

CENTRO UNIVERSITÁRIO DOUTOR LEÃO SAMPAIO  
ADMINISTRAÇÃO

MIRELA RODRIGUES LUDGÉRIO

**PLANO DE NEGÓCIO: CONSULTORIA EM GESTÃO EMPRESARIAL**

Juazeiro do Norte - CE  
2018

MIRELA RODRIGUES LUDGÉRIO

**PLANO DE NEGÓCIO: CONSULTORIA EM GESTÃO EMPRESARIAL**

Trabalho de Conclusão de Curso – *Plano de Negócio* apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Administração do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio em cumprimento às exigências para a obtenção do grau de Bacharel.

**Orientador:** Prof. Esp. Maria Erilúcia Cruz Macedo.

Juazeiro do Norte - CE  
2018

## PLANO DE NEGÓCIO: CONSULTORIA EM GESTÃO EMPRESARIAL

Este exemplar corresponde à redação final aprovada do Trabalho de Conclusão de Curso da aluna Mirela Rodrigues Ludgério.

Data da Apresentação \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

### BANCA EXAMINADORA

Assinatura: \_\_\_\_\_  
Orientador: Prof. Esp. Maria Eirilúcia Cruz Macedo

Assinatura: \_\_\_\_\_  
Membro: Prof. Esp. Agenor Campos Barreto Júnior

Assinatura: \_\_\_\_\_  
Membro: Prof. Esp. Samara Romão da Costa Facundo de Oliveira

## **PLANO DE NEGÓCIO: CONSULTORIA EM GESTÃO EMPRESARIAL**

### **RESUMO**

A economia nacional e suas constantes mudanças estão implicando em uma competitividade nunca vista antes no cenário econômico brasileiro. As empresas estão passando menos tempo ativas no mercado, fechando devido à falta de planejamento, gestão, recursos, conhecimento de mercado e até mesmo ausência de medidas estratégicas para crescimento do seu negócio. Neste contexto, o presente trabalho tem como ponto de partida a necessidade de verificar se existe viabilidade da abertura de um novo empreendimento voltado a Consultoria em Gestão Empresarial na cidade de Juazeiro do Norte, visando a vasta gama de empresas que não utilizam a consultoria como tática e o mercado competitivo das empresas clientes atuantes das áreas de recursos humanos, financeiro e marketing. O intuito é apresentar aos novos clientes que o serviço de consultoria servirá como uma tática para continuidade no mercado e diferencial competitivo frente ao crescimento e desenvolvimento dessas organizações. A base metodológica deriva de uma fundamentação teórica e coleta de dados primários por meio de questionário aplicado aos empresários da região, no qual apresentou que a necessidade de consultoria existe, entretanto ainda há uma grande porcentagem de empresários que não utilizam essa ferramenta como estratégia de crescimento de seu negócio. Portanto, constatou-se neste plano que será possível a implantação de uma empresa de Consultoria para agregar valor ao mercado da localidade.

**Palavras Chave:** Consultoria. Gestão. Empreendimento. Estratégia. Desenvolvimento.

### **ABSTRACT**

The national economy and its constant changes are implying a competitiveness never seen before in the Brazilian economic scenario. Companies are active less time in the market, closing due to lack of structure, resources, market knowledge and even strategic measures to grow their business. In this context, the present work has as a starting point the need to verify if it is viable to open a new enterprise focused on Business Management Consultancy in the city of Juazeiro do Norte, aiming at the wide range of companies that do not use consulting as a tactic and the competitive market of and companies client operating in the areas of human, financial and managerial resources. The intention is to present to the new clients that the consultancy for these areas of action will serve as a tactic for continuity in the market and differential in the growth and development of these organizations. The methodological basis derives from a theoretical basis and primary data collection through questionnaire applied to the entrepreneurs of the region, in which it presented that the need for consultancy exists, however there is still a large percentage of entrepreneurs who do not use this tool as growth strategy of your business. Therefore, it is presented in this work that it possible to implement this consulting company to add to the local market.

**Keywords:** Consulting. Management. Entrepreneurship. Strategy. Development.

## Sumário

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>6</b>
1.1	PROBLEMÁTICA .....	6
1.2	OBJETIVOS .....	6
1.2.1	Objetivo Geral .....	6
1.2.2	Objetivos Específicos .....	7
1.3	JUSTIFICATIVA .....	7
1.3.1	Importância .....	7
1.3.2	Viabilidade .....	7
1.3.3	Originalidade .....	8
1.3.4	Oportunidade .....	8
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>8</b>
2.1	EMPREENDEDORISMO .....	8
2.2	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO.....	9
2.3	AREAS DE ATUAÇÃO .....	10
a)	Gestão da Produção;.....	10
b)	Gestão de Pessoas;.....	10
c)	Gestão Financeira; .....	10
2.4	CONSULTORIA NO BRASIL .....	10
2.5	TIPOS DE CONSULTORES .....	11
2.6	IMPACTOS DA CONSULTORIA PARA OS NEGÓCIOS. ....	12
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA .....</b>	<b>13</b>
	<b>PLANO DE NEGÓCIO .....</b>	<b>15</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>36</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>38</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O Brasil na atualidade passa por um cenário econômico complicado devido as dificuldades voltadas aos aspectos do crescimento macroeconômico nacional. Dentre as medidas para melhoria econômica brasileira, encontram-se estratégias visando o crescimento microeconômico das organizações. Fato é que nas organizações uma forma atual e inovadora de crescimento volta-se ao empreendedorismo e a renovação de estratégias sólidas de desenvolvimento das organizações.

Neste cenário, como estrutura nascida do empreendedorismo, encontra-se a Consultoria como estratégia dos novos tempos, na qual, atua como empresa individual ou coletiva, com a finalidade de planejar e sugerir medidas estratégicas para crescimento, desenvolvimento e ampliação de empresas clientes.

O empreendedorismo cresce de forma rápida e as organizações, cada vez mais competitivas buscam melhorias, sejam na venda de bens ou na prestação de serviços (SEBRAE, 2017).

Diante desse contexto as empresas procuram um diferencial competitivo onde satisfaçam seus clientes e mantenham seus concorrentes distantes. Os serviços prestados pelas consultorias têm um papel fundamental na resolução de problemas relacionados à gestão da empresa nas suas mais diversas áreas, onde através do seu amplo conhecimento oferecem soluções viáveis para o crescimento da empresa.

### 1.1 PROBLEMÁTICA

A pesquisa em questão possui a seguinte problemática: Será se frente ao Mercado Competitivo do Juazeiro do Norte é possível a implantação de uma nova empresa de Consultoria?

O problema decorre na busca para compreender sobre o mercado de consultoria de Juazeiro do Norte, se existe viabilidade e mercado para a implantação de uma empresa de Consultoria em Gestão.

### 1.2 OBJETIVOS

#### 1.2.1 Objetivo Geral

Analisar a viabilidade da abertura de uma consultoria em gestão na cidade de Juazeiro do Norte.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

Descrever sobre consultoria em gestão;

Analisar o mercado de consultoria e suas oportunidades de crescimento;

Apresentar a viabilidade da implantação da empresa de Consultoria.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

Na cidade de Juazeiro do Norte, as consultorias estão crescendo. Desde seu surgimento por volta do século XIX durante a revolução industrial criou-se a necessidade por especialistas para que as empresas tratassem de questões relacionadas à produção, recursos humanos e gestão. Diante desse contexto observa-se que a consultoria se tornou importante para os avanços das empresas.

