

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO

HENRIQUE DOS SANTOS DAMASCENO

**PLANO DE NEGÓCIO: VIABILIDADE DE ABERTURA
DE UM ESCRITÓRIO DE CONTABILIDADE**

BAURU
2015

HENRIQUE DOS SANTOS DAMASCENO

**PLANO DE NEGÓCIO: VIABILIDADE DE ABERTURA
DE UM ESCRITÓRIO DE CONTABILIDADE**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade do Sagrado Coração, como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Administração, sob a orientação da Profa. Espec. Elza Socorra Yamada Inoue.

BAURU
2015

Damasceno, Henrique dos Santos

D155p

Plano de negócio: viabilidade de abertura de um escritório de contabilidade / Henrique dos Santos Damasceno. -- 2015.

40f.: il.

Orientadora: Profa. Esp. Elza Socorra Yamada Inoue.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade do Sagrado Coração – Bauru – SP.

1. Empreendedorismo. 2. Viabilidade. 3. Plano de negócio. I. Inoue, Elza Socorra Yamada. II. Título.

HENRIQUE DOS SANTOS DAMASCENO

**PLANO DE NEGÓCIO: VIABILIDADE DE ABERTURA DE UM
ESCRITÓRIO DE CONTABILIDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade do Sagrado Coração como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Administração, sob orientação da Profa. Espec. Elza Socorra Yamada Inoue.

Banca Examinadora:

Profa. Esp. Elza Socorra Yamada Inoue
Universidade do Sagrado Coração

Profa. Ma. Debora Scardine da Silva Pistori
Universidade do Sagrado Coração

Profa. Esp. Wander Cavalcante Garcia
Universidade do Sagrado Coração

Bauru, 11 de dezembro de 2015.

Dedico esse trabalho a minha mãe Sueli C. dos Santos, que seu incentivo foi vital para minha formação, e para minha noiva Maysa Moretti que me deu todo o apoio para finalizar essa etapa da minha vida.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, a razão de todas as coisas, porque sem a sua força eu não conseguiria passar pelas dificuldades que todos os estudantes sofrem, sua presença me deu forças para levantar e seguir em frente.

Agradeço a minha mãe que sempre me incentivou a cursar essa graduação, sua ajuda foi fundamental para eu ser bem sucedido em minha vida, sobretudo nesta graduação.

Agradeço a minha noiva Maysa que me ajudou a passar por esse ciclo emprestando sua paciência e sua boa vontade e nos momentos de estudo.

Agradeço a minha família, em especial aos meus avôs, Doralice e Arlindo, aos meus irmãos, Vanessa e Alexandre, e aos meus sobrinhos, Anna Júlia e Davi, pelo incentivo em me motivar em relação ao curso.

Agradeço aos professores do ensino fundamental e médio, que deram toda estrutura educativa necessária para a minha formação.

Agradeço também a minha orientadora, Elza Socorra Yamada Inoue, pela dedicação, por ter me ajudado, por cada correção realizada no meu trabalho e pela sua exigência que me fez conseguir concluir esse trabalho.

Agradeço aos colaboradores da Universidade do Sagrado Coração, professores e coordenadores, que caminharam junto comigo e me auxiliaram a trilhar um excelente caminho rumo ao conhecimento.

“Pequenas oportunidades podem ser o início de grandes empreendimentos”.
Demóstenes.

RESUMO

A ferramenta mais importante para um empreendedor chegar ao sucesso é o plano de negócio, que de uma forma sistêmica, ajuda a definir seu plano de ação de maneira mais clara e organizada para viabilizar o seu negócio. Este trabalho tem como finalidade esclarecer e orientar o empreendedor a viabilizar um empreendimento na área contábil. Com a execução do plano, temos a oportunidade de verificar se o negócio em que será investido será viável. O presente estudo aborda a análise da viabilidade de abertura de um escritório de contabilidade na cidade de Bauru. Este trabalho apresenta como objetivo verificar a viabilidade de abertura de um escritório de contabilidade, assim como, em relação à elaboração do plano de negócios. Sua metodologia de acordo com os procedimentos utilizados classificou-se a pesquisa como bibliográfica, assim como por se tratar de um estudo de caso realizado, rotula-se a pesquisa quanto à natureza qualitativa. Verificou-se que o resultado deste estudo é favorável em relação à viabilidade de abertura de um escritório de contabilidade na cidade de Bauru no interior de São Paulo.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Plano de negócios. Viabilidade.

ABSTRACT

The most important tool for an entrepreneur to achieve success and the business plan, which in a systemic way, help to define their action plan more clear and organized way to enable your business. This work aims to clarify and guide the entrepreneur to enable an enterprise in accounting. With the plan, we have the opportunity to verify that the business to be invested will be viable. This study deals with analysis of the feasibility of opening an accounting office in the city of Bauru. This work has as objective to verify the feasibility of opening an accounting firm, as well as regarding the preparation of the business plan. Its methodology in accordance with the procedures used ranked research as literature, as well as for being an accomplished case study, the research-labels as the qualitative nature. It was found that the result of this study is favorable for opening feasibility of an accounting office in the city of Bauru in São Paulo.

Keywords: Entrepreneurship. Business plan. Viability.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	-	Análise SWOT	36
Figura 2	-	Tabela das áreas de prestação de serviços	39
Figura 3	-	Estimativa dos produtos para funcionamento inicial da empresa	44
Figura 4	-	Estimativa do Custo fixo da empresa	45
Figura 5	-	Estimativa dos custos pré-operacionais	45
Figura 6	-	Estimativa do faturamento da empresa/mês - Escrituração Contábil	47
Figura 7	-	Estimativa do faturamento da empresa/mês - Escrituração Livro Caixa	47
Figura 8	-	Estimativa do faturamento da empresa/mês - Escrituração Fiscal	48
Figura 9	-	Estimativa do faturamento da empresa/mês - Departamento Pessoal	48
Figura 10	-	Estimativa do faturamento da empresa/mês – Total de serviços	48
Figura 11	-	Fluxo de caixa	49

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CNAE - Classificação Nacional de Atividade Econômica

CNPJ - Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica

COFINS - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social

CRC – Conselho Regional de Contabilidade

CSLL - Contribuição Social Sobre o Lucro

DAS - Documento de Arrecadação Nacional

FGTS - Fundo de Garantia do Tempo de Serviço

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

INSS - Instituto Nacional do Seguro Social

IRPJ - Imposto de Renda da Pessoa Jurídica

ISSQN - Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza

ME - Micro Empresa

PIS - Programa de Integração Social

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	CARACTERIZAÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMA	15
1.2	OBJETIVO.....	16
1.2.1	Objetivo Geral.....	16
1.2.2	Objetivos Específicos	16
1.3	JUSTIFICATIVA	16
1.4.	ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO	17
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2.1	CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO.....	18
2.2	EMPREENDEDORISMO NO BRASIL.....	20
2.3	CARATERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR	21
2.4	PLANO DE NEGÓCIOS: CONCEITO E IMPORTÂNCIA	23
2.4.1.1	<i>Capa.....</i>	<i>24</i>
2.4.1.2	<i>Sumário</i>	<i>24</i>
2.4.1.3	<i>Sumário Executivo.....</i>	<i>24</i>
2.4.1.4	<i>Planejamento Estratégico do Negócio.....</i>	<i>25</i>
2.4.1.5	<i>Descrição da Empresa</i>	<i>25</i>
2.4.1.6	<i>Produtos e Serviços</i>	<i>25</i>
2.4.1.7	<i>Análise de Mercado.....</i>	<i>25</i>
2.4.1.8	<i>Plano de Marketing.....</i>	<i>26</i>
2.4.1.9	<i>Plano Financeiro.....</i>	<i>26</i>
2.4.1.10	<i>Anexos</i>	<i>26</i>
3	METODOLOGIA	27
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	28
4.1	SUMÁRIO EXECUTIVO	28
4.2	A EMPRESA.....	29
4.2.1	Razão social, missão, visão e valores.....	29
4.2.2	Documentos necessários para abrir uma empresa – escritório de contabilidade	29
4.3	ESTRUTURA ORGANIZACIONAL E LEGAL.....	29
4.3.1	Descrição legal	29
4.4	O PLANO DE MARKETING	30
4.4.1	Análise de mercado.....	30

4.4.1.1	<i>A clientela</i>	31
4.4.1.2	<i>Relacionamento com os clientes</i>	31
4.4.1.3	<i>Segmentação</i>	31
4.4.1.4	<i>A concorrência</i>	32
4.4.1.5	<i>Vantagens competitivas</i>	32
4.4.2	Análise de SWOT	33
4.5	ESTRATÉGIA DE MARKETING	34
4.5.1	O produto	34
4.5.2	Serviços ao cliente (venda e pós-venda)	34
4.5.3	Logo	36
4.5.4	Preço	37
4.5.5	Praça – distribuição	38
4.5.6	Promoção e publicidade	38
4.5.7	Marketing de serviços	38
4.5.8	Plano de operações	39
4.5.9	Horário de funcionamento	42
4.6	O PLANO FINANCEIRO	42
4.6.1	Investimento Inicial	42
4.6.2	Projeção dos resultados	43
4.6.3	Fluxo de Caixa	44
4.6.4	Capital de giro	46
4.6.5	Ponto de Equilíbrio	46
4.6.6	Análise de investimentos	47
5	CONSIDERAÇÕES	48
	REFERÊNCIAS	49

1 INTRODUÇÃO

A economia brasileira atual passa por dificuldades que afetam todos os setores. Havendo uma visão sistêmica do mercado é possível compreender que os dias atuais são difíceis, isso afeta o empreendedor e seu ambiente externo na assertividade de uma determinada estratégia ou um determinado plano.

