



ESCRITÓRIO DE CONSULTORIA



2019

MANAUS – AMAZONAS

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	4
APRESENTAÇÃO.....	5
OBJETIVO GERAL.....	6
Objetivos Específicos.....	6
1.PRIMEIROS PASSOS PARA A ABERTURA FORMAL.....	7
2. ANALISE DE MERCADO	15
2.1. Análise do ambiente externo.....	15
2.2. Análise SWOT.....	16
3. PESQUISA DE MERCADO.....	17
4. PLANO DE MARKETING.....	19
4.1. PREÇO.....	20
4.1.1. ESTRATEGIA DE PRECIFICAÇÃO.....	20
4.2. PROMOÇÃO.....	21
4.2.1. ESTRATEGIA DE PROMOÇÃO E DIVULGAÇÃO.....	21
4.3. PESSOAS.....	22
4.4. PRAÇA.....	22
5. DICAS DE NEGÓCIOS.....	24
6. REGISTRO DA MARCA.....	24
7. CONCLUSÃO.....	25
8. BIBLIOGRAFIA.....	26

INTRODUÇÃO

O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Amazonas (SEBRAE) é uma entidade privada sem fins lucrativos, que funciona como agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios de todo o país. O Sebrae Amazonas atua em capacitação, consultoria e acesso à tecnologia e inovação, além de possibilitar o acesso a mercados.

Para facilitar o acesso a esses mercados foi desenvolvido o “Perfil de Oportunidade de Negócios” que serve como guia de orientação para o empreendedor obter informações essenciais ao segmento empresarial que pretende atuar.

O Perfil de Oportunidade de Negócios que será abordado é uma empresa de Consultoria.

APRESENTAÇÃO

A palavra consultoria veio do Latim - Consultare, ou seja, “receber um conselho de”. Esse termo se originou da antiga Grécia, onde os sacerdotes eram os consultores da sociedade, pois sempre eram procurados em busca de conhecimento e para solucionar questões incompreendidas.

Assim como no passado, atualmente os escritórios de consultoria podem ser caracterizados como um serviço de aconselhamento, onde o consultor ajuda o cliente a potencializar sua capacidade para atingir os objetivos da organização.

Diante destas definições, percebemos que a consultoria nada mais é do que um serviço oferecido por um profissional ou empresa de uma área específica para outro profissional ou empresa.

A função de uma empresa de consultoria é essencialmente prestar auxílio e para isso é necessário que o consultor, o profissional, precisa ter conhecimento e habilidades na área em que vai atuar. Ele necessita, sobretudo, de capacidade analítica e uma postura ética, pois seus aconselhamentos irão influenciar diretamente a tomada de decisão.

Os consultores podem ser classificados em internos, quando o consultor é um colaborador interno, ou seja, faz parte do quadro de funcionários da empresa que requer o serviço. Ou externo, quando o consultor é um colaborador externo, ou seja, que não faz parte do quadro de funcionários da empresa. Nesse caso, é estabelecida uma prestação de serviço temporária, acordada previamente entre a empresa e o consultor.

Independentemente do tipo de consultor é fundamental que este profissional consiga compilar os dados coletados nos diagnósticos empresariais e traçar o melhor plano de ação em conformidade com as reais necessidades estabelecidas pelo cliente ou detectadas na pesquisa.

Independentemente do tipo de consultor é fundamental que este profissional consiga compilar os dados coletados nos diagnósticos empresariais e traçar o melhor plano de ação em conformidade com as reais necessidades estabelecidas pelo cliente ou detectadas na pesquisa.

As áreas de uma empresa de consultoria são abrangentes e podem exigir competências em diversos segmentos, como consultoria de Estratégia, consultoria em Gestão, Consultoria em operações, Consultoria em Rh, Consultoria financeira e consultoria de tecnologia.

Um escritório de consultoria beneficia-se pelo conhecimento de vários setores e modelos de negócios, mas acima de tudo pode estar em suas mãos os conselhos necessários para que empresas alcancem o diferencial competitivo e aumentam suas oportunidades de negócio.

