.733,06</b>	<b>60.415,36</b>	<b>65.097,66</b>	<b>69.404,73</b>	<b>73.711,80</b>	<b>78.496,39</b>	<b>83.280,97</b>

Fonte: Elaborada pela autora

## APÊNDICE F – FLUXO DE CAIXA – ANO 3 – CENÁRIO OTIMISTA

FLUXO DE CAIXA - ANO 3												
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
<b>1. Saldo de caixa inicial</b>	<b>83.280,97</b>	<b>88.543,08</b>	<b>93.805,19</b>	<b>99.544,82</b>	<b>105.284,45</b>	<b>111.501,60</b>	<b>117.718,74</b>	<b>124.413,41</b>	<b>131.108,08</b>	<b>138.280,27</b>	<b>145.452,46</b>	<b>153.102,17</b>
<b>2. Total de entradas</b>	<b>11.684,00</b>	<b>11.684,00</b>	<b>12.192,00</b>	<b>12.192,00</b>	<b>12.700,00</b>	<b>12.700,00</b>	<b>13.208,00</b>	<b>13.208,00</b>	<b>13.716,00</b>	<b>13.716,00</b>	<b>14.224,00</b>	<b>14.224,00</b>
2.1. Receitas de Vendas	11.684,00	11.684,00	12.192,00	12.192,00	12.700,00	12.700,00	13.208,00	13.208,00	13.716,00	13.716,00	14.224,00	14.224,00
2.2 Receitas financeiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.3. Outras Receitas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.4. Aporte de Capital	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>3. Total das Saídas</b>	<b>6.570,54</b>	<b>6.570,54</b>	<b>6.601,02</b>	<b>6.601,02</b>	<b>6.631,50</b>	<b>6.631,50</b>	<b>6.661,98</b>	<b>6.661,98</b>	<b>6.692,46</b>	<b>6.692,46</b>	<b>6.722,94</b>	<b>6.722,94</b>
3.1. (-) Despesas com pessoal	3.272,85	3.272,85	3.272,85	3.272,85	3.272,85	3.272,85	3.272,85	3.272,85	3.272,85	3.272,85	3.272,85	3.272,85
3.2. (-) Despesas com vendas e marketing	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
3.3. (-) Despesas gerais	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10
3.4. (-) Impostos	1.060,94	1.060,94	1.091,42	1.091,42	1.121,90	1.121,90	1.152,38	1.152,38	1.182,86	1.182,86	1.213,34	1.213,34
3.5. (-) Despesas financeiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.6. (-) Depreciação	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65
<b>4. Saldo do período</b>	<b>88.394,43</b>	<b>93.656,54</b>	<b>99.396,17</b>	<b>105.135,80</b>	<b>111.352,94</b>	<b>117.570,09</b>	<b>124.264,76</b>	<b>130.959,43</b>	<b>138.131,62</b>	<b>145.303,81</b>	<b>152.953,51</b>	<b>160.603,22</b>
<b>5. (-) Reserva de capital</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>6. (+) Depreciação</b>	<b>148,65</b>	<b>148,65</b>	<b>148,65</b>	<b>148,65</b>	<b>148,65</b>	<b>148,65</b>	<b>148,65</b>	<b>148,65</b>	<b>148,65</b>	<b>148,65</b>	<b>148,65</b>	<b>148,65</b>
<b>7. Fluxo líquido de Caixa</b>	<b>88.543,08</b>	<b>93.805,19</b>	<b>99.544,82</b>	<b>105.284,45</b>	<b>111.501,60</b>	<b>117.718,74</b>	<b>124.413,41</b>	<b>131.108,08</b>	<b>138.280,27</b>	<b>145.452,46</b>	<b>153.102,17</b>	<b>160.751,88</b>