A concorrência também é fator integrante nesta análise, a variedade de ofertas e produtos obriga as empresas a se atualizarem e a oferecer em um produto ou serviço que atenda as características e vontades do consumidor, a fim de criar vínculo com o mesmo. A concorrência pressiona as empresas a conquistarem e adquirirem um diferencial de mercado para atratividade de grupos que a possam dar a almejada lucratividade.

O empreendedor é o sujeito capaz de identificar e prever riscos, assim como oportunidades e transformá-las em negócios além de ter a noção de quais serão os riscos para o empreendimento.

Segundo Drucker (2003):

Empreendedor é um indivíduo que identifica oportunidades e para explorá-las toma iniciativa de reunir, organizar ou administrar recursos na forma de uma empresa autônoma, assumindo uma quantidade significativa de risco associado com a participação acionária nesta empresa, comprometendo-se pessoalmente com o resultado.

Em plena expansão, o mercado para empreendedores desempenha uma importante função na economia, com geração de empregos e riquezas para o país.

Daí a necessidade de construir um plano para teste de viabilidade para um escritório de contabilidade, conhecendo ou não o mercado, o empreendedor terá que mensurar riscos para que o seu negócio não venha a sucumbir.

A contabilidade é cada vez mais uma área fundamental para as empresas em relação a prestação de serviços, seja na abertura de uma empresa, ou no sentido de recolher impostos, ou ainda nas mais variadas técnicas que as ciências contábeis oferecem para o desenvolvimento da empresa.

Conforme atesta Marion (2009, p.26):

Observamos com certa frequência que várias empresas, principalmente as pequenas, têm falido ou enfrentam sérios problemas de sobrevivência. Ouvimos empresários que criticam a carga tributária, os encargos sociais, a falta de recursos, os juros altos etc., fatores que, sem dúvida, contribuem para debilitar a empresa. Entretanto, descendo fundo em nossas investigações, constatamos que, muitas vezes, a “célula cancerosa” não

repousa nessas críticas, mas na má gerência, nas decisões tomadas sem respaldo, sem dados confiáveis.

Em um determinado empreendimento, a informação contábil permite analisar, planejar e controlar a situação financeira da empresa de forma eficaz. Através de projeções, análises de investimento e retorno, o empreendedor possui mais subsídios para tomada de decisão e maior possibilidade de se destacar no mercado.

1.1 CARACTERIZAÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMA

Para identificar a viabilidade de abertura de um escritório, se faz necessário um planejamento claro e adequado, que dará respaldo para a tomada de decisão. Fazer o estudo de viabilidade é altamente fundamental, pois o empreendedor estará a par dos riscos que o negócio pode oferecer, assim como, estudar estratégias para se sobressair aos riscos a fim de se obter sucesso na empreitada de abrir um negócio.

De acordo com Ludícibus (2007, p. 25), “é o processo de decidir que curso de ação deverá ser tomado para o futuro”. Ainda segundo Ludícibus (2007), o planejamento é uma das finalidades para as quais se usa a informação contábil.

Segundo dados de 30 de setembro de 2015, fornecidos pelo CFC¹ (Conselho Federal de Contabilidade), 529.418 profissionais da contabilidade possuem registro ativo no Brasil. São Paulo é o estado com o maior número de profissionais registrados: 148.332, número que corresponde a 28% do total. A maioria das organizações contábeis do País também se concentra no estado de São Paulo. São 15.253, ou 30,5% de um total de 49.922 empresas em todo o Brasil.

Diante disso, para que o empreendedor inicie um negócio no ramo contábil, é importante que o determinado estudo, analise o mercado e seus concorrentes, assim como estudo e análise de investimentos e retorno. São essas informações que o empreendedor precisa para solidificar a viabilidade de abertura de um negócio.

¹ CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DE SÃO PAULO. **Apresentação.** São Paulo. CRC, 2015. Disponível em: < www.crcsp.org.br/transparencia >. Acesso em: 10 nov. 2015.

Definiu-se como problemática de pesquisa a partir da demarcação do trabalho: Qual a importância de se utilizar um planejamento para abrir uma empresa? O plano de negócios é uma ferramenta essencial para esse processo?

1.2 OBJETIVO

Buscando responder ao questionamento da pesquisa foram estruturados o objetivo geral e os objetivos específicos apresentados a seguir.

1.2.1 Objetivo Geral

Realizar um plano de negócios para verificar a viabilidade de abertura de um escritório de contabilidade

1.2.2 Objetivos Específicos

- Realizar uma revisão bibliográfica
- Elaborar um plano de negócios
- Verificar a viabilidade de abertura de uma empresa.

1.3 JUSTIFICATIVA

Estudar a viabilidade de abertura de uma empresa é, sem dúvida, fundamental para o desenvolvimento efetivo do empreendimento. Para o empreendedor, o estudo é necessário, uma vez que a imprevisibilidade do mercado, falhas de gestão e muitas outras variáveis, contribuem para o fracasso de uma empresa, uma vez que, a viabilidade não foi colocada a estudo.

No que se diz respeito à tomada de decisão, o empreendedor torna-se apto para tomar as mais variadas determinações para que sua organização prospere e tenha sucesso, além disso, o estudo de viabilidade auxiliará como uma ferramenta de gestão para o processo de construção de uma determinada empresa.

Qualquer organização usufrui da tomada de decisão constantemente, para tomar decisões, o empreendedor precisa ter acesso a informações, banco de dados para usá-los como instrumento para prevenir-se de futuros acontecimentos políticos

e econômicos, de acordo com Drucker (1995, p.131), “o planejamento não diz respeito a decisões futuras, mas as implicações futuras de decisões presentes”.

1.4. ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

Este estudo contempla cinco capítulos, onde está distribuído conforme citado abaixo:

O primeiro capítulo apresenta a introdução, que compreende os objetivos do presente estudo e a justificativa que norteou a pesquisa.

O segundo capítulo contém o referencial teórico onde direcionou a análise da pesquisa.

O capítulo três expõe a metodologia da pesquisa realizada.

No quarto capítulo há a apresentação e análise dos dados, por meio de estudo de caso.

O penúltimo capítulo, o quinto, possui as considerações finais sobre o tema pesquisado e as recomendações para futuros trabalhos ou como fonte de consulta para solução de problemas.

No último, a pesquisa apresenta as referências utilizadas na elaboração do trabalho.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo são apresentadas as bases teóricas para a realização do estudo proposto. Elas estão expressas por importantes autores em empreendedorismo

2.1 CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO

Entende-se empreendedorismo como expressão para identificar pessoas que transformam o ambiente em que atuam.

Segundo Dornelas (2005, p.39-40) “Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva a criação de negócios de sucesso”.

Conforme Tornatzky (2005) et al apud Dornelas (2012, p.32):

O talento empreendedor resulta da percepção, direção, dedicação e muito trabalho dessas pessoas especiais que fazem acontecer. Onde existe este talento, há oportunidades de crescer, diversificar e desenvolver novos negócios. Mas talento sem ideias é como uma semente sem água. Quando o talento é somando a tecnologia e as pessoas têm boas ideias viáveis, o processo empreendedor esta na iminência de ocorrer. Mas, existe ainda a necessidade de um combustível essencial para que finalmente o negócio saia do papel: o capital. O componente final é o Know-how, ou seja, o conhecimento e a habilidade de fazer convergir em um ambiente o talento, a tecnologia e o capital que fazem a empresa crescer.

