

Felipe Pedroso Castelo Branco Casseiro Martins

PLANO DE NEGÓCIOS  
CASTELO BRANCO CONSULTORIA E ASSESSORIA  
CONTÁBIL LTDA

Belo Horizonte

2011

Felipe Pedroso Castelo Branco Casseiro Martins

PLANO DE NEGÓCIOS  
CASTELO BRANCO CONSULTORIA E ASSESSORIA  
CONTÁBIL LTDA

Trabalho apresentado à disciplina  
“Comportamento Empreendedor”  
para obtenção de créditos de  
aprovação no curso de graduação  
em Ciências Contábeis da Faculdade  
FEAD – Educação a Distância.  
Orientador: Prof. Cintia Yukiko  
Fugie de Castro.

Belo Horizonte

2011  
**SUMÁRIO**

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	04
<b>1. PLANO DE NEGÓCIOS</b> .....	04
1.1 1ª ETAPA.....	04
1.1.1 INTRODUÇÃO.....	04
1.1.2 CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO.....	04
1.1.3 LOCALIZAÇÃO E INSTALAÇÃO.....	04
1.2 2ª ETAPA.....	05
1.2.1 ANÁLISE DE MERCADO.....	05
1.2.2 CONSUMIDOR.....	05
1.2.3 FORNECEDOR.....	06
1.2.4 CONCORRENTES.....	06
1.3 3ª ETAPA.....	07
1.3.1 PLANO OPERACIONAL.....	07
1.4 4ª ETAPA.....	07
1.4.1 ESTRATÉGIA COMPETITIVA.....	07
1.5 5ª ETAPA.....	08
1.5.1 PLANO DE MARKETING.....	08
1.6 6ª ETAPA.....	08
1.6.1 PLANO FINANCEIRO.....	08
1.7 7ª ETAPA.....	09
1.7.1 CONCLUSÃO.....	09
<b>2. CONCLUSÃO</b> .....	10
<b>3.REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS</b> .....	10

## **INTRODUÇÃO**

O empreendedor possui grande habilidade para transformar idéias e oportunidades em negócios e empresas bem sucedidas, estando sempre atento as novas tendências e mudanças no mercado e com grande capacidade de liderar equipes e atrair investimentos e clientes, se adaptando rapidamente ao universo ao qual está inserido, contudo ao se implantar novos empreendimentos, além de suas habilidades e capacidades, faz se necessário a utilização de ferramentas capazes de verificar a viabilidade do investimento, planejando e detectando possíveis falhas no projeto, portanto para atender estas questões, necessitamos de um bom “Plano de Negócios”, que durante a implantação, será a base de orientação do empreendedor, apresentando todas as particularidades, fatores internos e externos que interferem no desenvolvimento do empreendimento.

## **1. PLANO DE NEGÓCIOS**

### **1.1 1ª ETAPA**

#### **1.1.1 INTRODUÇÃO**

-Razão Social: Castelo Branco Consultoria e Assessoria Contábil Ltda

-CNPJ: 00.000.000/0001-00

-Data de Fundação: 01/01/2011

-Endereço: Rua Nhanduti, N°471, Bairro Caiçara Belo Horizonte-MG, CEP: 30.770-370

-Tel: (31)3444-4444

#### **1.1.2 CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO**

A empresa será estabelecida com a finalidade de atender a crescente demanda por serviços de consultoria e assessoria contábil e fiscal, visto que, as grandes mudanças no setor, principalmente referentes à legislação tributária, exigem profissionais qualificados para atuar no segmento, e com os incentivos governamentais para a abertura e gestão de empresas, a demanda será crescente nos próximos anos, levando em consideração , também, a atual escassez de prestadores de serviços no setor.

#### **1.1.3 LOCALIZAÇÃO E INSTALAÇÃO**

O local é um ótimo ponto para se exercer a atividade econômica, pois a área comercial é muito movimentada, com potenciais clientes, não possui concorrentes próximos, o fluxo de veículos não é muito alto, permitindo facilidade para estacionar nas proximidades do estabelecimento, o imóvel é próprio e está totalmente reformado.