Assim como Oliveira (2015) ressalta, as principais causas do aumento de demanda da consultoria empresarial decorrem da busca de novos conhecimentos e de inovações para enfrentar a globalização da economia, a necessidade de consolidar vantagens competitivas, o incremento dos processos de terceirização, bem como a necessidade de questionamento progressivo das realidades da empresa-cliente, visando a um processo de melhoria contínua e sustentada.

### 1.3.1 Importância

Os impactos econômicos gerados nas empresas através da mudança proporcionada pela implementação das soluções oferecidas pelo serviço de consultoria afeta não apenas o cliente atendido, mas o mercado como um todo.

### 1.3.2 Viabilidade

O plano mostrou-se viável, pois através da pesquisa, constatou-se que um grande número de empresas demonstra interesse em aderir os serviços não oferecendo resistência se o preço for acessível.

### 1.3.3 Originalidade

Busca-se inicialmente o compartilhamento de informações e conhecimento aos microempresários que não conhecem os benefícios da consultoria e as mudanças positivas que ela proporciona no ambiente de trabalho como um todo e na gestão das operações das atividades realizadas. Trata-se inicialmente de tentar introduzir uma nova cultura para possibilitar o desenvolvimento das empresas atendidas.

### 1.3.4 Oportunidade

Observou-se com a pesquisa que um grande número das micro e pequenas empresas da cidade de Juazeiro do Norte atuam sem nenhum tipo de suporte no que tange a área de gestão. Os dados obtidos apresentaram um cenário onde a maioria conhece a serviço de consultoria e estaria disposto a utilizá-lo para introduzir melhorias em seus negócios.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### 2.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo parte de uma visão estratégica para desenvolvimento de uma ideia como meio de alternativa para algum propósito. Essa forma de estratégia tem como intuito o crescimento econômico, visando à obtenção de sucesso frente ao mercado financeiro e econômico. A visão empreendedora é fundamental para o desenvolvimento de sucesso para qualquer negócio (VEIGA, 2006).

De acordo com Bolson (2003), existe uma disparidade entre os conceitos ao que tange o empresário de um empreendedor, para este, “empresário é aquele que possui ou é sócio de alguma empresa, enquanto o empreendedor é aquele que cria sua própria alternativa e desenvolve a ideia de um negócio com o propósito firme de implementá-la”. Complementando ainda que o ser empreendedor refere-se a um indivíduo que possua características como organização, liderança e a habilidade de assumir riscos de uma determinada atividade ou projeto.

De acordo com Dornelas (2008, p.22)

Empreendedor é aquele que cria um equilíbrio encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica as



oportunidades na desordem presente. Ambos, porém, são enfáticos em afirmar que o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo curioso e atento às informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta.

Neste cenário, verifica-se que o empreendedorismo possui uma vasta gama de definições voltadas ao modo estratégico de desenvolvimento de uma determinada organização. O intuito do empreendedorismo então para a Consultoria trata de uma prática de perceber e criar oportunidades de crescimento visando as possibilidades de riscos futuros.

## 2.2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Segundo Pereira (2010) a palavra “Planejamento” lembra pensar, criar, moldar, ou mesmo tentar controlar o futuro da organização dentro de um horizonte estratégico. Pode-se dizer que planejamento pode ser o processo formalizado para gerar resultados a partir de um sistema integrado de decisões.

Oliveira (2018) complementa que o planejamento estratégico é o processo que proporciona embasamento metodológico para se estabelecer a melhor rota a ser seguida pela empresa, visando a melhor interação com os fatores externos e atuando de forma inovadora e diferenciada. O planejamento normalmente é de responsabilidade dos níveis mais altos da empresa e diz respeito tanto a formulação de objetivos quanto a seleção das ações a serem seguidas para a implementação, considerando as condições internas e externas da empresa.

Pereira (2010) divide os principais momentos do planejamento estratégico em três, sendo eles o: diagnóstico, formulação de etapas do processo, implementação e controle do planejamento.

Considerando o primeiro momento do planejamento estratégico relacionado ao Diagnóstico Estratégico proporciona ao gestor, informações básicas e pertinentes para verificação das vantagens do planejamento estratégico, através do tratamento adequado dos pontos fortes, fracos e neutros da organização; assim como as oportunidades e ameaças do ambiente externo.

O Diagnóstico Estratégico fornece um embasamento teórico, com as informações relevantes para a tomada de decisão. É importante levar em consideração, o desempenho da organização nos últimos períodos, bem como as experiências, situação e, claro, o objetivo futuro. Esta etapa do processo tem como objetivo mostrar qual a situação real da organização, de acordo com os aspectos internos e externos permitindo identificar os pontos que

necessitam de melhoria e adequação no processo da empresa (PEREIRA, 2010).

Oliveira (2018) afirma que o diagnóstico estratégico tem o objetivo de apontar a situação atual da organização, levantando informações sobre o modelo de gestão, fornecendo um posicionamento mercadológico, sobre seus colaboradores e clientes, facilitando a tomada de decisões para que o negócio seja alavancado.

### 2.3 AREAS DE ATUAÇÃO

As áreas que iremos atuar com os serviços prestados por as consultorias são ECR Consultoria (2018):

a) Gestão da Produção;

Essencialmente sabemos que é necessário entregar o produto certo, dentro das especificações estabelecidas e requeridas pelo cliente, no local certo, no tempo desejado pelo cliente e a um custo adequado.

b) Gestão de Pessoas;

Basta lembrar que são as pessoas que estabelecem e executam as estratégias e processos da organização. São elas que contribuem durante a jornada para o estado desejado.

c) Gestão Financeira;

Determinar as necessidades de recursos financeiros, se antecipar a possíveis problemas de fluxo de caixa, administrar o capital de giro, controlar as operações de contas a receber e a pagar, obter financiamento de forma adequada ao investimento planejado, analisar e adequar o ciclo operacional e financeiro.

A carreira de consultor nas áreas de gestão financeira, gestão de pessoa e gestão da produção são as áreas de maior potencial e bem-sucedida no mundo dos negócios mesmo nos momentos de crises. A consultoria existe para criar soluções que as próprias empresas não conseguem solucionar, essa visão externa trazida por as consultorias tem a vantagem de ser mais profunda e abrangente, (ADMINISTRAÇÃO E NEGOCOS, 2017)

### 2.4 CONSULTORIA NO BRASIL

O Brasil enfrenta grandes problemas causados por crises políticas e econômicas, mas o empreendedorismo vem crescendo de forma rápida permitindo a fixação de empresas de diversos segmentos nos negócios, como necessidade dos gestores em lucrarem o mercado não para de crescer. Segundo ABRACEM (2015) o mercado torna-se cada vez mais competitivo os grandes eventos como a copa do mundo de 2014 e os jogos olímpicos de 2016 geram

grandes e ótimas oportunidades para fomentar o setor de consultoria.