Conceituar como em um todo o empreendedorismo e refletir a respeito do mercado no que tange a forma como as pessoas procuram recursos para viverem do seu próprio trabalho, seja como prestador de serviços, indústrias ou alguns nichos que o ambiente empresarial proporciona ao empresário e suas ideias. De acordo com Dolabela (1999):

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução de entrepreneurship e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação e é antes de tudo, aquele que se dedica à geração de riquezas em diferentes níveis de conhecimento, inovando e transformando conhecimento em produtos ou serviços em diferentes áreas. (DOLABELA, 1999, p. 68).

O empreendedorismo nada mais é do que o processo de transformação do intangível para o tangível, ou seja, a utilização dos conceitos aplicados a fim de que se tenham objetivos traçados alcançados mediante ao planejamento e controle do empreendedor tendo como desígnio a viabilidade do empreendimento.

Longenecker, Moore e Petty (1998, p. 3) destacam que “o empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”.

Levando em consideração inúmeros fatores capazes de alterar os rumos traçados pelo empreendedor, a eficácia do projeto dependerá da formulação da inovação da empresa para atender as necessidades do consumidor.

Santos (2011, p. 85) constata que: “Nos dias atuais significa a atividade de toda a pessoa que está na base de uma empresa, desde um franqueado, um dono de oficina mecânica, até aquele que criou e desenvolveu uma multinacional”.

A conceituação do termo é designada em virtude de visão peculiar e particular em vários aspectos em que, sobretudo, refletem o significado do conceito em uma visão sistêmica e apoiada no conhecimento proporcionado.

Constata Chiavenato (2005, p. 5), “o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades”.

Os autores não apenas concordam em relação aos conceitos do empreendedorismo, como complementa um o conceito do outro respectivamente. Na visão dos mesmos o empreendedorismo é um trabalho elaborado e implementado em equipe, que, devidamente seguido a risca o processo eficaz de transformação da ideia em oportunidade para ganho de lucro, representa uma oportunidade de sucesso, seja em uma pequena, média, ou grande empresa agregando novos valores para o consumidor e seu ambiente onde ele vive.

2.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O empreendedorismo no Brasil começou a se desenvolver a partir da década de 90, e desde então, vem influenciando e se destacando de forma que traga transformações no cenário econômico brasileiro.

Dornelas (2005) define o princípio do desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil:

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio as Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para a Exportação de Software) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas. Os ambientes político e econômico dos países não eram propícios, e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo na jornada empreendedora. Dornelas (2005, p.39-40).

Nos dias atuais, o empreendedorismo vem apresentado gradativamente incentivo por parte do governo em relação à melhora do ambiente legal, ou seja, incentivo em relação a impostos o que conseqüentemente aumenta o número de formalizações.

Torna-se cultural por parte do brasileiro abrir seu próprio negócio em relação às vantagens que o mesmo proporcionará, entretanto, o nível de mortalidade das empresas tem sido alto, o que demonstra falta de preparo e planejamento para a gestão do negócio analisado aspectos gerais. Conforme acrescenta Maximiano (2011):

No Brasil, entretanto, a probabilidade de manter um novo negócio por mais de três anos é relativamente baixa. Uma das principais razões é a falta de políticas públicas que viabilizem a consolidação dos novos empreendimentos, o país não apresenta um cenário muito acolhedor ao pequeno empreendedor [...] (Maximiano (2011, p.7)

Pode-se dizer que o Brasil é um país empreendedor, quando vive algum período de crise econômica, logo, o percentual de demissões eleva-se consideravelmente, sendo assim, a população recorre aos serviços que são popularmente conhecidos como autônomos onde a crise representa não apenas uma oportunidade de empreender, de ter uma independência financeira, mas uma esperança de se conseguir renda, o empreendedorismo no Brasil também pode ser

visto com uma ótica mais criteriosa quando analisado em detrimento ao desemprego.

Com relação ao ensino do empreendedorismo no Brasil, Dolabela (1999) afirma que no país, pode-se dizer que o empreendedorismo está apenas começando, mas os resultados alcançados no ensino indicam que estamos no início de uma revolução silenciosa. O primeiro curso de que se tem notícia na área surgiu em 1981, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, por iniciativa do professor Ronald Degen e se chamava “Novos Negócios”.

As entidades citadas acima ofereceram ferramentas precisas para o empreendedor brasileiro. Em forma de consultoria, o empreendedor é auxiliado através de informações relevantes a respeito da montagem, da implementação, e do controle que o empreendedor terá que exercer frente ao seu empreendimento muito importante para pessoas que querem abrir um negócio, mas não tem conhecimento para efetuar sua gestão.

Os autores citados convergem em relação às respectivas citações salientando a origem e a falta da cultura empreendedorística brasileira relacionando que os ambientes políticos e econômicos não eram propícios ao empreendedorismo, além disso, os conceitos são complementados quando se faz uma breve análise da mortalidade empreendedorística brasileira.

2.3 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

Caracterizar o empreendedor é fazer uma breve descrição de sua personalidade e de seu caráter profissional salientando suas atitudes que refletem características que, se avaliadas profundamente, pode ajudar e entender o seu perfil e colaborar na tomada de decisão do mesmo,

Segundo Dornelas (2005), empreendedores são visionários, ou seja, são pessoas que enxergam uma oportunidade de empreendimento que uma pessoa jamais imaginou. A previsibilidade também é fundamental para o visionário empreendedor a fim de que, ele prevê, já a maneira certa para executar a oportunidade visionada. Não basta ter uma ideia somente, mas saber coloca-la em prática.

O empreendedor de sucesso é aquele que faz a diferença e sabe explorar ao máximo as oportunidades.

Para Drucker (2002), os empreendedores são pessoas que inovam. A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente. O empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela e a explora como sendo uma oportunidade.

Saber tomar decisões é característica predominante para o empreendedor, pois os rumos em que o negócio irá seguir, dependerá de uma decisão que, se tomada erroneamente poderá ruir todo um planejamento.

O Empreendedor é um ser social, produto do meio que habita (época e lugar). Se uma pessoa vive em um ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, então terá motivação para criar o seu próprio negócio. É fenômeno regional, ou seja, existem cidades, regiões, países mais ou menos empreendedores do que outros. O perfil do empreendedor (fatores do comportamento e atitudes que contribuem para o sucesso) pode variar de lugar para lugar. (DOLABELA, 1999). O mercado empresarial é repleto de empresas que incluem solidez de ideias, mas não tem diferencial, atratividade, (não conseguem atrair os olhos do consumidor), sendo assim, não estará fazendo a diferença, apenas, mais do mesmo.

Segundo Chiavenato (2012. p.37):

A visão do empreendedor é geralmente apoiada por um conjunto interligado, de ideias próprias e específicas não disponíveis no mercado;
Sua abordagem geral para realizar a visão é clara, embora os detalhes sejam incompletos, flexíveis e que emergem com a prática;
Os empreendedores promovem sua visão com paixão e entusiasmo [...].

Os autores obtêm enfoques diferentes em relação ao assunto em questão, enquanto falado das características do empreendedor, pode-se observar que empreendedorismo caracteriza-se como um sentimento em que implicitamente as pessoas para empreender têm que possuir para ter sucesso. De uma maneira diferente, apontado pela visão geral, constata-se que terá que sua abordagem ao empreendedorismo terá que ser clara, embora a solidez venha com a prática, em suma, a principal característica do empreendedor é ter vontade para empreender.

2.4 PLANO DE NEGÓCIOS: CONCEITO E IMPORTÂNCIA

É o principal método para viabilizar um empreendimento.

“O plano é formalizado de ideias, da oportunidade, do conceito, dos riscos, das experiências similares, das medidas para minimizá-los, das respostas os pré - requisitos, da estratégia competitiva, bem como do plano de marketing, de vendas, operacional e financeiro para viabilizar o negócio” (Degen, 1989, p.177).

Traçar objetivos e planejar sua execução são o principal fundamento de um plano de negócios, calcular cada passo planejado deve ser um padrão para todo o empreendedor ao abrir uma organização a fim de que os passos planejados sejam alçados em um objetivo claro de desenvolvimento da organização.

Segundo Chiavenato (2012, p. 6):

O plano de negócio – *business plan* – é documento que abarca um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento e define suas principais características e condições para proporcionar uma análise da sua viabilidade e dos seus riscos, bem como para facilitar sua implementação. É uma espécie de plano de viabilização em um empreendimento.