## **1.2 2ª ETAPA**

### **1.2.1 ANÁLISE DE MERCADO**

Avaliando o mercado é possível perceber uma crescente demanda por serviços no setor, pois as pesquisas de mercado apontam tendências crescentes na abertura de empresas e negócios no país, o que pode ser evidenciado pelas “Juntas Comerciais” e “Cartórios Pessoas Jurídicas”. Outro aspecto é a falta de profissionais capazes de atender as necessidades desta demanda, cada vez mais exigente, que busca profissionais qualificados para colaborar no desenvolvimento de suas empresas.

O segmento, Contábil e Tributário, exige profissionais atualizados constantemente, pois as mudanças, legislativas e tecnológicas, são enormes no setor, sendo assim é necessário estar sempre atualizado participando de cursos, palestras e congressos, possuir material informativo sempre atualizado, e parceiros em sistemas de informação e consultorias específicas, para apresentar soluções rápidas e inovadoras aos clientes.

O grande volume de obrigações fiscais que são exigidos pelo fisco, criam sobrecarga aos profissionais do setor, que recebem multas altíssimas como responsáveis, e muitos acabam desistindo do negócio, já a falta de ética entre os contadores desvaloriza o profissional e os serviços prestados por eles, há uma competição no setor por serviços a baixo custo, ou seja, leilão de qual contador cobrará menos, sem levar em consideração a qualidade na consultoria e assessoria recebida.

### **1.2.2 CONSUMIDOR**

A captação de clientes está direcionada ao público de empresas de pequeno e médio porte, profissionais liberais, autônomos e empreendedores, que não possuem condições de manter o setor contábil e fiscal internamente na empresa, optando assim pela terceirização dos serviços contábeis, reduzindo assim o custo e tempo despendido com estes serviços.

O raio de atuação na captação de clientes será preferencialmente nas mediações do estabelecimento, atraindo comerciantes e prestadores de serviços no perfil pré-estabelecido, sendo a melhor forma de divulgação a indicação e referências dos próprios clientes satisfeitos com os serviços, outra forma de atrair clientes são as parcerias com o conselho de classe e sindicatos que objetivam transmitir credibilidade ao nosso público alvo.

### **1.2.3 FORNECEDOR**

Devido ao perfil das atividades promovidas no segmento contábil, a empresa necessita de fornecedores na área de Tecnologia da Informação, instalando sistemas de informações otimizados capazes de atender seus anseios, no suporte e nas tarefas rotineiras na área contábil, fiscal e trabalhista, permitindo a integração de dados e informações e colaborando na agilidade e qualidade dos serviços prestados, também, será imprescindível estabelecer parcerias com empresas de consultoria externa via internet e telefone, para dar suporte as possíveis dúvidas dos funcionários em matérias relacionadas a legislação tributária, contábil e trabalhista, aumentando a confiabilidade das informações repassadas aos clientes.

Os demais fornecedores necessários ao funcionamento das atividades da empresa estão ligados a materiais de escritório, materiais de uso e consumo, serviços de internet e telefone, água, energia elétrica, alimentação e outros serviços de suporte necessários ao bom andamento das atividades.

### **1.2.4 CONCORRENTES**

Empresas de contabilidade estabelecidas a muito tempo na região, que possuem grande credibilidade junto a seus clientes, economicamente sólidas no mercado, praticando preços bastante competitivos com serviços de qualidade, porém não conseguem atender toda a demanda, pois a capacidade produtiva da oferta de serviços é limitada, criando clientes insatisfeitos que buscam maior atenção e tempo de seus contadores para atender suas necessidades, e por serem empresas mais antigas estão pecando em relação a mudanças tecnológicas e estruturais, pois os sistemas de informação já estão defasados e vários profissionais estão acomodados e não buscam se atualizar e melhorar seu desempenho na organização, assim como os gestores e proprietários que, também, não investem mais esforços em melhorias contínuas.