Para Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas - FENACON (2016) mediante ao cenário econômico instável no Brasil, a demanda por serviços de consultoria ganha novo perfil e exige mais flexibilidade e customização para garantir clientes. Observando esses cenários de desafios as empresas recorrem à consultoria para ajudar a enxergar com clareza alguns problemas que ainda não são visíveis.

No ano de 2015 a consultoria teve um aumento de 11% em seu faturamento no Brasil, uma das estratégias usadas para que tivesse esse aumento foi a capacidade de diversificação de modificar os serviços de acordo com cada empresa. Apesar da atratividade do país tenha tido um aumento, devido à desvalorização econômica o investido internacional sempre procurar visar no preço, mais a relação risco e retorno faz com que as transações não ocorram imediato, a revista VIVER BRASIL (2018) fez uma publicação dizendo “Muitas empresas já alcançaram níveis elevados de gestão através das consultorias.”

A consultoria tem ganhado novas configurações no cenário econômico turbulento. De acordo com dados da (ABCO 2015), segundo a pesquisa Perfil da Consultoria no Brasil 2015, respondida por 939 consultores de todo o país, os setores mais atendidos pelos serviços de consultoria são: Comércio 57%, Indústria 56%, Micro e Pequenas Empresas 52%, Empresa Familiar 49% e Serviços 48%. Ainda segundo a pesquisa, os consultores com graduação, MBA's e especialização são 71,5%. Já os que têm mestrado e doutorado são 28,5%.

## 2.5 TIPOS DE CONSULTORES

Cada dia que passa as organizações necessita dos serviços prestadores por consultores, relacionado a vários temas para atingirem seus objetivos. Para Campos (2014, p. 211) uma empresa sempre necessita de consultores, pois estes são agentes que trazem conhecimento sobre matérias específicas. Este pensamento também é confirmado por Block (2001) que define o consultor como uma pessoa que está em posição de exercer alguma influência sobre o indivíduo, grupo ou organização, mas que não tem direito de produzir mudanças ou programas de implementação.

Na consultoria existem dois tipos de consultores: Interno e Externos. Abordaremos os conceitos relacionados aos consultores internos. O consultor interno é o que podemos chamar de interprete da organização, um facilitador para a empresa atingir suas metas. De

acordo com Block (2001), para que um consultor interno atinja suas metas é necessário que ele tenha três tipos de habilidades: técnicas, interpessoais e de consultoria.

A consultoria interna pode ser desenvolvida por projetos, pois diagnosticada a situação e propõe alternativas de solução ao cliente e por processos, pois os consultores internos ajudam o cliente externo a perceber, entender e agir sobre atos inter-relacionados que ocorrem no seu ambiente e na consecução das práticas e padrões organizacionais. Geralmente as pessoas que possuem função staff podem assumir a função de consultor interno, pois tem a responsabilidade de auxiliar a função gerencial na solução dos problemas e na consecução das metas (CAMPOS, 2004).

As principais metas do consultor interno proposta por Block (2001) são:

1. Estabelecer uma relação de colaborador com seus clientes.
2. Resolver problemas de uma vez por todas.
3. Ter certeza de que está sendo dada atenção tanto ao problema técnico-administrativo quanto aos relacionados.
4. Desenvolver o comprometimento do cliente.

## 2.6 IMPACTOS DA CONSULTORIA PARA OS NEGÓCIOS.

Pode-se dizer que a consultoria é uma grande aliada na hora de reestruturar vários processos em uma empresa. Muitas vezes porque nas organizações nos deparamos com situações de difícil resolução. De acordo com o blog (GRUPO PORTFOLIO 2018) boa parte dos líderes das organizações demora a perceber a necessidade de adquirir os serviços de consultorias. Muitos gestores nessa posição acabam insistindo em soluções já testadas e que se mostraram incapazes de superar os problemas enfrentados.

Do mesmo modo que serão apresentadas saídas como a consultoria, acabam que são levantados argumentos no sentido de desqualificar esses serviços, muitas das vezes sem nem conhecer as vantagens oferecidas por este tipo de serviço. De acordo com o site ABRACEM (2017), a consultoria vem direcionando os gestores nas tomadas de decisões que venham trazer impactos positivos ou negativos para os negócios.

As principais soluções oferecidas por empresas nessa área apresentadas por o são: Grupo Portfólio (2018): Gestão estratégica; Recursos humanos; Diminuição dos custos; Gestão da informação; Gerenciamento de projetos; Racionalização do uso dos recursos; Projeção de cenários de diferentes tipos; Alinhamentos aos propósitos a instituição; Comprometimento com os resultados; Arquitetura de processos e; Identificação de objetivos

estratégicos.

Os consultores estudam formas de diminuir os riscos e alternativas eficazes para fazer a empresa crescer, a consultoria apoia os gestores ou empresários, direcionando nas tomadas de decisão. A consultoria nasceu com o foco em troca de conhecimentos e experiências, que já passou a ser tratada como serviço de experiência. O serviço também pode ser usado em casos de estruturação ou reestruturação de um negócio (ABRACEM, 2017).

### **3 METODOLOGIA**

O projeto partiu de uma fundamentação teórica a respeito dos assuntos abordados baseando-se em livros e artigos. Severino (2007) ressalta que a pesquisa bibliográfica é aquela que se realizada embasada em material já publicado.

A pesquisa caracteriza-se como pesquisa descritiva/exploratória, buscando descrever e explorar o setor e a atuação de consultorias empresariais na cidade de Juazeiro do Norte. Lakatos (2003), a pesquisa exploratória consiste em ter uma maior proximidade com o universo do objeto de estudo, no caso, a atividade de consultoria empresarial. Já a pesquisa descritiva realiza estudo detalhado, com levantamento de informações através de coleta de dados. Realizou-se um levantamento com alguns proprietários de empresa na cidade de Juazeiro do Norte com a finalidade de verificar a existência de demanda por serviços de consultoria. As empresas envolvidas no levantamento atuam em seguimentos diversos tais como, comércio, indústria, serviços, entre outros.

Os dados foram coletados através da aplicação de questionário em 52 empresas da cidade. Avaliou-se através do questionário o nível de conhecimento, por parte dos proprietários, a cerca de qual o real trabalho de uma empresa de consultoria, onde ela pode atuar, as melhorias proporcionadas pelo serviço, necessidade e possibilidade de a empresa contratar esse tipo de serviço, setores que mais precisam da consultoria para se desenvolver e até quanto cada empresa pretendia desembolsar para contratar o serviço.

O estudo respeitou as diretrizes e critérios estabelecidos pela Associação Brasileira de Consultoria, preceitos éticos estabelecidos no que se refere a zelar pela legitimidade das informações, privacidade e sigilo quando necessárias, tornando os resultados dessa pesquisa públicos, serão considerados os aspectos éticos em todo o processo de construção desse trabalho.

O estudo respeitara as diretrizes e critérios estabelecidos pela Associação Brasileira de Consultoria, preceitos éticos estabelecidos no que se refere a zelar pela legitimidade das

informações, privacidade e sigilo quando necessárias, tornando os resultados dessa pesquisa públicos, serão considerados em todo o processo de construção desse trabalho.