OBJETIVO GERAL

Identificar informações necessárias para a formalização e gestão de empresas de consultorias

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mapear os principais processos para a formalização e gestão de uma empresa de consultoria
- Conhecer as oportunidades de utilização do ramo de consultores
- Verificar os principais desafios para se iniciar uma consultoria empresarial;

1 PASSO A PASSO PARA A ABERTURA FORMAL

LEGISLAÇÃO

O processo para abrir empresa de consultoria não é muito diferente das empresas de outras atividades. Basicamente o que vai diferenciar é na hora da escolha dos CNAEs e, por consequência, na alíquota de impostos a serem recolhidos.

Determinar o formato jurídico.

O primeiro passo para a abertura de sua empresa de consultoria é escolher o formato jurídico e seu perfil, determinar se você ira ou não ter sócios.

Sem sócios:

- Empresário Individual (EI)
- EIRELI (Empresa Individual de Responsabilidade Limitada).

Com sócios:

- Sociedade Limitada (LTDA)
- Sociedade Anônima (SA)

Determinar o Regime Tributário.

Escolhido o formato jurídico, é hora de determinar o regime tributário. É esta opção que irá determinar o quanto e de que forma serão recolhidos os impostos da empresa. As opções são: **Simples Nacional, Lucro Presumido ou até Lucro Real**. As mais comuns são as duas primeiras.

- **Simples Nacional**

É aplicável a Microempresas e Empresas de Pequeno Porte que faturem até R\$ 4,8 milhões por ano. Sua finalidade é facilitar o recolhimento dos tributos unificando os impostos em uma única guia a pagar, tanto municipais, quanto estaduais e federais. O recolhimento por meio do Simples Nacional abrange os seguintes tributos: IRPJ, IPI, CSLL, PIS/PASEP, CPP, ICMS E ISS. Para se enquadrar nesse tipo de regime é preciso conferir se o tipo de atividade da empresa é permitido pelo Simples Nacional e se o sócio não possui nenhuma advertência que evite adotar o regime.

- **Lucro Presumido**

Este regime é aplicável para as empresas que faturem até R\$ 78 milhões por ano. Visa simplificar o cálculo dos impostos. Como o próprio nome diz, a Receita Federal já pré-determina qual será a porcentagem do lucro presumido de acordo com o faturamento, baseando-se na atividade exercida. Depois é gerado um valor médio de lucro e alíquota que as empresas devem pagar. A empresa que opta por este regime deve pagar diversas guias específicas e diversas declarações acessórias. O recolhimento por meio do Lucro Presumido abrange os mesmos tributos do Simples Nacional, porém pagos em guias separadas.

Definir o Porte da Empresa:

Determinar o porte da sua empresa é o terceiro passo para iniciar a formalização e abrir empresa de consultoria. O enquadramento do porte da empresa está relacionado ao seu faturamento anual.

Para poder optar pelo Microempreendedor Individual (MEI), seu faturamento anual deve ser de até R\$ 81.000,00. Além disso, esse modelo está restrito a algumas atividades e possui outras limitações, como só poder contratar um colaborador.

Para os outros formatos, não há muitas restrições. Para ser uma Microempresa (ME) o faturamento anual deverá ser inferior ou igual a R\$ 360 mil. Já para quem quer optar pela Empresa de Pequeno Porte (EPP), o faturamento anual tem um limite bem maior, podendo ser de até R\$ 4,8 milhões.

Escolha das Atividades:

O CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) serve para informar às autoridades sobre qual o tipo da atividade exercida e padronizar os códigos de atividades econômicas, simplificando o enquadramento das empresas, além de permitir que vejamos previamente o quanto terá que pagar de impostos, taxas e contribuições para a União Estado e Município.

Para as empresas de consultoria, utilizam-se os seguintes CNAEs:

CNAE: 6204-0/00 – Assessoria e Consultoria em Informática

- Anexo V, podendo ser do Anexo III dependendo do fator “R”
- Alíquota de Impostos aproximada: 15,50% a 30,50%

CNAE: 6621-5/02 – Auditoria e Consultoria Atuarial

- Anexo V, podendo ser do Anexo III dependendo do fator “R”
- Alíquota de Impostos aproximada: 15,50% a 30,50%

CNAE: 6911-7/01 – Consultoria em Direito

- Anexo – Anexo IV
- Alíquota de Impostos aproximados: 4,50 % a 33,00%

CNAE: 7020-4/00 – Assessoria e Consultoria em Recursos Humanos

- Anexo V, podendo ser do Anexo III dependendo do fator “R”
- Alíquota de Impostos aproximada: 15,50% a 30,50%