Fonte: Elaborada pela autora

## APÊNDICE G – FLUXO DE CAIXA – ANO 1 – CENÁRIO PESSIMISTA

<b>FLUXO DE CAIXA - ANO 1</b>												
	<b>JAN</b>	<b>FEV</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAIO</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SET</b>	<b>OUT</b>	<b>NOV</b>	<b>DEZ</b>
<b>1. Saldo de caixa inicial</b>	-	<b>14.813,08</b>	<b>15.197,70</b>	<b>15.582,32</b>	<b>15.966,94</b>	<b>16.829,08</b>	<b>17.691,22</b>	<b>18.553,36</b>	<b>19.415,50</b>	<b>20.755,16</b>	<b>22.094,82</b>	<b>23.434,48</b>
<b>2. Total de entradas</b>	<b>30.588,00</b>	<b>5.588,00</b>	<b>5.588,00</b>	<b>5.588,00</b>	<b>6.096,00</b>	<b>6.096,00</b>	<b>6.096,00</b>	<b>6.096,00</b>	<b>6.604,00</b>	<b>6.604,00</b>	<b>6.604,00</b>	<b>6.604,00</b>
2.1. Receitas de Vendas	5.588,00	5.588,00	5.588,00	5.588,00	6.096,00	6.096,00	6.096,00	6.096,00	6.604,00	6.604,00	6.604,00	6.604,00
2.2 Receitas financeiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.3. Outras Receitas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.4. Aporte de Capital	25.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>3. Total das Saídas</b>	<b>15.923,57</b>	<b>5.352,03</b>	<b>5.352,03</b>	<b>5.352,03</b>	<b>5.382,51</b>	<b>5.382,51</b>	<b>5.382,51</b>	<b>5.382,51</b>	<b>5.412,99</b>	<b>5.412,99</b>	<b>5.412,99</b>	<b>5.412,99</b>
3.1. (-) Despesas com pessoal	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00
3.2. (-) Despesas com vendas e marketing	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
3.3. (-) Despesas gerais	2.584,85	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10
3.4. (-) Impostos	555,28	555,28	555,28	555,28	585,76	585,76	585,76	585,76	616,24	616,24	616,24	616,24
3.5. (-) Despesas financeiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.6. (-) Depreciação	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65
3.7. (-) Aquisição de imobilizado	9.974,79	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>4. Saldo do período</b>	<b>14.664,43</b>	<b>15.049,05</b>	<b>15.433,67</b>	<b>15.818,29</b>	<b>16.680,43</b>	<b>17.542,57</b>	<b>18.404,71</b>	<b>19.266,85</b>	<b>20.606,51</b>	<b>21.946,17</b>	<b>23.285,83</b>	<b>24.625,49</b>
<b>5. (-) Reserva de capital</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>6. (+) Depreciação</b>	<b>148,65</b>											
<b>7. Fluxo líquido de Caixa</b>	<b>14.813,08</b>	<b>15.197,70</b>	<b>15.582,32</b>	<b>15.966,94</b>	<b>16.829,08</b>	<b>17.691,22</b>	<b>18.553,36</b>	<b>19.415,50</b>	<b>20.755,16</b>	<b>22.094,82</b>	<b>23.434,48</b>	<b>24.774,14</b>