## **PLANO DE NEGÓCIO**

**MB CONSULTORIA**  
Razão Social – Comercial;  
CNPJ/CPF 00.000.000/0001-00

Rua: Central Park, sala 1208, no 12º andar; Bairro – Triângulo; Juazeiro do Norte -CE  
Email: [mbconsultoria@consulte.com.br](mailto:mbconsultoria@consulte.com.br) Tel: (88) 3511-1111  
[www.mbconsultoria.com.br](http://www.mbconsultoria.com.br)

RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO: Mirela Rodrigues Ludgério

## Sumário Executivo

A MB Consultoria é uma empresa do ramo de serviços, em fase de criação. A meta é que os serviços sejam iniciados em janeiro de 2019. A empresa tem como missão Proporcionar o desenvolvimento das micro e pequenas empresas da região, através da difusão/propagação do conhecimento, tornando-as mais competitivas frente ao mercado. O empreendimento será localizado no Central Park, sala 1208, no 12º andar, bairro Triângulo, na cidade de Juazeiro do Norte, CE, e será gerenciada pelas Srtas. Mirela Rodrigues Ludgério e Bruna Alves Alencar. A empresa que se pretende implantar visa oferecer serviços de consultorias para empresas de pequeno e médio porte, localizada na cidade de Juazeiro do Norte e Região do Cariri. As áreas nas quais se pretende atuar são: Gestão Financeira, Gestão de Recursos Humanos e Gestão de Marketing. A análise de mercado voltado a Consultoria na região indicam que existe demanda de serviço para esse tipo de atividade, sendo que a principal vantagem competitiva da empresa será devido aos preços competitivos, aliado ao foco sobre as pequenas empresas que não usufruíram de quaisquer serviços voltados a consultoria. Este plano de negócios foi desenvolvido com o intuito de analisar uma oportunidade de negócios e testar a viabilidade econômica e a possibilidade de implantação.



## **1. O NEGÓCIO**

A empresa que se pretende implantar visa oferecer serviços de consultorias para empresas de pequeno e médio porte, localizada na cidade de Juazeiro do Norte e Região do Cariri. As áreas de atuação serão as seguintes: Gestão Financeira, Gestão de Recursos Humanos e Gestão de Marketing.

### **1.1 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO**

A MB Consultoria atuará no ramo de serviços e prestando consultoria e treinamento em alguns segmentos da gestão empresarial, especialmente voltados para as micro e pequenas empresas. A empresa, inicialmente atuará nas áreas de gestão financeira, gestão de recursos humanos e gestão de marketing. O empreendimento será localizado no local onde se pretende instalar a consultoria.

A empresa foi criada a partir da ideia das sócias fundadoras com o propósito de oferecer serviços de treinamento e consultoria para as empresas instaladas na cidade de Juazeiro do Norte e futuramente em cidades vizinhas. A empresa encontra-se atualmente em processo de criação e desenvolvimento das linhas de serviços que serão oferecidos em função das oportunidades previstas através da análise de mercado.

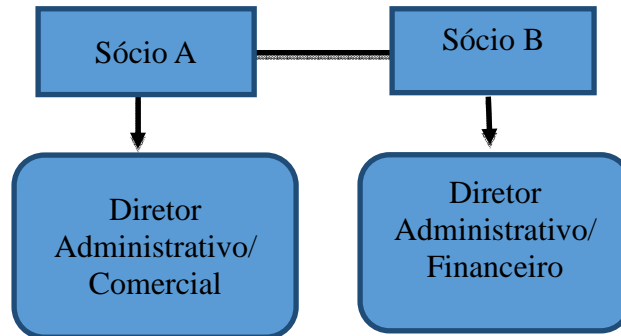
#### **1.1.1 Estrutura Legal**

A MB Consultoria será enquadrada como Sociedade Limitada. Para regularizar seu funcionamento será registrada nos seguintes órgãos: Junta Comercial, Secretaria da Receita Federal, Secretaria Estadual da Fazenda, prefeitura do município para obtenção do alvará de funcionamento, Caixa Econômica Federal – INSS/FGTS, corpo de bombeiros e demais certidões locais que sejam necessárias sendo assim constituída em função da legislação vigente.

#### **1.1.2 Estrutura Funcional e Organizacional**

A MB Consultoria terá suas atividades desenvolvidas inicialmente apenas pelas duas sócias. Onde uma será responsável pela administração comercial, que engloba prospecção e captação de clientes, marketing, entre outras e a segunda sócia atuará no setor financeiro,

sendo responsável pelas entradas e saídas de recursos, bem como realizar investimentos para ampliação da empresa.



#### Perfil Individual dos Sócios

**Sócio A:** Diretora Administrativa Comercial  
MIRELA RODRIGUES LUDGÉRIO

#### **Qualificação Técnica:**

Acadêmica de Administração de Empresas;  
Curso de Inovação em Modelos de Negócio;  
Introdução ao Planejamento e Gerenciamento de Projetos;  
Desenvolvimento Pessoal e Profissional.

#### **Experiência Profissional:**

Setor de faturamento em uma Distribuidora de Combustível;  
Assistente Administrativo em uma empresa de Engenharia Elétrica.

**Sócio B:** Diretora Administrativa Financeira  
**BRUNA ALVES ALENCAR**

#### **Qualificação técnica:**

Acadêmica de Administração de empresas;

Curso de Distribuição logística;  
 Curso de Auxiliar administrativo.