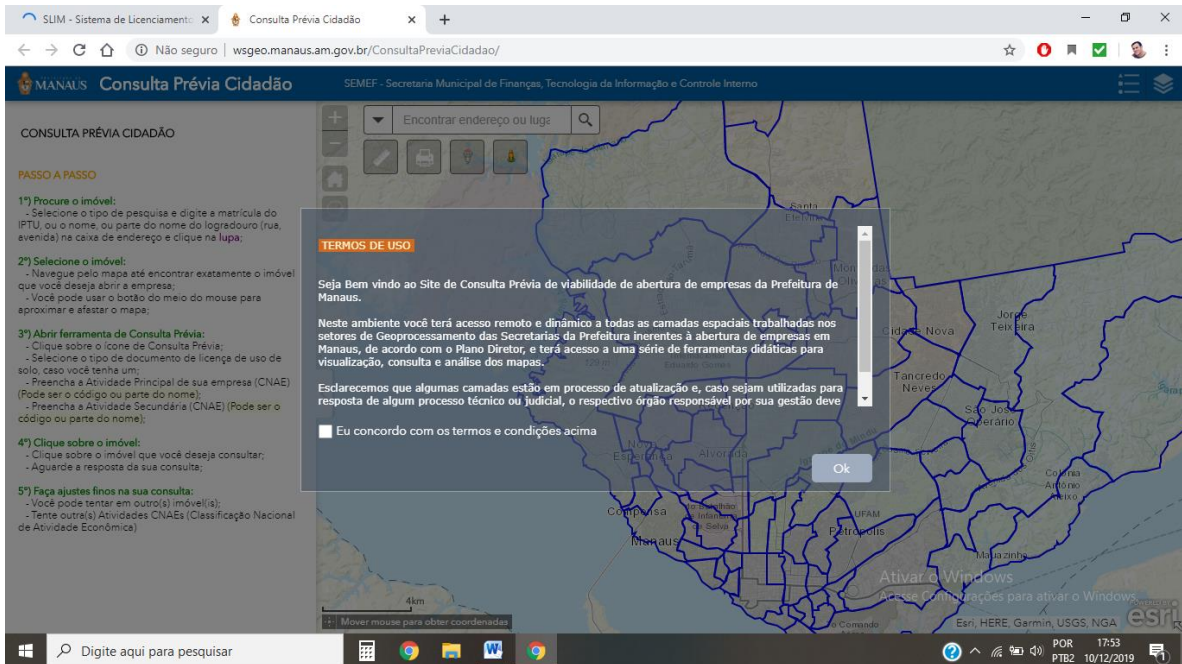
Órgãos, documentos e procedimentos necessários para a formalização e legalização de seus negócios.

Órgãos:

- Jucea;
- Receita Federal;
- Prefeitura;
- Sefaz;
- Vigilância sanitária;
- Corpo de Bombeiro;
- Caixa Econômica Federal;
- Suframa.

Passo 1 - Solicitar a certidão de viabilidade e zoneamento do local (Prefeitura - site)