Fonte: Elaborada pela autora

## APÊNDICE H –FLUXO DE CAIXA – ANO 2 – CENARIO PESSIMISTA

<b>FLUXO DE CAIXA - ANO 2</b>												
	<b>JAN</b>	<b>FEV</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAIO</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SET</b>	<b>OUT</b>	<b>NOV</b>	<b>DEZ</b>
<b>1. Saldo de caixa inicial</b>	<b>24.774,14</b>	<b>26.591,32</b>	<b>28.408,50</b>	<b>30.225,68</b>	<b>32.042,86</b>	<b>34.337,56</b>	<b>36.632,26</b>	<b>38.926,96</b>	<b>41.221,66</b>	<b>43.993,88</b>	<b>46.766,10</b>	<b>49.538,32</b>
<b>2. Total de entradas</b>	<b>7.112,00</b>	<b>7.112,00</b>	<b>7.112,00</b>	<b>7.112,00</b>	<b>7.620,00</b>	<b>7.620,00</b>	<b>7.620,00</b>	<b>7.620,00</b>	<b>8.128,00</b>	<b>8.128,00</b>	<b>8.128,00</b>	<b>8.128,00</b>
2.1. Receitas de Vendas	7.112,00	7.112,00	7.112,00	7.112,00	7.620,00	7.620,00	7.620,00	7.620,00	8.128,00	8.128,00	8.128,00	8.128,00
2.2 Receitas financeiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.3. Outras Receitas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.4. Aporte de Capital	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>3. Total das Saídas</b>	<b>5.443,47</b>	<b>5.443,47</b>	<b>5.443,47</b>	<b>5.443,47</b>	<b>5.473,95</b>	<b>5.473,95</b>	<b>5.473,95</b>	<b>5.473,95</b>	<b>5.504,43</b>	<b>5.504,43</b>	<b>5.504,43</b>	<b>5.504,43</b>
3.1. (-) Despesas com pessoal	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00
3.2. (-) Despesas com vendas e marketing	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
3.3. (-) Despesas gerais	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10
3.4. (-) Impostos	646,72	646,72	646,72	646,72	677,20	677,20	677,20	677,20	707,68	707,68	707,68	707,68
3.5. (-) Despesas financeiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.6. (-) Depreciação	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65
<b>4. Saldo do período</b>	<b>26.442,67</b>	<b>28.259,85</b>	<b>30.077,03</b>	<b>31.894,21</b>	<b>34.188,91</b>	<b>36.483,61</b>	<b>38.778,31</b>	<b>41.073,01</b>	<b>43.845,23</b>	<b>46.617,45</b>	<b>49.389,67</b>	<b>52.161,89</b>
<b>5. (-) Reserva de capital</b>	<b>-</b>											
<b>6. (+) Depreciação</b>	<b>148,65</b>											
<b>7. Fluxo líquido de Caixa</b>	<b>26.591,32</b>	<b>28.408,50</b>	<b>30.225,68</b>	<b>32.042,86</b>	<b>34.337,56</b>	<b>36.632,26</b>	<b>38.926,96</b>	<b>41.221,66</b>	<b>43.993,88</b>	<b>46.766,10</b>	<b>49.538,32</b>	<b>52.310,54</b>