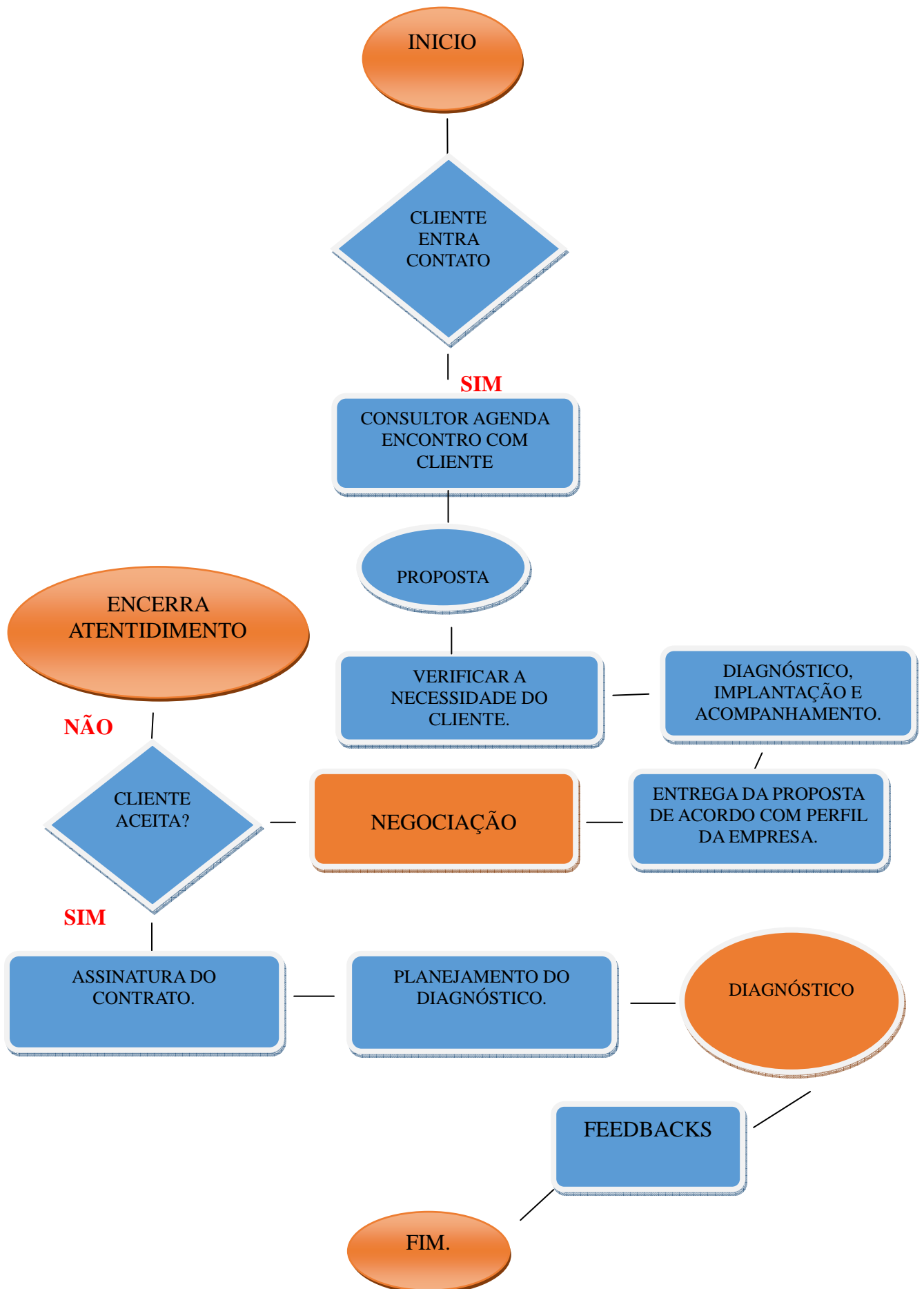
**Experiência Profissional:**

Departamento de administração da produção numa indústria de Maquinas de Costura;  
 Assistente de faturamento numa Distribuidora de Material e Medicamentos Hospitalar.

DESCRIÇÃO DE CARGOS/FUNCIÓNARIOS

FUNÇÃO	DESCRIÇÃO DA FUNÇÃO	REQUISITOS MÍNIMOS	SALÁRIO
SÓCIO 01	DIAGNOSTICO, PLANEJAMENTO E APLICAÇÃO DA ESTRATÉGIA.	- ENSINO SUPERIOR COMPLETO; - ESPECIALIZAÇÃO NA AREA; -C.R.A; - AMPLO CONHECIMENTO.	R\$ 1.200,00
SÓCIO 02	DIAGNOSTICO, ANÁLISE, APLICAÇÃO DA ESTRATÉGIA.	- ENSINO SUPERIOR COMPLETO; - ESPECIALIZAÇÃO NA AREA; -C.R.A; - AMPLO CONHECIMENTO.	R\$ 1.200,00

## FLUXOGRAMA DE ATIVIDADES



### 1.1.3 Missão

Proporcionar o desenvolvimento das micro e pequenas empresas da região, através da difusão/propagação do conhecimento, tornando-as mais competitivas frente ao mercado.

### 1.1.4 Visão

Atuar sempre em busca do crescimento das empresas clientes oferecendo a possibilidade de desenvolver o potencial de todos os envolvidos através da renovação do conhecimento.

#### Análise de Mercado

A MB Consultoria atuará em uma região que apresenta um alto índice de desenvolvimento urbano, a Região do Cariri, atendendo inicialmente a maior cidade da região – Juazeiro do Norte. O município em questão apresenta um mercado bastante aquecido devido a variedade de produtos que comercializa, pelo turismo religioso e por ser um polo calçadista importante do estado. Diante das possibilidades ofertadas pela região, a MB Consultoria tem perspectivas de manter um relacionamento comercial nas áreas em que pretende atuar (Marketing, RH, Finanças) com as empresas da cidade.

## 2. PLANEJAMENTO DE MARKETING E VENDAS

Biagio e Batocchio (2012) definem o plano de marketing como a forma que a empresa atuará para levar seus produtos às mãos do consumidor. Por melhor que seja o produto de uma empresa, isso, por si só, não garante o mercado. Se a empresa não puder atingir seus clientes, não conseguirá permanecer muito tempo no negócio, e muitos negócios já fracassaram pela deficiência em sua estratégia de marketing, apesar de terem boas condições de sucesso.

O plano de marketing da empresa contará inicialmente com a tradicional visita nas pequenas empresas da cidade para divulgação dos serviços oferecidos, com distribuição de cartões e divulgação dos meios de acesso através das mídias sociais.

A abordagem e a apresentação dos serviços serão realizadas através da geração de *leads*<sup>1</sup> para traçar um perfil de cada cliente através das redes sociais e outras plataformas digitais. Com essa ferramenta pretende-se captar clientes através da divulgação de conteúdos a respeito das áreas que a consultoria atuará, dispondo de dicas relevantes para o bom funcionamento da empresa e difundir a importância de se realizar um trabalho de consultoria

---

<sup>1</sup> Geração de *leads* é um termo de marketing usado, muitas vezes, em marketing de conteúdo, para descrever o registro de cadastro de pessoas e empresas interessadas em um determinado produto ou serviço.

na empresa, exibindo os resultados alcançados depois da realização do trabalho.

### 2.2.1 Mercado Consumidor

O mercado que se pretende atuar é o das micro e pequenas empresas da cidade de Juazeiro do Norte e da região do Cariri. Estudos do SEBRAE (2017) mostram que cerca de metade das micro e pequenas empresas que são abertas fecham antes mesmo de completarem dois anos. A falta de planejamento e o despreparo dos empreendedores iniciantes são os principais agravantes.

Esse empreendedor despreparado é o nosso principal público alvo. Pois temos como missão contribuir para a eficiência da gestão dos empreendimentos, oportunizando ao cliente tomar decisões acertadas, confiáveis e que mostrem os melhores caminhos a serem seguidos.

### 2.2.2 Mercado Competidor

Atualmente, o mercado apresenta seis empresas de consultoria, atuando na cidade de Juazeiro. Essas empresas atuam nas mais variadas áreas, entre elas: gestão, estratégia, custos e marketing.

Os novos entrantes representam uma ameaça significativa, visto que a possibilidade de sucesso nessa área de atuação é bem grande devido ao número de empresas situadas na região.

### 2.2.3 Mercado Fornecedor

A MB Consultoria será abastecida por empresas que prestem serviço baseados em conhecimento para o contínuo aperfeiçoamento e capacitação das habilidades técnicas das sócias. Os cursos de aperfeiçoamento poderão ser realizados tanto de forma presencial quanto de forma virtual, podendo ser realizados tanto na cidade de Juazeiro do Norte através das instituições de ensino e dos órgãos de classe, como em outras cidades ou estados.