Sendo assim, de acordo com os autores plano de negócios é uma ferramenta muito importante para o empreendedor, pois sinalizará defeitos que poderiam acontecer no futuro, é uma ferramenta de previsibilidade e controle, pois preparará o empreendedor para os tipos de situações que o mesmo poderá enfrentar. É colocar em prática a oportunidade de negócio, as ideias desenvolvidas a fim de melhorá-las, aprimorá-las e até a criação de novas ideias e conceitos.

Segundo Maximiano (2011, p.10)

O plano de negócios é o desenho da empresa. Se a empresa fosse uma casa, o plano de negócios seria a planta detalhada, inclusive com orçamento. O plano de negócios é uma descrição detalhada da empresa, de seu funcionamento e do que é necessário para a sua instalação.

Quanto maior o planejamento desenvolvido, menores serão os riscos em que o empreendimento irá se expor obtendo-se a consequência de reduzir as incertezas do empreendedor, do investidor e da empresa.

Há convergência de opiniões entre os autores citados, os mesmos, concordam que o plano de negócios é vital para o sucesso ou o fracasso do empreendimento desenvolvido.

2.4.1. Estrutura do plano de negócios

Não existe um padrão para fazer um plano de negócios, pois, diversos autores apresentam uma estrutura diferente para elaboração. Os itens abordados poderão variar de acordo com o empreendimento e os objetivos do empreendedor. Abaixo a estrutura básica do plano de negócios.

A estrutura do Plano de Negócios é composto por vários temas que se relacionam e permitem um entendimento. Como já foi mencionado, este padrão de estrutura de um Plano de Negócios foi definido com base em estudos e observação de Planos de Negócios de empresas reais. Assim, acredita-se que esta estrutura proposta está adequada ao propósito deste manual, que foca esse público alvo. Cada seção está explicada em detalhes visando tornar a tarefa de escrever o Plano de Negócios de sua empresa mais simples e organizada.

De acordo com Chiavenato (2012):

2.4.1.1 Capa

A capa, apesar de não parecer, é uma das partes mais importantes do Plano de Negócios, pois é a primeira coisa que é visualizada por quem lê a seu Plano de Negócios, devendo, portanto, ser feita de maneira limpa e com as informações necessárias e pertinentes.

2.4.1.2 Sumário

O Sumário deve conter o título de cada seção do Plano de Negócios e a página respectiva onde se encontra.

2.4.1.3 Sumário Executivo

O Sumário Executivo é a principal seção do seu Plano de Negócios. Através do Sumário Executivo é que o leitor decidirá se continua ou não a ler o seu Plano de Negócios. Portanto, deve ser escrito com muita atenção, revisado várias vezes e conter uma síntese das principais informações que constam em seu Plano de Negócios. Deve ainda ser dirigido ao público alvo do seu Plano de Negócios e

explicitar qual o objetivo do Plano de Negócios em relação ao Leitor (ex.: requisição de financiamento junto a bancos, capital de risco, apresentação da empresa para potenciais parceiros ou clientes etc.). O Sumário Executivo deve ser a última seção a ser escrita, pois depende de todas as outras seções do plano para ser feita.

2.4.1.4 Planejamento Estratégico do Negócio

A seção de planejamento estratégico é onde você define os rumos de sua empresa, sua situação atual, suas metas e objetivos de negócio, bem como a descrição da visão e missão de sua empresa. É a base para o desenvolvimento e implantação das demais ações de sua empresa.

2.4.1.5 Descrição da Empresa

Nesta seção você deve descrever sua empresa, seu histórico, crescimento/faturamento dos últimos anos, sua razão social, impostos, estrutura organizacional, localização, parcerias, serviços terceirizados etc.

2.4.1.6 Produtos e Serviços

Nesta seção do seu Plano de Negócios você deve descrever quais são seus produtos e serviços, como são produzidos, ciclo de vida, fatores tecnológicos envolvidos, pesquisa e desenvolvimento, principais clientes atuais, se detém marca e/ ou patente de algum produto etc.

2.4.1.7 Análise de Mercado

Na seção de Análise de Mercado, você deverá mostrar que conhece muito bem o mercado consumidor do seu produto/serviço (através de pesquisas de mercado): como estão segmentadas, as características do consumidor, análise da concorrência, a sua participação de mercado e a dos principais concorrentes, os riscos de negócio etc.

2.4.1.8 Plano de Marketing

O Plano de Marketing apresenta como você pretende vender seu produto/serviço e conquistar seus clientes, manter o interesse dos mesmos aumentar a demanda. Deve abordar seus métodos de comercialização, diferenciais do produto/serviço para o cliente, política de preços, projeção de vendas, canais de distribuição e estratégias de promoção/comunicação e publicidade.

2.4.1.9 Plano Financeiro

A seção de finanças deve apresentar em números todas as ações planejadas de sua empresa e as comprovações, através de projeções futuras (quanto precisa de capital, quando e com que produto), de sucesso do negócio. Deve conter itens como fluxo de caixa com horizonte de três anos, balanço, ponto de equilíbrio, necessidades de investimento, lucratividade prevista, prazo de retorno sobre investimentos etc.

2.4.1.10 Anexos

Esta seção deve conter todas as informações que você julgar relevantes para o melhor entendimento de seu Plano de Negócios. Por isso, não tem um limite de páginas ou exigências a serem seguidas. A única informação que você não pode esquecer-se de incluir é a relação dos *curriculum vitae* dos sócios da empresa. Você poderá anexar ainda informações como fotos de produtos, plantas de localização, roteiro e resultados completos das pesquisas de mercado que você realizou material de divulgação de seu negócio, folders, catálogos, estatutos, contrato social da empresa, planilhas financeiras detalhadas etc.

3 METODOLOGIA

Esse trabalho, de acordo com os procedimentos utilizados classificou-se a pesquisa como bibliográfica, como citado por Gil (2010, p. 29): “A pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material já publicado. [...] elaborada com o propósito de fornecer fundamentação teórica ao trabalho, bem como a identificação do estágio de conhecimento referente ao tema.” Através deste ponto considerou materiais impressos e/ou materiais disponíveis na internet.

Por se tratar de um estudo de caso realizado, rotula-se a pesquisa quanto a natureza qualitativa, pois de acordo com Dias e Ferreira (2010, p. 46): “Os dois principais exemplos de métodos qualitativos são os estudos de caso e a etnografia.” A pesquisa qualitativa envolve uso de dados obtidos em entrevistas, documentos e observações com objetivo de compreensão fenômenos de um contexto. (DIAS; FERREIRA, 2010).

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Segue abaixo a elaboração do plano de negócios da empresa em questão para verificar a viabilidade de abertura. Conforme referências estudadas anteriormente seguiu a seguinte estrutura:

4.1 SUMÁRIO EXECUTIVO

A empresa será constituída por um único empresário, intitulado “Damasceno Escritório Contábil”. Localizada na cidade de Bauru a 350 km da capital. É uma microempresa prestadora de serviços de contabilidade. Seu proprietário é formado em administração de Empresas com o intuito de realizar graduação em Ciências Contábeis.

O projeto tem por objetivo construir uma organização que presta serviços à comunidade com o objetivo de tornar mais acessível os microempreendedores obterem serviço de contabilidade para fins fiscais e tributários.

No início do empreendimento, todas as responsabilidades serão focadas em uma só pessoa, o contador, que será o responsável pelas decisões e rumos que a empresa tomará.

O proprietário é graduado em Administração de Empresas e precisará ser em Ciências Contábeis para que o plano de negócios seja realizado efetivamente. Assim como, futuramente se tornar especialista em Gestão Estratégica de Negócios.

A descrição sumária das funções, objetivamente destina-se a somente um funcionário, este, terá que ser bacharel em Ciências Contábeis, com registro no CRC (Conselho Regional de Contabilidade). O profissional acumulará funções administrativas, analíticas bem como a aplicabilidade do aprendizado em funções contábeis, tais como: Fiscais, Tributárias e futuramente ampliando o seu campo de atuação prestando serviços de auditoria, pericia contábil e controladoria como consultoria.

A empresa necessitará de um investimento inicial de aproximadamente R\$ 42.000,00, custo fixo de R\$ 2.850,00, capital de giro de R\$ 66.997,00 tendo um retorno de 38,4% anual.

Verificou-se que é viável a abertura do empreendimento por ser rentável pelo capital de giro que analisado, oferece menos riscos ao empreendimento.

4.2 A EMPRESA

4.2.1 Razão social, missão, visão e valores

A razão social da referida empresa será Henrique dos Santos Damasceno – ME. E nome fantasia “Damasceno Escritório Contábil”.