Fonte: Elaborada pela autora

## APÊNDICE I – FLUXO DE CAIXA – ANO 3 – CENÁRIO PESSIMISTA

<b>FLUXO DE CAIXA - ANO 3</b>												
	<b>JAN</b>	<b>FEV</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAIO</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SET</b>	<b>OUT</b>	<b>NOV</b>	<b>DEZ</b>
<b>1. Saldo de caixa inicial</b>	<b>52.310,54</b>	<b>55.560,28</b>	<b>58.810,02</b>	<b>62.059,76</b>	<b>65.309,50</b>	<b>69.036,76</b>	<b>72.764,02</b>	<b>76.491,28</b>	<b>80.218,54</b>	<b>84.423,32</b>	<b>88.628,10</b>	<b>92.832,88</b>
<b>2. Total de entradas</b>	<b>8.636,00</b>	<b>8.636,00</b>	<b>8.636,00</b>	<b>8.636,00</b>	<b>9.144,00</b>	<b>9.144,00</b>	<b>9.144,00</b>	<b>9.144,00</b>	<b>9.652,00</b>	<b>9.652,00</b>	<b>9.652,00</b>	<b>9.652,00</b>
2.1. Receitas de Vendas	8.636,00	8.636,00	8.636,00	8.636,00	9.144,00	9.144,00	9.144,00	9.144,00	9.652,00	9.652,00	9.652,00	9.652,00
2.2 Receitas financeiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.3. Outras Receitas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.4. Aporte de Capital	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>3. Total das Saídas</b>	<b>5.534,91</b>	<b>5.534,91</b>	<b>5.534,91</b>	<b>5.534,91</b>	<b>5.565,39</b>	<b>5.565,39</b>	<b>5.565,39</b>	<b>5.565,39</b>	<b>5.595,87</b>	<b>5.595,87</b>	<b>5.595,87</b>	<b>5.595,87</b>
3.1. (-) Despesas com pessoal	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00
3.2. (-) Despesas com vendas e marketing	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
3.3. (-) Despesas gerais	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10	1.988,10
3.4. (-) Impostos	738,16	738,16	738,16	738,16	768,64	768,64	768,64	768,64	799,12	799,12	799,12	799,12
3.5. (-) Despesas financeiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.6. (-) Depreciação	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65	148,65
<b>4. Saldo do período</b>	<b>55.411,63</b>	<b>58.661,37</b>	<b>61.911,11</b>	<b>65.160,85</b>	<b>68.888,11</b>	<b>72.615,37</b>	<b>76.342,63</b>	<b>80.069,89</b>	<b>84.274,67</b>	<b>88.479,45</b>	<b>92.684,23</b>	<b>96.889,01</b>
<b>5. (-) Reserva de capital</b>	<b>-</b>											
<b>6. (+) Depreciação</b>	<b>148,65</b>											
<b>7. Fluxo líquido de Caixa</b>	<b>55.560,28</b>	<b>58.810,02</b>	<b>62.059,76</b>	<b>65.309,50</b>	<b>69.036,76</b>	<b>72.764,02</b>	<b>76.491,28</b>	<b>80.218,54</b>	<b>84.423,32</b>	<b>88.628,10</b>	<b>92.832,88</b>	<b>97.037,66</b>

Fonte: Elaborada pela autora

## ANEXOS

## ANEXO A – TABELA HONORÁRIOS CONTÁBEIS – DEFINIDOS PELOS SESCON/SC (2016)

COMÉRCIO - REGIME SIMPLES - Micro empresa e empresa de pequeno porte							
Até 100 documentos contábeis e fiscais							
Regiões		Grande Florianópolis	Norte e Vale do Itajaí	Região Sul Catarinense	Planalto Serrano e Alto Vale	Região Oeste Catarinense	Média do Estado
Sem funcionários	Valores médios	509,23	436,64	427,76	404,29	310,34	417,65
Até 5 funcionários		716,03	584,58	578,28	547,18	466,89	578,59
6 a 15 funcionários		1.061,21	894,02	870,25	866,78	836,81	905,81
16 a 30 funcionários		1.677,09	1.376,34	1.360,24	1.401,24	1.468,36	1.456,66
INDÚSTRIA - REGIME SIMPLES - Micro empresa e empresa de pequeno porte							
Até 100 documentos contábeis e fiscais							
Regiões		Grande Florianópolis	Norte e Vale do Itajaí	Região Sul Catarinense	Planalto Serrano e Alto Vale	Região Oeste Catarinense	Média do Estado
Sem funcionários	Valores médios	531,30	483,48	472,59	455,35	375,12	463,57
Até 5 funcionários		710,74	623,19	611,72	580,90	489,96	603,30
6 a 15 funcionários		1.087,09	939,68	954,79	923,05	940,83	969,09
16 a 30 funcionários		1.693,36	1.460,13	1.443,23	1.437,84	1.441,90	1.495,29
EMPRESA DE SERVIÇOS - REGIME SIMPLES - Micro empresa e empresa de pequeno porte							
Até 100 documentos contábeis e fiscais							
Regiões		Grande Florianópolis	Norte e Vale do Itajaí	Região Sul Catarinense	Planalto Serrano e Alto Vale	Região Oeste Catarinense	Média do Estado
Sem funcionários	Valores médios	484,76	439,55	393,82	393,57	327,61	407,86
Até 5 funcionários		690,18	578,01	543,47	522,84	498,59	566,62
6 a 15 funcionários		1.010,66	889,17	854,27	846,42	839,63	888,03
16 a 30 funcionários		1.546,35	1.333,35	1.284,54	1.256,80	1.197,63	1.323,73
COMÉRCIO - REGIME LUCRO PRESUMIDO							
Até 100 documentos contábeis e fiscais							
Regiões		Grande Florianópolis	Norte e Vale do Itajaí	Região Sul Catarinense	Planalto Serrano e Alto Vale	Região Oeste Catarinense	Média do Estado
Sem funcionários	Valores médios	693,32	577,00	713,47	556,70	461,22	580,42
Até 5 funcionários		912,74	759,10	737,71	732,57	702,10	768,85
6 a 15 funcionários		1.364,47	1.233,00	1.094,59	1.058,89	1.069,04	1.164,00
16 a 30 funcionários		1.925,38	1.806,03	1.782,54	1.646,42	1.723,55	1.776,79
INDÚSTRIA - REGIME LUCRO PRESUMIDO							
Até 100 documentos contábeis e fiscais							
Regiões		Grande Florianópolis	Norte e Vale do Itajaí	Região Sul Catarinense	Planalto Serrano e Alto Vale	Região Oeste Catarinense	Média do Estado
Sem funcionários	Valores médios	692,04	627,08	618,06	619,15	495,88	610,44
Até 5 funcionários		944,85	830,44	802,75	781,01	719,85	815,78
6 a 15 funcionários		1.383,22	1.177,15	1.169,65	1.140,85	1.156,99	1.205,57
16 a 30 funcionários		1.989,19	1.903,27	1.775,56	1.675,57	1.763,29	1.821,37