### 2.2.4 Estratégias de Marketing

Considerando as formas de divulgação dos serviços, o marketing possui diversas ferramentas de divulgação para captação de clientes para a organização, sendo fator de extrema importância para o crescimento da MB Consultoria. Dentre essas as estratégias utilizadas no mercado a MB se utilizará de redes sociais, cartão de visita e panfletos.

Vantagem competitiva: Como principal vantagem competitiva para os clientes apresenta-se o preço e a qualidade no serviço prestado, proporcionando pacotes atraentes e a possibilidade de melhoria das empresas atendidas.

### Produtos (Serviços)

<b>Descrição dos Produtos</b>	<b>Especificação</b>
Pacote Consultoria 1	Diagnóstico da situação da empresa, imersão no ambiente empresarial, intervenção nas oportunidades de melhoria focando (custos e estratégia empresarial).
Pacote Consultoria 2	Diagnóstico da situação da empresa, imersão no ambiente empresarial, intervenção nas oportunidades de melhoria focando (custos e estratégia empresarial), incluindo nesse pacote, pesquisa de mercado/satisfação de cliente e dois treinamentos de atendimento junto aos colaboradores da entidade.
Palestras	Palestras dentro do âmbito de atuação da empresa: foco em palestras da gestão financeira e de estratégias empresariais.
Cursos/treinamento	Cursos de aperfeiçoamento, cursos in company dentro da necessidade da empresa.

Áreas de atuação:

- Gestão Financeira: Fluxo de caixa, planejamento financeiro, balanço patrimonial, demonstração de resultados.
- Gestão de Recursos Humanos: Recrutamento e seleção, treinamento e

desenvolvimento, plano de cargos e salários, análise de desempenho.

- Gestão de Marketing: Preço, praça, produto e promoção.

### **Preço**

Para melhor atender nossos clientes o preço será acordado em contrato dependendo de qual pacote de serviços será solicitado pelo cliente, esse contrato será de no mínimo seis meses, onde ao fechar o contrato o cliente pode escolher a forma de pagamento a vista ou parcelar o valor total durante o tempo de duração do contrato.

### **Praça**

Uma boa localização é de extrema importância para implementação de um negócio. É essencial escolher um local estratégico para melhor atendimento dos clientes, verificando a existências de concorrentes nas proximidades.

A consultora será localizada no Central Park, sala 1208, no 12º andar, o prédio está localizado na entrada da Cidade de Juazeiro, facilitando o acesso dos clientes.

### **Promoção**

A abordagem e a apresentação dos serviços serão realizadas através da geração de leads para traçar um perfil de cada cliente através das redes sociais e outras plataformas digitais.

## **3. PLANO FINANCEIRO**

### **3.1 Fontes de Recursos Financeiros**

Os recursos adquiridos para iniciar o negócio derivam de recursos próprios. Optou-se por não realizar financiamento bancário já que a estrutura do negócio é bem enxuta e os produtos que serão oferecidos tratam-se de serviços, sendo o conhecimento das sócias que serão ofertados.



<b>Recurso Financeiro</b>	<b>Valor (R\$)</b>
Capital Próprio Sócio A	7.500,00
Capital Próprio Sócio B	7.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>15.000,00</b>

### 3.1.1 Investimentos Financeiros Iniciais Necessários

- **Investimento Fixo**

#### A - Máquinas e Equipamentos

<b>Nº</b>	<b>Descrição</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Vlt. Unitário</b>	<b>Total</b>
1	Notebook Lenovo Ideapad 320 15.6	2	R\$1.639,00	R\$ 3.278,00
2	Multifuncional Tanque de Tinta Color L380, USB, Bivolt – Epson	1	R\$ 749,00	R\$ 749,00
3	Ar Condicionado Split Hw Comfee 9.000 BTUs Só Frio 220V	1	R\$ 1.089,00	R\$ 1.089,00
4	Bebedouro de Água de Coluna Esmaltec Gelagua EGC35B	1	R\$ 427,71	R\$ 427,71
Sub- Total (a)				R\$5.543,71

#### B - Móveis e Utensílios

<b>Nº</b>	<b>Descrição</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Vlt. Unitário</b>	<b>Total</b>
1	Estação De Trabalho Cannes Branca Artely	2	R\$ 217,54	R\$ 435,08
2	Cadeira Diretor Giratória Tl-Cde-07-1 Trevalla – Preto	2	R\$ 179,99	R\$ 359,98
3	Cadeira Fixa Secretária Bolt – Preta	3	R\$ 80,00	R\$ 240,00
4	Lixeira Para Escritório Alumínio	2	R\$ 30,00	R\$ 60,00

Sub- Total (b)	R\$ 1.095,06
----------------	--------------

- **Capital de Giro**

A – Estimativa de Estoque Inicial

B – Caixa Mínimo

**Contas a receber**

<b>Prazo Médio de Vendas</b>	<b>(%)</b>	<b>Número de Dias</b>	<b>Média Ponderada em Dias</b>
A vista	65%	0	0 Dias
A prazo (1)	20%	15	3 Dias
A prazo (2)	15%	30	4,5 Dias
<b>Prazo Médio Total</b>			<b>7,5 Dias</b>

Estimou-se que os prazos de pagamentos serão realizados da seguinte forma:

- 60% dos serviços serão à vista;
- 20% dos serviços com 15 dias;
- 15% dos serviços com 30 dias.

**Fornecedores**

<b>Prazo Médio de Vendas</b>	<b>(%)</b>	<b>Número de Dias</b>	<b>Média Ponderada em Dias</b>
a vista	70%	0	0 Dias
a prazo (1)	25%	15	3,75 Dias

a prazo (2)	5%	30	5
<b>Prazo Médio Total</b>			<b>8,75 Dias</b>

### 3.1.2 Orçamento das Operações

#### Investimentos Pré-operacionais

<b>Investimentos pré-operacionais</b>	<b>Valores</b>
Despesas de Legalização	R\$ 2.373,70
Divulgação	R\$ 1.000,00
Cursos e Treinamento	R\$ 800,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 4.173,70</b>

### 3.1.3 Estimativa de receitas

<b>Tipos de Serviço</b>	<b>Valor R\$</b>	<b>Quantidade Mês</b>	<b>Total R\$</b>
Consultoria Pacote - 1	1500,00	2	3000,00
Cursos	900,00	3	2700,00
Treinamento	1000,00	3	3000,00
Consultoria Pacote - 2	2000,00	1	2000,00
Palestras	800,00	4	3200,00
<b>TOTAL</b>			<b>13.900,00</b>

## 3.1.4 Custos e Despesas Fixos

Descrição	Valor R\$
Aluguel	1700,00
Água	50,00
Luz	150,00
Telefone	100,00
Internet	100,00
Contador	500,00
Pró-labore	3400,00
<b>Total</b>	<b>6000,00</b>

## 3.1.5 Custos e Despesas Variáveis

Descrição	Valor R\$
Material de Expediente	150,00
Combustível	350,00
Capacitação	1100,00
Alimentação	300,00
Viagens	400,00
<b>Total</b>	<b>2300,00</b>

NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO EM DIAS	
1 – Contas a Receber – Prazo Médio de Vendas	7,5 Dias
2 – Estoques – Necessidade média de Estoques	0 Dias
Sub-total (1+2)	7,5 Dias
3 – Fornecedores	8,75Dias
<b>Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias</b>	<b>16,25 Dias</b>

## B – Caixa Mínimo

1 - Custo Fixo Mensal	R\$ 6.000,00
2 – Custo Variável Mensal	R\$ 2.300,00
3 – Custo Total da Empresa (1+2)	R\$ 8.800,00
4 – Custo Total Diário (item 3/30 dias)	R\$ 293,33
5 – Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	16 Dias
<b>Total de B – Caixa Mínimo (item 4x5)</b>	<b>R\$ 4.693,28</b>

CAPITAL DE GIRO	
A – Estoque Inicial	R\$ 0,00
B –Caixa Mínimo	R\$ 4.693,28
<b>TOTAL (A+B)</b>	<b>R\$ 4.693,28</b>

## 3.1.6 Estimativa de Custo com Depreciação

## Máquinas e equipamentos

Informações Gerais	
Nome do bem	Notebook Lenovo Ideapad 320 15.6
Tempo médio de vida útil	2 anos
Valor do bem	R\$1.639,00

Depreciação anual R\$ 1.639,00 / 2 anos = R\$ 819,50 ao ano  
 Depreciação mensal R\$ 819,50 / 12 meses = R\$ 68,29 ao mês

Nome do bem	Multifuncional Tanque de Tinta Color L380, USB, Bivolt – Epson
Tempo médio de vida útil	2 anos
Valor do bem	R\$ 749,00
Depreciação anual R\$ 749,00 / 2 anos = R\$ 374,50 ao ano Depreciação mensal R\$ 374,50 / 12 meses = R\$ 31,20 ao mês	

Nome do bem	Ar Condicionado Split Hw Comfee 9.000 BTUs Só Frio 220V
Tempo médio de vida útil	5 anos
Valor do bem	R\$ 1089,00
Depreciação anual R\$ 1089,00 / 5 anos = R\$ 217,80 ao ano Depreciação mensal R\$ 217,80 / 12 meses = R\$ 18,15 ao mês	

Nome do bem	Bebedouro de Água de Coluna Esmaltec Gelagua EGC35B
Tempo médio de vida útil	5 anos
Valor do bem	R\$ 427,71
Depreciação anual R\$ 427,71 / 5 anos = R\$ 85,54 ao ano Depreciação mensal R\$ 85,54 / 12 meses = R\$ 7,12 ao mês	

Depreciação total de máquinas e equipamentos = R\$ 124 ,76

## Móveis e Utensílios

Nome do bem	Estação De Trabalho Cannes Branca Artely
Tempo médio de vida útil	10 anos
Valor do bem	R\$ 217,54
Depreciação anual $R\$ 217,54 / 10 \text{ anos} = R\$ 21,75 \text{ ao ano}$ Depreciação mensal $R\$ 21,75 / 12 \text{ meses} = R\$ 1,81 \text{ ao mês} \times 2 = R\$ 3,62 \text{ ao mês.}$	

Nome do bem	Cadeira Diretor Giratória TI-Cde-07-1 Trevalla – Preto
Tempo médio de vida útil	10 anos
Valor do bem	R\$ 179,99
Depreciação anual $R\$ 179,99 / 10 \text{ anos} = R\$ 14,99 \text{ ao ano}$ Depreciação mensal $R\$ 14,99 / 12 \text{ meses} = R\$ 1,24 \text{ ao mês} \times 2 = R\$ 2,48 \text{ ao mês.}$	

Depreciação total de Móveis e Utensílios = R\$ 6,10

## 3.1.1. Resultados Operacionais

## 3.1.2. Demonstração do Resultado do Exercício (D.R.E)

QUADRO	DESCRIÇÃO	(R\$)	(%)
	1. Receita Total com Vendas	R\$ 13.900,00	
	2. Custos Variáveis Totais	R\$ 2.300,00	
	(-) Impostos sobre serviços	R\$ 695,00	5%

	(-) Custo com Depreciação Mensal	R\$ 133,34	
	Subtotal de 2	R\$ 3.128,34	
	3. Margem de Contribuição (1 - 2)	R\$ 10.771,66	
	4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 6.000,00	
	5. Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo) (3 - 4)	R\$ 4.771,66	

### 3.1.3. Ponto de equilíbrio

$$PE = \frac{R\$ 6.000,00}{0,77} = R\$ 7.792,20$$

0,77

$$\text{Índice da Margem de Contribuição} = \frac{R\$ 10.771,66}{R\$ 13.900,00} = 0,77$$

### 3.1.4. Lucratividade

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita Total}} \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = \frac{4.771,66}{13.900,00} \times 100 = 34,32\% \text{ a/a}$$

### 3.1.5. Rentabilidade



$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido.}}{\text{Investimento Total}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{4.771,66.}{19.112,47} \times 100 = 24,96\% \text{ a/a}$$

### 3.1.6. Prazo de retorno do investimento

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}}$$

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{19.112,47}{4.771,66} = 4 \text{ meses}$$

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O banco de dados foi adquirido por meio de questionário aplicado na cidade de Juazeiro do Norte a uma amostra de empresários da região. A coleta de dados permitiu a obtenção de informações a cerca do conhecimento dos empresários sobre os temas relacionados à consultoria de empresas, conhecimento dos seus propósitos, utilização do serviço de consultoria, valor que pagaria pelo trabalho, maiores problemas relacionados ao dia a dia da empresa, entre outras.

Conforme análise dos dados pesquisados constatou-se que 86,6% dos empresários contratariam o serviço de consultoria. Outro percentual relevante aponta que 91,8% dos empresários conhecem a finalidade da consultoria embora apenas 30,9% dessas empresas contrataram em algum momento o serviço de consultoria. Dentre os que contrataram o serviço 50,8% apontaram que se utilizariam novamente do serviço pelos benefícios alcançados após a aplicação do que foi traçado pelos consultores.

Quando a abordagem tratou das áreas responsáveis pela possível procura pelo serviço de consultoria o item quedas nas vendas se apresentou em primeiro lugar com 32,2%, seguido de problemas financeiros com 27,1%. Diante de uma experiência positiva 100% dos

entrevistados responderam que indicariam o serviço a pessoas próximas que fossem proprietárias de empresas.

Com relação a área que apresenta maiores problema 25,9% da empresas apontaram questões relacionadas a área do marketing da empresa ou dos produtos.

Os empresários da cidade estariam dispostos a pagam pelo serviço em média R\$1500,00 por contrato, afirmando que se for para a melhoria do processo da empresa o investimento teria retorno rapidamente.

No mercado competitivo e dinâmico, onde a concorrência é cada vez maior e acirrada, a consultoria atua no apoio as decisões empresariais, organizando os processos e as estratégias mercadológicas, procurando sempre um diferencial competitivo para as organizações se destacarem no mercado.