A missão da empresa é “Oferecer um serviço de qualidade com pontualidade atendendo as expectativas dos clientes de forma eficaz com inovação”.

Como visão terá de “Ser referencia e modelo no mercado contábil regional, assim como na prestação de serviços ao cliente”.

Tendo como valores “Ética, integridade, honestidade, respeito, trabalho em equipe, competência, compromisso com o cliente e reverência as leis e ao regime tributário”.

4.2.2 Documentos necessários para abertura da empresa – escritório de contabilidade.

O empreendedor deverá cumprir algumas exigências iniciais e somente poderá se estabelecer depois de cumpridas. São elas:

Formação profissional a nível superior como Contador ou o curso Técnico, Técnico em Contabilidade e registro no CRC e requerer um alvará na Prefeitura como Autônomo.

4.3 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL E LEGAL

4.3.1 Descrição legal²

A organização se caracteriza como micro empresa por esta ser de pequeno porte. Dar-se-á por um funcionário como citado, ou seja, como empresário.

² SOUZA P. C de. **Ideias de negócios:** como montar um escritório de contabilidade. São Paulo. SEBRAE, 2015. Disponível em: <www.sebrae.com.br/sites/portalsebrae/ideias/como-montar-umescrit%c3%b3rio-de-contabilidade>. Acesso em: 10 nov. 2015.

A empresa se enquadrará no sistema de tributação do ME (Microempreendedor individual) pelo fato das alíquotas tendem a ser menores e a administração da agenda tributária é mais simples coerente com o faturamento anual e o quadro de sócios da empresa.

Como imposto, a empresa pagará ISS mediante ao sistema de tributação à R\$5,00 sem alterações (Prestação de Serviços), sabendo-se que a empresa não terá funcionários consequentemente não irá pagar INSS.

4.4 O PLANO DE MARKETING

Para a elaboração do plano de marketing da empresa foi necessário abordar vários itens como: análise de mercado e estratégias de marketing.

4.4.1 Análise de mercado

Segundo o site do SEBRAE, o setor de contabilidade é um mercado que oferece condições propícias de instalação e manutenção com renda relativamente boa para os profissionais que têm conhecimentos técnicos, e teóricos práticos. Isto porque assumir a responsabilidade profissional da área contábil de uma empresa não é uma tarefa que permite falhas, já que qualquer erro ou não cumprimento de obrigações acessórias poderá ser refletido em apelação pecuniária contra a empresa. Esse elemento significa, normalmente, o fim da carreira de um profissional no que tange a trabalhar com empresas sérias e que cumprem sua responsabilidade social, econômica, financeira e tributária.

O mercado é crescente e carece bastante de contabilistas que agreguem valor à aplicação das técnicas e princípios contábeis no cotidiano das empresas, tanto na escrituração contábil quanto na orientação aos empresários, visando dotá-los de todas as informações necessárias para a tomada de decisão no dia-a-dia. Toda empresa precisa de um contabilista, seja de que ramo ou segmento empresarial for.

4.4.1.1 A clientela

O escritório prestará serviços para empresas principalmente de pequeno e médio porte. Também acolherá as distintas formas de tributação, números de lançamentos e funcionários.

Para o cliente, o Contador é o profissional que resolve os problemas de ordem fiscal, tributária e de pessoal. É quem traça a saúde financeira da empresa e, ao mesmo tempo, orienta sobre o correto pagamento de tributos. Mas é pelo seu desempenho que o Contador conquista seu cliente.

Também para atrair e fidelizar os clientes, o escritório desenvolverá um serviço de qualidade com diferencial competitivo de preço e prestação de serviço, buscando a fidelização dos clientes.

4.4.1.2 Relacionamento com os clientes

A relação entre escritório e clientes tem de ser regida por contrato para estabelecer de forma clara os deveres e obrigações das partes envolvidas. Existe atualmente grande concorrência no mercado, incentivada pelo processo de terceirização desses serviços. Uma boa saída para se diferenciar é a especialização, ou seja, o atendimento a um determinado segmento.

4.4.1.3 Segmentação

O mercado de prestação de serviços contábeis é bastante concorrido. Por isso, qualidade no atendimento e serviços é fator decisivo para o sucesso de um empreendimento contábil.

Apenas a prática não habilita o profissional a superar a concorrência. A empresa tem o conceito de que é imprescindível que o profissional faça o acompanhamento diário das mudanças econômicas e financeiras para que junto ao mercado, ele possa ser um diferencial em relação a sua segmentação.

O segmento da população que será o mercado em que prestaremos serviço está em plena expansão. A localização é o bairro Mary Dota que fica na região nordeste de Bauru onde se localizam inúmeras empresas de prestação de serviços, o bairro é o segundo maior conjunto habitacional da América latina e cada vez mais

as organizações estão à procura de um lugar para os seus negócios, terão acesso ao empreendendo as empresas (especialmente as microempresas) que estão localizadas do bairro como um todo. Como estudado, a cada ano o bairro tem uma grande procura de empresas justamente por ser um campo de crescimento muito grande de modo que atinja a população, são exemplos de grandes empresas e instituições que se localizam no Mary Dota: Confiança Supermercados, Frigorífico Mondelli, Banco do Brasil entre outros.

A classe C atualmente mantém um crescimento contínuo, cada vez mais, a população tem em mente a economia de capital para que futuramente possa abrir um determinado empreendimento, no núcleo Mary Dota não é diferente, existem diversas empresas individuais e microempresas espalhadas pelo bairro, o que constata um desenvolvimento significativo, sobretudo da população que tem princípios empreendedores e visivelmente colocados em prática.

4.4.1.4 A concorrência

A concorrência é uma variável que influencia sensivelmente no preço e, portanto deve ser minuciosamente estudada. Tratando-se de concorrência, teremos dois escritórios de contabilidade que estão localizados no bairro, a VIRTUAL ASSESSORIA CONTÁBIL e o TECNUS ASSESSORIA CONTÁBIL. A aplicação de recursos em propaganda é baixa, o que permite um menor percentual de consumidores a comprar o serviço dessas empresas, além disso, concentram-se suas atenções para as empresas de médio e pequeno porte, São empresas de terceirização de serviços de contabilidade em que sua área de atuação está atrelada a Tributária, Fiscal e Trabalhista.

4.4.1.5 Vantagens competitivas

As vantagens estão relacionadas à imagem positiva no mercado, que é o melhor cartão de visitas que um empreendimento pode conquistar em vista do reflexo de sua prestação de serviço, ou seja, a credibilidade é gerada a partir da prestação do serviço com a máxima qualidade é fundamental. O atendimento será a todos os nichos possíveis e em meio a contratação de um serviço, garantiremos a clientela a resolução de um problema ou uma demanda com a máxima eficiência.

A vantagem competitiva do serviço prestado é oferecer um atendimento de qualidade na prestação de serviço, com um nicho definido para a classe C (microempreendedores e empresas individuais), ou seja, estamos prestando um serviço segmentado que será ágil e qualificado, além disso, os serviços com tecnologia também será fortemente explorado; Serão usadas, ferramentas de ultima geração que aperfeiçoam o processo de trabalho, bem como, a gestão do empreendimento,

4.4.2 Análise de SWOT

Na análise de oportunidades e ameaças estudadas para o escritório de Contabilidade, foram levantados alguns indicadores, os quais podem ser visualizados nos pontos a seguir

Figura 1 - Análise SWOT

Pontos Fracos	Os pontos Fortes	Oportunidades:	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> Inexperiência Falta de recursos financeiros para ampliação do empreendimento Dificuldade para atendimento da demanda por falta de funcionários. Recursos financeiros escassos. 	<ul style="list-style-type: none"> Mix de serviços oferecido; Rede de Relacionamento; Habilidade de negociação; Excelente localização. 	<ul style="list-style-type: none"> Crescente número de pequenas empresas na cidade Economia em crescimento na parte de serviços. Lançamentos de programas de computadores para agilizar os processos. 	<ul style="list-style-type: none"> Entrada de novos concorrentes; Aumento da carga tributária na folha de pagamento e fiscal. Restrição ao Crédito.

Fonte: Elaborado pelo autor

4.5 ESTRATÉGIA DE MARKETING

4.5.1 O produto

A importância do serviço contábil para a organização é vital. Uma empresa sem histórico, sem identidade e sem as mínimas condições de sobreviver ou de planejar seu crescimento, seu futuro; não terá ficha cadastral, como também dificuldade de conseguir empréstimos bancários.