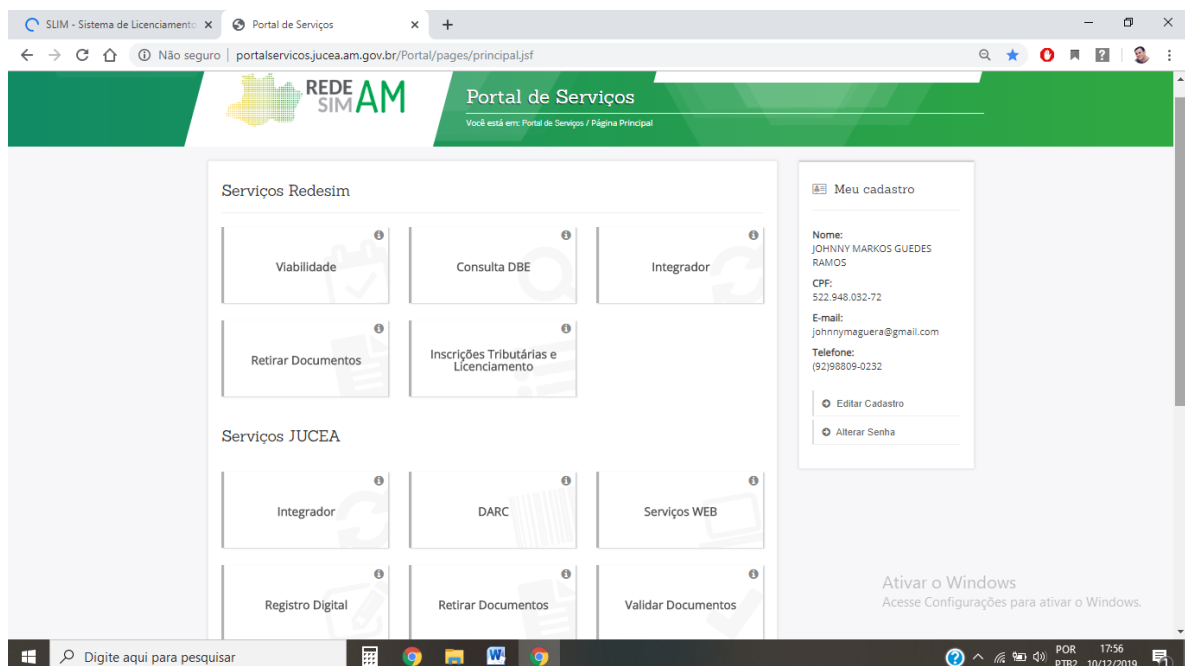
Antes de proceder com todas as demais etapas é necessário saber se o endereço escolhido para instalação da empresa permite o desempenho de suas atividades. Para isso, a prefeitura emite a certidão de viabilidade e zoneamento, que também é uma autorização prévia para a constituição empresarial em determinada localidade. Realizar consulta prévia na Prefeitura quanto à autorização para funcionamento da atividade pretendida no endereço em que será registrada a empresa através do site: <https://slim.manaus.am.gov.br/>.



Pesquisar e reservar o nome empresarial pretendido (Jucea – Site Empresa Super Fácil)

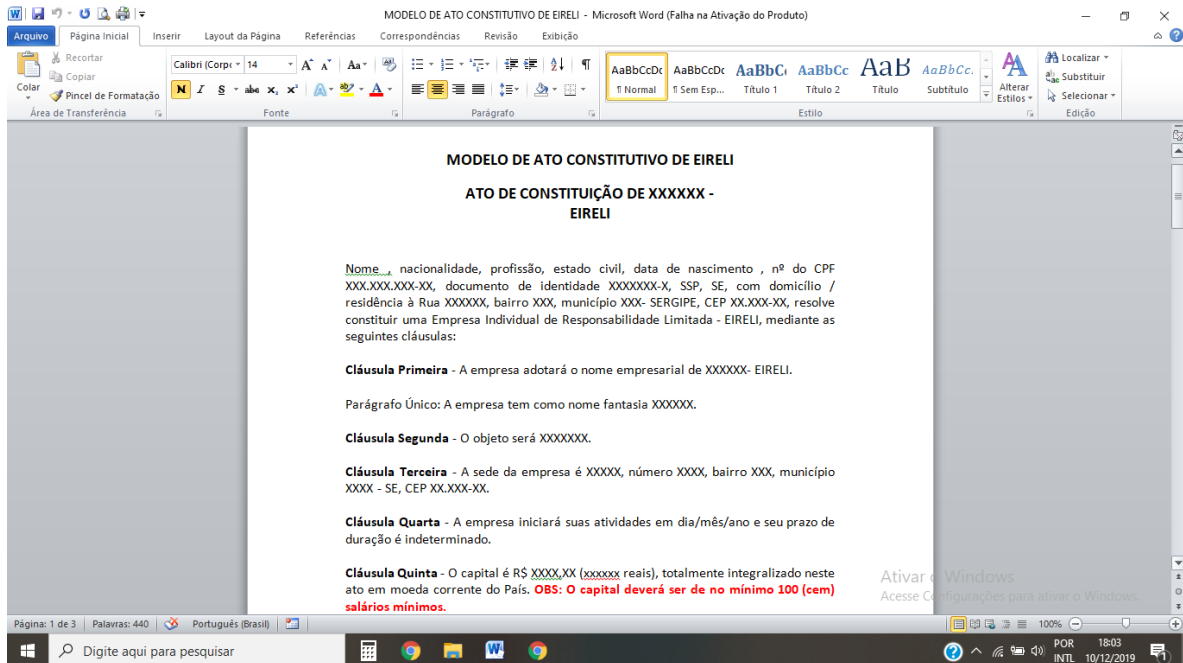
Empresas individuais, que levam o nome do empreendedor como nome empresarial, não necessitam dessa pesquisa. Mas uma Eireli ou sociedade precisa pesquisar se o nome da empresa, junto à sua atividade principal, já não foi registrado dentro do estado. Pois a Junta Comercial não permite que no mesmo estado existam duas empresas com nomes empresariais iguais.