A análise dos resultados permitiu concluir a viabilidade do objetivo central do plano de negócio que resulta na implementação de uma empresa de consultoria na cidade de Juazeiro do Norte. Esse resultado se confirma quando 86,6% dos empresários entrevistados contratariam um serviço de consultoria por ter consciência das vantagens agregadas através dos conhecimentos técnicos dos consultores embora apenas 30,9% das empresas já tenha contratado tipo de serviço. Esse número nos mostra que ainda há uma ótima fatia de mercado a ser explorada na cidade oferecendo também a possibilidade de crescimento.

O plano financeiro permitiu confirmar mais uma vez a que a implementação da empresa é possível. Os indicadores de viabilidades se mostraram favoráveis a implementação do negócio se apresentando em uma perspectiva de crescente.

Os cálculos demonstram uma lucratividade de 34,32% ao mês, seguida de uma rentabilidade de 24,96%, com um prazo do retorno de investimento girando em torno de 4 meses.

## MATRIZ SWOT

<b>ANÁLISES INTERNAS E EXTERNAS</b>	
<b>FORÇAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualidade no Serviço;</li> <li>- Preço;</li> <li>- Localidade;</li> <li>- Assistência aos Clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abertura de Novas Empresas;</li> <li>- Percepção de Clientes;</li> <li>- Expansão na Linha de Serviços;</li> <li>- Certificado de Qualidade.</li> </ul>
<b>FRAQUEZAS</b>	<b>AMEAÇAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poucos Recursos;</li> <li>- Falta de Posicionamento no Mercado;</li> <li>- Verba Reduzida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concorrência;</li> <li>- Diminuição da Demanda;</li> <li>- Governo.</li> </ul>

## REFERÊNCIAS

- ABRACEM, Associação Brasileira de Consultores Empresariais. **Mercado de Consultoria em Alta no Brasil**. 2015. Disponível em: <<https://www.abracem.com.br/>>. Acesso em: 10 mar. 2018.
- BIAGIO, Luiz Arnaldo; BATOCCHIO, Antonio. **Plano de Negócios: Estratégia para Micro e Pequenas Empresas**. 2. ed. Barueri: Manole, 2012.
- BLOCK, Peter. **Consultoria: o Desafio da Liberdade**. 2. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2001.
- BOLSON, Eder Luiz. **Tchau, patrão!** Como construir uma empresa vencedora e ser feliz conduzindo o seu próprio negócio. Belo Horizonte: SENAC/MG, 2003. 192 p.
- CAMPOS, V. Falconi. **Gerenciamento da rotina do trabalho do dia-a-dia**. 8ed. Belo horizonte: INDG tecnologia e serviços LTDA, 2004.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 11º reimpressão. Rio de Janeiro. Elsevier, Ed Campus, 2008. p 22 FACHIN, Odília. **Fundamentos de Metodologia/Odília Fachin**. 3º ed. São Paulo: Saraiva, 2001.
- ECR CONSULTORIA, **Consultoria: áreas de atuação**. 2016. Disponível em: <<https://www.ecrconsultoria.com.br/consultorias/area-de-atuacao/>>. Acesso 22 maio 2018.
- FENACON, **Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas. Instabilidade Econômica Eleva a Demanda por Consultoria**. 2015. Disponível em: <<http://www.fenacon.org.br/>>. Acesso em: 20 mar. 2018.
- FREITAS, Alfredo. **Guia Completo: Saiba tudo sobre a Carreira de Consultoria Empresarial**. 2017. Disponível em: <<https://blog.ambracollege.com/carreira-de-consultoria-empresarial/>>. Acesso em: 23 ago. 2018.
- GODOY, José Martins de. **A Atividade de Consultoria**. 2018. Disponível em: <<http://www.revistaviverbrasil.com.br/>>. Acesso em: 12 mar. 2018.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Manual de Consultoria Empresarial: Conceitos - Metodologia - Prática**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2015. 220 p.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento Estratégico: Conceitos, Metodologia, Prática**. 34. ed. São Paulo: Atlas, 2018.
- PEREIRA, Maurício Fernandes. **Planejamento Estratégico: Teorias, Modelos e Processos**. São Paulo: Atlas, 2010. 141 p.
- Revista viver Brasil, **A ATIVIDADE DE CONSULTORIA**, 05/02/2018, <<http://revistaviverbrasil.com.br/plus>>. Acesso em: 17 abril 2018.

SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao Empreendedorismo: Despertando a Atitude Empreendedora**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. 245 p.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23ª ed. São Paulo: Cortez, 2007.

VEIGA, Carolina. Espírito Santo Empreendedor. Vitória: Sebrae, Findes, 2006. **Feliz conduzindo o seu próprio negócio**. Belo Horizonte: SENAC/MG, 2003. 192 p.

ANEXOS

## **QUESTIONÁRIO DE VIABILIDADE - PESQUISA DE MERCADO CONSULTORIA EMPRESARIAL**

Prezados, somos alunos de graduação do curso de Administração e estamos realizando uma pesquisa de mercado através desse questionário. São perguntas simples e fáceis de responder, solicitamos que respondam o questionário completo para que sua resposta possa ser validada. A pesquisa nos ajudará a montar a análise de viabilidade da abertura de uma Consultoria Empresarial na cidade de Juazeiro do Norte – CE.

**1 Você é proprietário de algum tipo de empresa?**

Sim

Não

**2 Caso fosse proprietário de algum tipo de estabelecimento comercial contrataria uma empresa de consultoria?**

Sim

Não

Se sua resposta for positiva siga respondendo o questionário normalmente, em caso negativo responda apenas as que não se referem aos proprietários de empresas.

**3 Ramo de atividade?**

Comércio

Indústria

Serviço

**4 Cidade onde está localizada a sua empresa?**

**5 Qual o seu nível de escolaridade?**

Ensino Fundamental

Ensino médio

Superior incompleto

Superior completo

**6 Caso possua nível superior, qual a graduação?**

**7 Você sabe qual o propósito de uma consultoria?**

Sim

Não

**8 A sua empresa já se utilizou de um serviço de consultoria?**

Sim

Não

**9 Em que área sua empresa apresenta mais problemas?**

Financeira

Recursos Humanos  
Marketing  
Vendas  
Produção  
Outros

**10 Se tivesse o conhecimento de que o serviço ofertado por uma consultoria empresarial poderia melhorar o desempenho da sua empresa você contrataria o serviço?**

Sim  
Não

**11 Quanto pagaria pelo serviço de consultoria?**

R\$ 1000,00  
R\$ 1500,00  
R\$ 2000,00  
R\$ 2500,00  
R\$ 3000,00

**12 Tendo uma experiência positiva com o serviço de consultoria você indicaria o serviço para outros empresários?**

Sim  
Não

**13 Caso já tenha utilizado o serviço de consultoria a algum tempo, se utilizaria o serviço novamente?**

Sim  
Não

**14 Em qual das situações hipotéticas você recorreria ao auxílio de uma consultoria?**

Problemas financeiros  
Problemas com colaboradores  
Queda nas vendas  
Problemas na produção  
Problemas de gestão  
Outros

**15 Como teve conhecimento de como atua uma consultoria?**

Não conhece  
Indicação  
Internet  
Jornais  
Outros