As funções do escritório de contabilidade não se limitarão a apurar os impostos e manter a contabilidade em dia, nossos serviços irão contribuir com todas as áreas da empresa com o objetivo de oferecer ao empresário as ferramentas necessárias para a preservação do seu patrimônio e a gestão dos negócios.

4.5.2 Serviços ao cliente (venda e pós-venda).

Uma das formas do escritório ser diferente e ir além do cumprimento das obrigações acessórias será entregar um atendimento de alta qualidade, mostrando real interesse pelos negócios do cliente, oferecendo esclarecimentos e estando disponível para ele. Além disso, a dedicação de tempo para o relacionamento com o cliente porque também impacta diretamente no controle da inadimplência no seu escritório contábil.

Construir uma relação de confiança é o maior investimento que um escritório de contabilidade pode fazer no longo prazo e a comunicação constante com os clientes é o combustível que alimenta essa relação. Quanto mais a par do negócio do cliente e acompanharemos nos procedimentos rotineiros, por exemplo, menos erros acontecerá e menor será o risco para os dois lados, principalmente depois da lei de Responsabilidade Solidária³.

A comunicação constante e transparente com os clientes reduzirá sensivelmente esse risco, pois participaremos da gestão do negócio mais de perto e

³ Sempre que uma ou mais empresas, embora tendo, cada uma delas, personalidade jurídica própria, estiverem sob a direção, controle ou administração de outra, constituindo grupo industrial, comercial ou de qualquer outra atividade econômica, serão, para os efeitos da relação de emprego, solidariamente responsáveis a empresa principal e cada uma das subordinadas (parágrafo 2º do artigo 2º da CLT). O responsável solidário, integrante do grupo econômico, que não participou da relação processual como reclamado e que, portanto, não consta no título executivo judicial como devedor, não pode ser sujeito passivo na execução.

podemos conferir as transações detalhadamente. Esta ação evitará que os clientes cheguem a uma situação crítica de caixa ou mesmo se atrapalhe na execução de um processo fiscal, sem se dar conta das complicações que pode gerar.

Estabelecer uma rotina de comunicação permitirá que a empresa esclareça dúvidas antes mesmo de elas existirem, otimizando o dia a dia dos clientes e da sua equipe.

Figura 2: Tabela das áreas de prestação de serviços.

Área de Serviços			
Escrituração Contábil	Escrituração Livro Caixa	Departamento Pessoal	Escrituração Fiscal
<ul style="list-style-type: none"> • Escrituração fiscal e contábil; • Elaboração de Balancetes a qualquer tempo; • Elaboração de Balanço Patrimonial; • Elaboração de Demonstrações de Resultados; 	<ul style="list-style-type: none"> • Lançamentos mensais e adicionais acima de 200 lançamentos 	<ul style="list-style-type: none"> • Admissão • Rescisão • Requerimento de benefício junto ao INSS • Homologação de rescisão • Folha de pagamento e contracheque 	<ul style="list-style-type: none"> • Aberturas, Alterações, Transferências, Cisão, Incorporação, Transformação e Encerramento de Empresas; • Elaboração de Declaração de Imposto de Renda de Pessoa Física. • Apuração mensal do Simples Nacional;

Fonte: Elaborada pelo autor

Em relação aos honorários do serviço de escritório de contabilidade que a empresa prestará, são vários fatores que decidem a cobrança de um preço para um determinado serviço, ou seja, cada caso tem uma complexidade que pode variar com o preço de cobrança. Como por exemplo, um escritório pode cobrar por

determinado valor uma declaração de imposto de renda simples, é com o preço mais elevado para uma declaração com o maior número de bens.

O escritório de contabilidade também se baseará no faturamento da empresa para estipular seus honorários que também pode variar de acordo com a complexidade de cada caso.

Ainda, vamos cobrar o preço por pacote, dividiremos em áreas de serviços e estipularemos um preço de acordo com a dificuldade e complexidade como já foi dito.

Em relação aos honorários, só recebe a tabela com os determinados preços se o contador for associado ao CFC – mas o profissional tem autonomia para se basear em dados de sindicatos que não são vinculados ao CFC.

4.5.3 Logo⁴

O logo foi escolhido porque representa o símbolo da contabilidade. O símbolo da contabilidade é representado por um caduceu, que é um bastão entrelaçado com duas serpentes, onde em sua parte superior contém duas pequenas asas ou um elmo alado. A origem deste bastão vem de um deus grego chamado de Mercúrio, que intervia diante da briga de duas serpentes as quais se enroscavam em seu bastão.

Cada elemento que constitui o símbolo da contabilidade tem um significado e transmite um valor expressivo para o profissional: bastão, serpente, asas e o elmo.

Bastão: expressa o poder;

As duas serpentes: a sabedoria;

As asas: A diligência;

O elmo: proteção contra pensamentos baixos, ruins ou desonestos.

Para os romanos, o caduceu (ou o bastão) era utilizado como símbolo do equilíbrio moral e de boa conduta. De acordo com a mitologia, Mercúrio era o deus mais ocupado e o que possuía mais encargos em relação aos demais. Inteligente e perspicaz inventou a Lira, feita com casco de tartaruga. O instrumento musical foi

⁴ Disponível em: < <http://www.sitesahost.com.br/modelos/6/uteis.php>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

dado a Apolo, que se encantou com o objeto e, como retribuição, presenteou o irmão mais novo com o caduceu.

Figura 2. Logo escritório de contabilidade



Disponível em:< <http://www.sitesahost.com.br/modelos/6/uteis.php>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

4.5.4 preço

Para determinar os preços de serviços a serem executados, os empresários contábeis consideram a complexidade do cliente, além de tomar como base de orientação do preço mínimo, os preços praticados no mercado pelas outras empresas contábeis, ou as tabelas propostas pelos sindicatos e associações profissionais.

Para determinação dos honorários, existem outros fatores que influenciam na formação dos preços como o valor do faturamento das empresas/clientes, o número de funcionários da mesma, o tipo de tributação desenvolvida e a atividade econômica da empresa/cliente.

Na execução dos serviços, cobrará os honorários profissionais pela análise dos preços praticados pelos concorrentes, podendo variar pela quantidade dos lançamentos fiscais e contábeis, números de funcionários da mesma. O intuito da empresa é começar com preços acessíveis aos clientes e competitivos para o mercado.

4.5.5 Praça – distribuição

A localização de um escritório de contabilidade está relacionada à venda direta do serviço, ou seja, o a empresa irá à busca do cliente. O escritório de contabilidade será instalado em um bairro que relativamente fica afastado do centro da cidade, entretanto o a escolha do local se deve ao potencial dos consumidores em relação ao consumo de nossos serviços.

No que se diz respeito à operacionalização do negócio, o serviço será localizado de forma que o cliente possa obter acesso para que a empresa preste serviços ao consumidor, colocando-se a disposição do mesmo de maneira plena e objetiva na função de tornar-se viável a procura para a empresa em questão, a seguir discorreremos sobre o assunto.

O empreendimento ficará situado na principal avenida do bairro, a Av. Marcos de Paula Raphael de maneira que fique próximo a maior parte das empresas situadas neste bairro, além disso, para as outras organizações que não se localizam nesta avenida, a mesma é de fácil acesso para a futura clientela que possa fazer uso de nossos serviços.

4.5.6 Promoção e publicidade

O relacionamento da empresa em relação aos clientes se dará por meio de cartões de visita que será distribuído para as pessoas do bairro devidamente autorizado pelo Conselho Regional de Contabilidade

4.5.7 Marketing de serviços

A definição mais aceita é que Marketing de Serviços se trata de um conjunto de ações que objetiva a investigação, a captação e a assistência com relação aos demandantes, ou seja, os clientes.

O marketing de serviço do escritório de contabilidade consiste em encantar o cliente por meio da forma como tratar nossos clientes, de maneira que venha compreender suas necessidades e transforme-as em potenciais consumidores para que o empreendimento venha a ter um público cativo por meio da abordagem que será feita direta e indiretamente.

Sabendo-se que a “matéria – prima” de nosso negócio são as pessoas, ou seja, elas fazem o negócio acontecer. Conhecer os futuros clientes e saber quais são e por isso o marketing de serviços do escritório de contabilidade visa atingir as obrigações de nossos clientes.

4.5.8 Plano de operações

Para a realização das atividades que um escritório de contabilidade necessita para funcionamento serão utilizados poucos equipamentos e máquinas por se tratar de grande demanda com capacidade de processamento, os computadores ideais para escritórios de contabilidade não necessitam ser muito caros e nem possuir itens de desempenho como placas avançadas de vídeo ou monitores de última geração.