Depois da pesquisa, caso o nome esteja disponível, é feita a reserva. Isso assegura que durante os demais procedimentos da abertura de empresa outros empresários não o registrem.



Preencher ou redigir o documento de constituição

Quando o negócio é legalizado como Eireli ou sociedade empresária, redige-se o contrato social. Já empreendimentos individuais são abertos via Requerimento de Empresário.



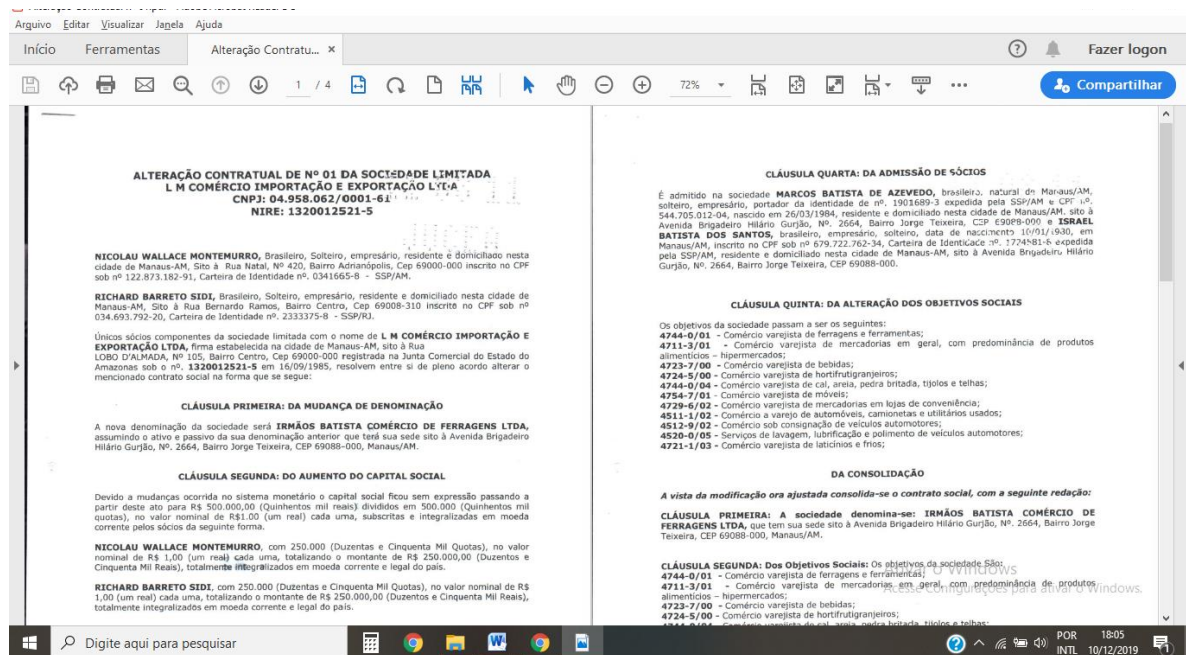
Contrato social

Esse documento formaliza os direitos e deveres dos sócios em relação à empresa que está sendo aberta — e contém todos os elementos que promovem a sua constituição. São informações como:

- Dados pessoais dos sócios;
- Atividades da empresa;
- Endereço comercial;
- Capital social e sua divisão entre os fundadores;
- Forma de administração legal da empresa;
- Funcionamento das retiradas de lucro e pró-labore.

Todas essas definições e informações são dispostas em cláusulas, obrigatórias para que a Junta Comercial registre o contrato.

Além dos mais comuns, ainda podem ser adicionados termos personalizados. Por exemplo, pode-se criar uma cláusula especificamente para entrada de sócios — de acordo com critérios criados apenas para aquela empresa.



Requerimento de Empresário

O Requerimento, por se tratar da formalização de um empreendimento individual, não tem cláusulas contratuais. Isso porque o empresário é o único dono e tem responsabilidade ilimitada. Por isso, responde com todos os seus bens pessoais diretamente caso uma dívida empresarial não seja honrada, por exemplo.