Continua...

...Continuação

EMPRESA DE SERVIÇOS - REGIME LUCRO PRESUMIDO							
Até 100 documentos contábeis e fiscais							
Regiões		Grande Florianópolis	Norte e Vale do Itajaí	Região Sul Catarinense	Planalto Serrano e Alto Vale	Região Oeste Catarinense	Média do Estado
Sem funcionários	Valores médios	670,75	574,02	596,83	553,52	536,47	586,32
Até 5 funcionários		894,92	753,93	741,45	730,50	677,20	759,60
6 a 15 funcionários		1.384,20	1.086,94	1.040,08	1.015,87	1.035,56	1.112,53
16 a 30 funcionários		1.936,13	1.659,45	1.590,19	1.537,44	1.556,21	1.655,88
COMÉRCIO - REGIME DE LUCRO REAL							
Até 100 documentos contábeis e fiscais							
Regiões		Grande Florianópolis	Norte e Vale do Itajaí	Região Sul Catarinense	Planalto Serrano e Alto Vale	Região Oeste Catarinense	Média do Estado
Sem funcionários	Valores médios	899,41	939,80	920,35	845,57	753,01	871,63
Até 5 funcionários		1.045,85	1.209,83	1.179,09	1.027,31	1.215,80	1.135,58
6 a 15 funcionários		1.401,42	1.461,81	1.432,65	1.222,73	1.194,34	1.342,59
16 a 30 funcionários		1.882,51	2.212,30	2.159,35	1.786,30	1.818,38	1.971,77
INDUÚSTRIA - REGIME DE LUCRO REAL							
Até 100 documentos contábeis e fiscais							
Regiões		Grande Florianópolis	Norte e Vale do Itajaí	Região Sul Catarinense	Planalto Serrano e Alto Vale	Região Oeste Catarinense	Média do Estado
Sem funcionários	Valores médios	983,10	1.042,26	1.069,22	1.018,72	909,88	1.004,63
Até 5 funcionários		1.130,91	1.246,52	1.183,29	1.113,82	977,12	1.130,34
6 a 15 funcionários		1.526,92	1.636,53	1.613,58	1.312,39	1.307,72	1.479,43
16 a 30 funcionários		2.008,01	2.204,27	2.008,01	1.915,97	1.852,39	1.997,73

Fonte: SESCOB (2016)