### 1.3 3ª ETAPA

#### 1.3.1 PLANO OPERACIONAL

- **Serviços Prestados:** Consultoria e Assessoria Contábil, Tributária e trabalhista, e suas rotinas, como: registro contábil das transações comerciais de empresas e outras entidades, elaboração das demonstrações contábeis, preparação de declarações de imposto de renda pessoa física e jurídica, transmissão de todas as obrigações acessórias exigidas pelo fisco, atividades de auditoria e consultoria, confecção de folhas de pagamento de funcionários, cálculo de tributos, aberturas, alterações e baixas de sociedades, legalização de empresas, assessoria em processos de licitação e representação em órgãos e repartições públicas em interesses da empresa.

#### - Quadro de Funcionários:

QUADRO DE FUNCIONÁRIOS				
Cargo	Quantidade	Salário (R\$)	Encargo Social	Total (R\$)
Administrador/Gerente (Proprietário)	1	R\$ 3.000,00	-	R\$ 3.000,00
Analista Legalização de Empresas	1	R\$ 1.800,00	R\$ 144,00	R\$ 1.944,00
Analista Contábil	1	R\$ 1.800,00	R\$ 144,00	R\$ 1.944,00
Analista Fiscal	1	R\$ 1.800,00	R\$ 144,00	R\$ 1.944,00
Analista Trabalhista	1	R\$ 1.800,00	R\$ 144,00	R\$ 1.944,00
Auxiliar Contábil	1	R\$ 1.200,00	R\$ 96,00	R\$ 1.296,00
Auxiliar Fiscal	1	R\$ 1.200,00	R\$ 96,00	R\$ 1.296,00
Auxiliar Trabalhista	1	R\$ 1.200,00	R\$ 96,00	R\$ 1.296,00
Secretária		R\$ 1.000,00	R\$ 80,00	R\$ 1.080,00
			<b>TOTAL:</b>	<b>R\$ 15.744,00</b>

### 1.4 4ª ETAPA

#### 1.4.1 ESTRATÉGIA COMPETITIVA

A empresa visa competir neste segmento, prestando serviços com excelência em qualidade, direcionando todos os seus esforços ao cliente, com agilidade, clareza, educação, satisfação e praticidade, investindo em tecnologias de sistemas para auxiliar seus funcionários e de comunicação para interagir com os clientes, quanto aos custos operacionais será realizada uma gestão eficiente dos recursos, para evitar desperdícios, aplicaremos conceitos de gestão como os 5S para manter a qualidade no ambiente de trabalho e criar uma imagem positiva da empresa.

## 1.5 5ª ETAPA

### 1.5.1 PLANO DE MARKETING

Por se tratar de uma atividade intelectual, a divulgação da empresa seguirá um perfil mais modesto, visto que o público deste setor, busca profissionais através de indicações e referências, portanto nosso marketing será baseado na conduta profissional da empresa com os seus clientes, que através do famoso “boca a boca” divulgará a empresa de forma eficaz, mas também utilizaremos ferramentas tecnológicas, como sites, e-mail (Mala Direta), facebook e fóruns on-line, também participaremos ativamente de conselhos de classe, sindicatos, associações e eventos significativos, para ganhar reconhecimento de profissionais ligados a área.

## 1.6. 6ª ETAPA

### 1.6.1 PLANO FINANCEIRO

DEMONSTRATIVO DE INVESTIMENTOS					
Item	Discriminação	Unid.	Quant	Valor Unit (R\$)	Valor Total R\$
<b>1</b>	<b>Equipamentos de Informática</b>				
	Computadores	9	9	R\$ 1.200,00	R\$10.800,00
	Impressoras	2	2	R\$ 350,00	R\$ 700,00
<b>2</b>	<b>Móveis e Utensílios</b>				
	Mesas	10	10	R\$ 390,00	R\$ 3.900,00
	Cadeiras	15	15	R\$ 110,00	R\$ 1.650,00
	Armários e Prateleiras	4	4	R\$ 230,00	R\$ 920,00
<b>3</b>	<b>Máquinas e Equipamentos</b>				
	Ar Condicionado	1	1	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00
	PABX	1	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
	Telefone	9	9	R\$ 60,00	R\$ 540,00
	Purificador de Água	1	1	R\$ 299,00	R\$ 299,00
	Geladeira	1	1	R\$ 900,00	R\$ 900,00
	Cafeteira	1	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
<b>4</b>	<b>Outros</b>				
	Sistema de Segurança	1	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
	Sistema Informação (Software)	1	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
				<b>TOTAL:</b>	<b>R\$27.209,00</b>