Consequentemente, não há cláusulas para um acordo de abertura de empresa. Esse Requerimento apenas conta com campos a serem preenchidos com dados de pessoas física e jurídica, atividades do negócio, capital social, assinatura e data de abertura.

REQUERIMENTO DE EMPRESÁRIO

Junta Comercial do Estado de Pernambuco
 Junta Comercial de Pernambuco
 Rua da Constituição, 100 - Centro - Recife - PE

DADOS DO EMPRESÁRIO

NOME DO EMPRESÁRIO: ABRIL PERFEITA CONSULTORIA E SERVIÇOS DE GESTÃO EMPRESARIAL
 ENDEREÇO: RUA DA CONSTITUIÇÃO, 100 - CENTRO - RECIFE - PE
 CEP: 50000-000
 CIDADE: RECIFE - PE
 UF: PE
 INSCRIÇÃO ESTADUAL: 15.000.000/0000000
 NOME DO EMPRESÁRIO: ABRIL PERFEITA CONSULTORIA E SERVIÇOS DE GESTÃO EMPRESARIAL
 ENDEREÇO: RUA DA CONSTITUIÇÃO, 100 - CENTRO - RECIFE - PE
 CEP: 50000-000
 CIDADE: RECIFE - PE
 UF: PE

DADOS DO CAPITAL

TOTAL DO CAPITAL: R\$ 100.000,00
 CAPITAL EM DINHEIRO: R\$ 100.000,00
 CAPITAL EM BENS: R\$ 0,00

DADOS DO EMPREENDEDOR

NOME DO EMPREENDEDOR: ABRIL PERFEITA CONSULTORIA E SERVIÇOS DE GESTÃO EMPRESARIAL
 ENDEREÇO: RUA DA CONSTITUIÇÃO, 100 - CENTRO - RECIFE - PE
 CEP: 50000-000
 CIDADE: RECIFE - PE
 UF: PE

DADOS DO TIPO DE EMPRESAMENTO

TIPO DE EMPRESAMENTO: EMPRESAMENTO INDIVIDUAL
 RAZÃO SOCIAL: ABRIL PERFEITA CONSULTORIA E SERVIÇOS DE GESTÃO EMPRESARIAL
 NOME FANTASIA: ABRIL PERFEITA CONSULTORIA E SERVIÇOS DE GESTÃO EMPRESARIAL

DADOS DO REGISTRO

DATA DE ABERTURA: 10/12/2019
 DATA DE REGISTRO: 10/12/2019
 DATA DE VIGÊNCIA: 10/12/2019

DADOS DO DOCUMENTO

TIPO DE DOCUMENTO: REQUERIMENTO DE EMPRESÁRIO
 DATA DE EMISSÃO: 10/12/2019
 DATA DE VALIDADE: 10/12/2019

DADOS DO INTEGRADOR

MODELO INTEGRADOR: ABR1201900010001

Junta Comercial do Estado de Pernambuco
 Junta Comercial de Pernambuco
 Rua da Constituição, 100 - Centro - Recife - PE

Solicitar o CNPJ e registrar a constituição na Junta Comercial (Receita Federal)

O CNPJ é o documento que legaliza a empresa junto à Receita Federal. Nele, além do número de CNPJ, constam:

- As atividades da empresa;
- Sua data de abertura;
- Endereço;
- Dados de contato;
- Nomes empresarial e fantasia;
- E tipo de empreendimento, como individual ou em sociedade.

Para solicitá-lo, é preciso enviar dados à Receita via Documento Básico de Entrada (DBE), por meio da Coleta Web da Receita Federal. Junto ao DBE, outras informações têm de ser fornecidas ao órgão pelo Quadro de Sócios e Acionistas

(QSA) e pela Ficha Cadastral de Pessoa Jurídica (FCPJ), encontrados no mesmo endereço do DBE.

Além delas, duas outras Fichas de Cadastro Nacional — chamadas de FCN 1 e FCN 2 — têm de ser preenchidas e anexadas à documentação acima. Elas são impressas no site da Junta Comercial estadual. E caso a Junta tenha integração com a Receita para abertura de empresa facilitada, são preenchidas e entregues online.