Um escritório de contabilidade necessitará de sistemas operacionais adequados, geralmente o Windows atende à maioria dos casos e é o que mais oferece compatibilidade entre os programas de uso diário. O Microsoft Office oferece editores de texto, planilhas, apresentações e ferramentas de comunicação interna, que podem ajudar bastante no fluxo de trabalho. Investiremos também em um sistema de gestão contábil mais simples, moderno e que comporte funcionalidades das áreas de contabilidade, tributária e folha de pagamento.

Será investido em um sistema de ar condicionado para ter uma temperatura estável e controlada no escritório, proporcionando conforto e comodidade para os funcionários e clientes e melhor desempenho dos equipamentos.

Para o desempenho das atividades rotineiras a empresa irá utilizar cadeira giratória, mesa para computador e escrita, além de armários para guardar documentos.

Foi realizada uma pesquisa em sites para verificar os valores a serem dispostos nesses produtos, conforme figura 2.

Cabe ressaltar que o investimento com máquinas e equipamentos foi diluído em parcelas iguais.

O software usado para o escritório será o “ Exactus Software “.

Figura 3 - Estimativa dos produtos para funcionamento inicial da empresa.

Produtos	Valor unitário	Quantidade	Unidade	Valor total
Computador completo	R\$ 2.000,00	1	R\$	2.000,00
Impressora	R\$900,00	1	R\$	900,00
Programa	R\$ 315,00	1	R\$	0
Mesa	R\$ 360,00	1	R\$	360,00
Armário	R\$ 390,00	1	R\$	390,00
Cadeira	R\$ 500,00	4	R\$	2.000,00
Ar condicionado	R\$ 840,00	1	R\$	840,00
Bebedouro	R\$ 380,00	1	R\$	380,00
Máquina Café	R\$ 280,00	1	R\$	280,00
Sofá com 2 lugares	R\$ 580,00	2	R\$	1.160,00
Mesa de centro	R\$ 140,00	1	R\$	140,00
Porta revista	R\$ 45,00	1	R\$	45,00
Cortina	R\$ 80,00	1	R\$	80,00
Tapete	R\$ 115,00	2	R\$	230,00
Calculadora	R\$ 230,00	1	R\$	230,00
Material de Escritório	R\$ 100,00	1	R\$	100,00
Caixas de arquivo	R\$ 25,00	4	R\$	100,00
Prateleira	R\$ 200,00	1	R\$	200,00
Pastas para Clientes	R\$ 10,00	5	R\$	50,00
TOTAL	R\$ 7.390,00	30	R\$	8.350,00

Fonte: Elaborado pelo autor

O custo fixo de uma empresa se refere às contas básicas como ilustra a figura.

Figura 4 - Estimativa do Custo fixo da empresa

CUSTO FIXO	UNIDADE	VALOR
Água	R\$	50,00
Luz	R\$	250,00
Aluguel	R\$	800,00
Telefone	R\$	500,00
Internet	R\$	150,00
Material de escritório	R\$	300,00
Material de limpeza	R\$	300,00
Imposto	R\$	268,50
TOTAL	R\$	3.934,50

Fonte: Elaborado pelo autor

Para a abertura da empresa são necessários alguns investimentos pré-operacionais como: reforma do imóvel, abertura, serviços de marketing que será o cartão de visitas, além do serviço jurídico e do custo de abertura da empresa. Cabe salientar que os custos também foram divididos em quinze parcelas iguais. Os valores pesquisados estão elucidados na figura 5.

Figura 5. Estimativa dos custos pré-operacionais

CUSTO	UNIDADE	VALOR
Serviço de Marketing (CARTÃO DE VISITA)	R\$	300,00
Reforma do imóvel	R\$	3.350,00
Serviço Jurídico	R\$	3.000,00
Custo de Abertura da empresa	R\$	500,00
TOTAL	R\$	7.150,00

Fonte: Elaborado pelo autor

4.5.9 Horário de funcionamento

O horário de funcionamento será flexível aos empresários que comandam seus negócios em horário comercial tendo como alvo a facilidade que ele permite. O horário de será de segunda a sexta das 7h às 8h30 e aos sábados das 8h às 12h.

4.6 O PLANO FINANCEIRO

Nesta etapa, tem-se o planejamento financeiro da empresa, onde entre outros procedimentos estimou-se o capital necessário para colocar o escritório de contabilidade em funcionamento, as previsões de receitas, despesas, a apuração do resultado, elaboração do fluxo de caixa, balanço patrimonial, bem como as respectivas análises dos indicadores informações gerencial gerado.

Para iniciar as atividades de qualquer empreendimento é necessário um investimento inicial. A intenção é de alugar uma sala comercial com área total de 100 m², tamanho suficiente para alocação do escritório, com um banheiro e área de atendimento

Para elaboração da estimativa de recursos necessários para sua abertura, foram considerados os investimentos fixos, as despesas pré-operacionais e a necessidade de capital de giro. Será necessário montar todo o escritório, adquirindo os móveis e equipamentos necessários para bem atender aos clientes.

4.6.1 Investimento Inicial

Conforme o plano de operações a empresa obterá um custo dos produtos para funcionamento inicial da empresa de R\$ 8.350,00 e também R\$ 3.934,50 com o custo fixo e o valor R\$ 7.150,00 com despesas pré-operacionais totalizando R\$ 19, 703,00. Além disso, o escritório precisará de R\$ 20.000,00 para o capital inicial para a eficiência do fluxo de caixa e um bom capital de giro.

4.6.2 Projeção dos resultados

O faturamento da empresa está baseado em serviços oferecidos para micro empresas localizadas na região. Os valores foram baseados em preços de sindicatos e ofertados de acordo com a complexidade do serviço conforme ilustra a figuras 6, 7, 8 e 9.

Figura 6 - Estimativa do faturamento da empresa/mês - **Escrituração Contábil**

ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA – Escrituração Contábil			
DESCRIÇÃO	Valor unitário	Quantidade/mês	Total/mês
Custo mínimo até 200 lançamentos mensais –	R\$ 200,00	3	R\$ 600,00
Balanço Patrimonial	R\$ 50,00	3	R\$ 150,00
Balancete	R\$ 20,00	3	R\$ 60,00
Demonstrativo de Resultado do Exercício	R\$ 15,00	3	R\$ 45,00
Total	R\$ 285,00	16	R\$ 855,00

Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 7- Estimativa do faturamento da empresa/mês - **Escrituração Livro Caixa**

ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA – Escrituração Livro Caixa			
DESCRIÇÃO	Valor unitário	Quantidade/mês	Total/mês
Custo mínimo até 200 lançamentos mensais –	R\$ 100,00	3	R\$ 300,00
Total	R\$ 100,00	3	R\$ 300,00

Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 8. Estimativa do faturamento da empresa/mês - **Escrituração Fiscal**

ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA - Escrituração Fiscal			
DESCRIÇÃO	Valor unitário	Quantidade/mês⁵	Total/mês
Imposto de Renda de pessoa física	R\$ 100,00	3	R\$ 300,00
GIM mensal de ICMS	R\$ 30,00	3	R\$ 300,00
Declaração Simples Nacional	R\$ 100,00	3	R\$ 300,00
Aberturas, Alterações, Transferências, Cisão, Incorporação, Transformação e Encerramento de Empresas;	R\$ 1.000,00	2	R\$ 2.000,00
Total	R\$ 1.230,00	11	R\$ 2.900,00

⁵ Exceto Imposto de Renda de pessoa física, pois o mesmo é feito anualmente.

Figura 9. Estimativa do faturamento da empresa/mês - **Departamento Pessoal**

ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA – Departamento Pessoal			
DESCRIÇÃO	Valor unitário	Quantidade/mês	Total/mês
Admissão	R\$ 10,00	3	R\$ 30,00
Rescisão	R\$ 20,00	3	R\$ 60,00
Requerimento de benefício junto ao INSS	R\$ 40,00	3	R\$ 120,00
Homologação de rescisão	R\$ 50,00	3	R\$ 150,00
Folha de Pagamento e contracheques	R\$ 20,00	3	R\$ 60,00
Total	R\$ 140,00	15	R\$ 420,00

Fonte: Elaborada pelo autor

Figura 10. Estimativa do faturamento da empresa/mês – **Total de serviços**

ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA – Total de serviços			
DESCRIÇÃO	Valor unitário	Quantidade/mês	Total/mês
Escrituração Contábil	R\$ 285,00	16	R\$ 855,00
Escrituração Livro Caixa	R\$ 100,00	3	R\$ 300,00
Escrituração Fiscal	R\$ 1.230,00	11	R\$ 2.900,00
Departamento Pessoal	R\$ 140,00	15	R\$ 420,00
Total	R\$ 1.755,00	45	R\$ 4.475,00

Fonte: Elaborada pelo autor.