<b>REGIME TRIBUTÁRIO</b>		
DESCRIÇÃO	VALOR(R\$)	
	Média Mensal	Anual
Receita Operacional	R\$ 27.000,00	R\$ 324.000,00
Serviços Prestados	R\$ 27.000,00	R\$ 324.000,00
(-) Deduções de Serviços Prestados	R\$ 2.770,20	R\$ 33.242,40
Simples Nacional	R\$ 2.770,20	R\$ 33.242,40
(=) Receita Operacional Líquida	R\$ 24.229,80	R\$ 290.757,60
(-) Custos	R\$ 21.958,00	R\$ 263.496,00
Salários Mão de Obra	R\$ 15.744,00	R\$ 188.928,00
Pró-Labore	R\$ 3.000,00	R\$ 36.000,00
Encargos Sociais	R\$ 944,00	R\$ 11.328,00
Serviços de Terceiros	R\$ 400,00	R\$ 4.800,00
Energia Elétrica	R\$ 250,00	R\$ 3.000,00
Água	R\$ 120,00	R\$ 1.440,00
Telefone	R\$ 260,00	R\$ 3.120,00
Manutenção	R\$ 230,00	R\$ 2.760,00
Sistema de Informação (Software)	R\$ 140,00	R\$ 1.680,00
Despesas com Veículos (Combustível)	R\$ 450,00	R\$ 5.400,00
Despesas Materiais de Escritório	R\$ 190,00	R\$ 2.280,00
Despesas Materiais de Uso e Consumo	R\$ 130,00	R\$ 1.560,00
Outros Custos	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
(=) Resultado Líquido	R\$ 2.271,80	R\$ 27.261,60

## **1.7 7º ETAPA**

### **1.7.1 CONCLUSÃO**

Ao realizar o plano de negócios da empresa percebemos que a viabilidade e retorno do empreendimento estão dentro dos padrões estimados, através da análise de mercado percebemos que existem algumas dificuldades quanto a concorrência, contudo a uma grande demanda de clientes potenciais que necessitam de serviços nesta área e que se identificam com os objetivos da empresa. O marketing será abordado no sentido de se prestar serviços com alto padrão de qualidade, pois o setor não necessita de grandes investimentos em propagandas e chamadas, pois o cliente procura profissionais através de referências e indicações. Portanto concluímos que o plano de negócios é viável e atende as expectativas de seus futuros proprietários e caso haja alguma mudança significativa que possa impactar o plano de negócios, o mesmo será adaptado a estas novas realidades.

## **2 CONCLUSÃO**

O Plano de Negócios é fundamental na implantação da empresa, pois ele apresenta todas as diretrizes que o empreendedor deverá levar em consideração para consolidar seu próprio negócio, apresentando fatores positivo e negativos na perspectiva dos clientes, e avaliando o mercado em relação fornecedores e concorrentes, planejando estratégias competitivas, na gestão de marketing e finanças, analisando receitas, custos e despesas, para prever resultados e avaliar a viabilidade do empreendimento.

Portanto, para abrir o próprio negócio utilize na prática todas as etapas do Plano de Negócios, pois assim sua visão na gestão e controle do empreendimento será completa, permitindo identificar e corrigir possíveis falhas e gargalos no projeto, que possam futuramente impactar de forma drástica no desenvolvimento do negócio.

### **3. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO ORÇAMENTO DE GESTÃO. **Atividades de Contabilidade**. Disponível em: <[www.cnae.ibge.gov.br](http://www.cnae.ibge.gov.br)>. Acesso em: 28 out. 2011.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE (Brasil). **Abra sua Empresa**. Disponível em: <[www.sebraemg.com.br](http://www.sebraemg.com.br)>. Acesso em: 28 out. 2011.