Assim que todos esses documentos estão emitidos e assinados, são entregues à Junta Comercial com contrato social ou Requerimento de Empresário. Então, a constituição é registrada no órgão estadual e o cadastro nacional é feito.

Solicitar o Alvará (Prefeitura)

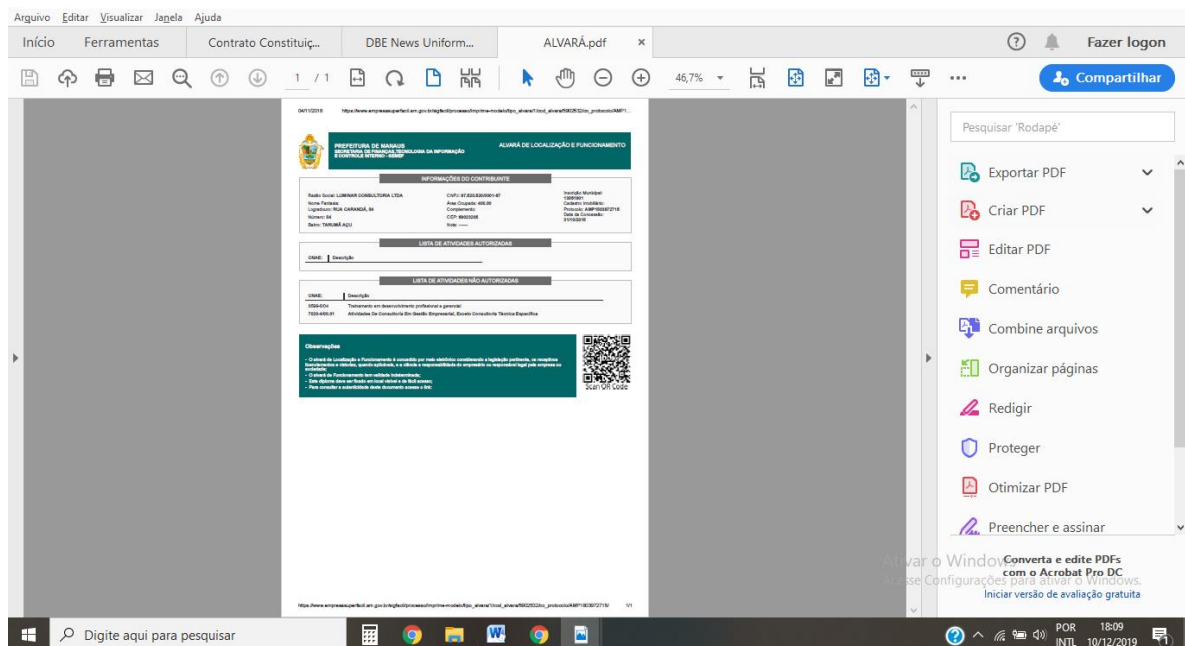
A formalização da empresa a nível municipal se dá com a emissão do alvará. Sem ele, o negócio não está autorizado a funcionar e não consegue emitir notas fiscais de nenhum tipo.

Para obtê-lo, é preciso entregar os seguintes documentos à fiscalização municipal:

- Documentos da sede da empresa;
- Laudo dos bombeiros atestando a segurança e o preparo das instalações;

- Laudo da vigilância sanitária (depende da atividade econômica da empresa);
- Requerimento de Empresário ou contrato social;
- CNPJ;
- Certidão de viabilidade e zoneamento.

Não havendo erros ou problemas com imóvel ou documentação, o alvará é expedido após o pagamento de sua taxa e o período necessário aos processos de legalização da prefeitura.



Autorização para emissão da Nota Fiscal de Serviço Eletrônica (NFS-e) (Prefeitura)

Cada prefeitura brasileira é responsável pelos seus processos em relação às notas de serviços e também referente ao Imposto Sobre Serviços (ISS). Portanto, é preciso informar-se com o município e contar com um profissional contábil para proceder corretamente.

Solicitar a Inscrição Estadual (SEFAZ)

Empresas cujas atividades sejam de comércio, industrialização ou transporte rodoviário de cargas entre cidades e estados precisam ter Inscrição Estadual. Do contrário, não conseguem emitir a Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) ou o Conhecimento de Transporte Eletrônico (CT-e).