4.6.3 Fluxo de Caixa

O fluxo de caixa, conhecido em inglês como *cash flow*, é um instrumento de gestão financeira que realiza o controle das movimentações financeiras (ou seja, entradas e saídas de recursos financeiros) de uma empresa, em um determinado período de tempo.

Fluxo de Caixa é a demonstração das entradas e das saídas de caixa de uma entidade em um determinado período estabelecido.

Segundo Assaf e Silva (2002, p.39), “o Fluxo de caixa é como instrumento que possibilita o planejamento e o controle dos recursos financeiro de uma empresa. Geralmente, é dispensável ainda em todo o processo de tomada de decisão”.

Para Zdanowicz (1995, p. 35), o fluxo de caixa:

Representa o movimento de numerário diário da empresa, em função dos impressos e dos desembolsos de Caixa. Deve-se ratificar que o disponível é

um dos principais subgrupos do balanço Patrimonial, pois informa o montante de recursos existentes na empresa, em determinado período. Quando a empresa pretende honrar uma obrigação com terceiros, ela precisa saber, se na data do vencimento terá o dinheiro disponível para saldar o compromisso. Nesses termos, o centro de interesse estará voltado para o disponível, ou seja, os saldos de caixa, bancos e aplicações financeiras da empresa.

Em outras palavras, o fluxo de caixa nada mais é do que o controle de entrada e saída de valores monetários da empresa em um período.

Abaixo o fluxo de caixa anual do escritório de contabilidade:

Figura 11. Fluxo de caixa.

Fluxo de Caixa	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN
Saldo Inicial	R\$ 20.000,00	R\$ 23.567,00	R\$ 27.224,00	R\$ 30.881,00	R\$ 34.538,00	R\$ 38.195,00
Receitas	R\$ 5.293,00					
Despesas	R\$ 818,97					
Lucro/Prejuízo	R\$ 3.657,00					

Fluxo de Caixa	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Saldo Inicial	R\$ 41.852,00	R\$ 45.509,00	R\$ 49.166,00	R\$ 52.823,00	R\$ 56.480,00
Receitas	R\$ 5.293,00				
Despesas	R\$ 818,97				
Lucro/Prejuízo	R\$ 3.657,00				

Fonte: Elaborada pelo autor

Em relação ao saldo final referente ao ano, a empresa fechará com saldo inicial de dezembro com R\$ 56.480,00 mais o lucro do mesmo mês de R\$ 3.657,00 totalizando o valor de R\$ 60.137,00 como resultado final.

4.6.4 Capital de giro

Capital de giro (ou ativo circulante) é o valor que a empresa tem para custear e manter suas despesas operacionais do dia a dia valor esse que é o resultado da diferença entre o dinheiro que você tem disponível e o dinheiro que você deve, sejam elas fixas ou os gastos necessários para produção, comercialização ou prestação do serviço. Ele diz respeito a uma reserva de recursos de rápida renovação, voltada a suprir as necessidades da gestão financeira do negócio ao longo do tempo. Esses recursos concentram-se nas contas a receber, no estoque, no caixa ou na conta corrente bancária e influenciam no cálculo do capital de giro.

Em relação ao escritório, nos primeiros meses, o capital de giro operará em negativo em virtude dos investimentos iniciais para que a empresa possa iniciar suas atividades.

Capital de giro da empresa no primeiro ano da empresa:

$$\text{CGL}^6 = \text{AC}^7 - \text{PC}^8$$

$$\text{CGL} = \text{R\$ } 53.700,00 - \text{R\$ } 19.703,00$$

$$\text{CGL} = \text{R\$ } 33.997,00$$

4.6.5 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio é um indicador de segurança do negócio, pois mostra o quanto é necessário vender para que as receitas se igualem às despesas e custos. Abaixo, o ponto de equilíbrio da empresa por ano.

$$\text{PE}^9 = \text{CF}^{10} / (\text{R}^{11} - \text{CV}^{12})$$

$$\text{PE} = \text{R\$ } 47.214,00 / (\text{R\$ } 73.403,00 - \text{R\$ } 10.000,00)$$

$$\text{PE} = 0,74$$

⁶ Capital de giro líquido

⁷ Ativo Circulante

⁸ Passivo Circulante

⁹ Ponto de equilíbrio

¹⁰ Custo Fixo

¹¹ Receita

¹² Custo Variável

4.6.6 Análise de investimentos

O planejamento do capital que foi levantado será para investir na organização para o seu crescimento, neste planejamento está incluso como prioridade o investimento em equipamentos, assim como contratação de funcionários e futuramente com o plano estruturado, um novo planejamento de um espaço maior de trabalho.

Conforme análise dos números da empresa estimou-se que terá crescente aumento de serviços, mediante a diluição dos financiamentos onde a empresa investiu em maquinas e equipamentos, assim como, os custos fixos.

Devido da dificuldade de cálculos por que existem profissionais que compram valores muito diferentes em relação a outros.

5 CONSIDERAÇÕES

O mercado contábil sempre foi alocado como um dos mais promissores campos de atuação para um profissional de sua área afim de oportunidades, além do fato de que há a opção de que o contador seja um profissional autônomo e independente. A ideia para fazer o plano de negócios foi elaborada a partir desse fio condutor mediante a situação econômica brasileira atual.

Verificou-se que o investimento inicial para a abertura do negócio é relativamente baixo, segundo trabalho, em torno de R\$ 21.000,00 além dos 20.000,00 que servirá para manter o capital de giro que poderá ser viabilizado se o empreendedor obtiver fundo ou até usando capital de terceiros.

A localização é um ponto preponderante para o sucesso no negócio. O empreendimento está localizado em um dos maiores bairros de Bauru, o Núcleo Habitacional Mary Dota que é um bairro em fase de expansão e crescimento, além disso, o plano de negócios é elaborado para empresas individuais e microempresas que se enquadram no regime do simples nacional.

No que diz respeito ao retorno, é difícil de ser mensurado devido a uma série de fatores, o principal é que os serviços oferecidos pelos escritórios de contabilidade são relativamente diferentes e variam da complexidade de elaboração assim como, do faturamento que a empresa possui. Assim como, também é possível mensurar pelo valor presente líquido.

Para investimento, o plano de negócios é viável para longo prazo, visto que o contador terá um investimento baixo, e conseqüentemente um ponto de equilíbrio considerável, no entanto, a dificuldade é mensurar tais valores, de modo que os seus serviços são variáveis no sentido de complexidade e faturamento.

REFERÊNCIAS

- ASSAF, A. N.; SILVA, C. A. T. **Administração do Capital de Giro**. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2002.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. Barueri, SP: Manoele, 2012.
- DEGEN, R. J. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 1989.
- DIAS, D. S.; FERREIRA, S. M. **Como escrever uma monografia**: manual de elaboração com exemplos e exercícios. São Paulo: Atlas, 2010.
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. 1. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. **Transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**: prática e princípios 6ª ed./Peter F. Drucker; tradução de Carlos Malferrari. São Paulo: Pioneira Thompson, 2002.
- FREITAS, A. F. F; COSTA, F. J.; BARROSO, H. C. M. P. **Ciclo de vida organizacional**: um estudo no setor de supermercados. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 26, 2002, Salvador. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2002, p. 1-12.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- IUDÍCIBUS, S. **Contabilidade Introdutória**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. **Administração de pequenas empresas**. 1. Ed. São Paulo: Makron Books, 1998
- MARION, J. C. **Contabilidade empresarial**. 14. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- MAXIMIANO, A. C. A.. **Administração para Empreendedores**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.
- SANTOS, A.; ACOSTA, A. **Empreendedorismo – Teoria e Prática**. 1. ed. Caçador - SC: Uniarp, 2011.
- SOUZA P. C de. **Ideias de negócios**: como montar um escritório de contabilidade. São Paulo. SEBRAE, 2015. Disponível em: <www.sebrae.com.br/sites/portalsebrae/ideias/como-montar-umescrit%C3%B3rio-de-contabilidade>. Acesso em: 10 nov. 2015.

ZDANOWICZ, J. E. **Planejamento Financeiro e Orçamento**. Porto Alegre: Sagra-D
C Luzzatto, 1995.