Pela inscrição ser de responsabilidade dos estados, cada um deles tem as próprias regras e procedimentos para emissão. Portanto, é preciso buscar informações antes de agir. De modo geral, o que se exige são documentos e preenchimentos de fichas — ambos com o intuito de registrar informações e atestar as atividades empresariais.

Protocolo SEFAZ.pdf - Adobe Acrobat Reader DC

Arguivo Editar Visualizar Janela Ajuda

Início Ferramentas Contrato Constitui... DBE News Uniform... ALVARÁ.pdf Protocolo SEFAZ.pdf x

Fazer login

48,7%

Compartilhar

INSCRIÇÃO ESTADUAL		FOLHA ELETRÔNICA DE SOLICITAÇÃO DE CADASTRAMENTO DE CONTRIBUÍDORES DO IMPOSTO SOBRE SERVIÇOS (ESTADUAIS E MUNICIPAIS)		Data de Emissão: 10/12/2019																			
<p>INFORMAÇÕES DO CONTRIBUÍDO</p> <p>INSCRIÇÃO ESTADUAL: 2019/00091-0</p> <p>RAZÃO SOCIAL: FRANCO OLIVEIRA DOS SANTOS 0164-1988213</p> <p>NOME DO PROPRIETÁRIO: FRANCO OLIVEIRA DOS SANTOS 0164-1988213</p> <p>DATA DE FUNDACÃO: 20.000.00</p> <p>TIPO DE CONTRIBUÍDO: 0000</p> <p>CLASSIFICAÇÃO: 1300157200</p> <p>ENDEREÇO: RUA 6, 17, PRÉDIO, 00000</p> <p>CIDADE: CALÇAD. RIBEIRA, IRANDUBÁ, PERNAMBUCO, AMAZONAS, 55070-000</p> <p>CEP: 55070-000</p> <p>TELEFONE: 88.421-000</p> <p>E-MAIL: franco.oliveira@sefaz.am.gov.br</p> <p>INSCRIÇÃO ESTADUAL: 2019/00091-0</p> <p>DATA DE FUNDACÃO: 21/01/1984</p> <p>TELEFONE: 88.421-000</p> <p>CEP: 55070-000</p>																							
<p>ATIVIDADES ECONÔMICAS</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>CNPIS</th> <th>Descrição</th> <th>Qualificação</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>4744-054</td> <td>Comércio varejista de cal., atrel., artigos de cama, mesa e banho</td> <td>PRINCIPAL</td> </tr> <tr> <td>4742-300</td> <td>Comércio varejista de material elétrico</td> <td>SECUNDÁRIO</td> </tr> <tr> <td>4744-099</td> <td>Comércio varejista de materiais de construção em geral</td> <td>SECUNDÁRIO</td> </tr> <tr> <td>4744-001</td> <td>Comércio varejista de ferragens e ferramentas</td> <td>SECUNDÁRIO</td> </tr> <tr> <td>4741-600</td> <td>Comércio varejista de tintas e materiais para pintura</td> <td>SECUNDÁRIO</td> </tr> </tbody> </table>						CNPIS	Descrição	Qualificação	4744-054	Comércio varejista de cal., atrel., artigos de cama, mesa e banho	PRINCIPAL	4742-300	Comércio varejista de material elétrico	SECUNDÁRIO	4744-099	Comércio varejista de materiais de construção em geral	SECUNDÁRIO	4744-001	Comércio varejista de ferragens e ferramentas	SECUNDÁRIO	4741-600	Comércio varejista de tintas e materiais para pintura	SECUNDÁRIO
CNPIS	Descrição	Qualificação																					
4744-054	Comércio varejista de cal., atrel., artigos de cama, mesa e banho	PRINCIPAL																					
4742-300	Comércio varejista de material elétrico	SECUNDÁRIO																					
4744-099	Comércio varejista de materiais de construção em geral	SECUNDÁRIO																					
4744-001	Comércio varejista de ferragens e ferramentas	SECUNDÁRIO																					
4741-600	Comércio varejista de tintas e materiais para pintura	SECUNDÁRIO																					
<p>INSCRIÇÃO ESTADUAL DE CONTRIBUÍDO</p> <p>INSCRIÇÃO ESTADUAL: 2019/00091-0</p> <p>DATA DE FUNDACÃO: 21/01/1984</p> <p>TELEFONE: 88.421-000</p> <p>CEP: 55070-000</p>																							
<p>INSCRIÇÃO ESTADUAL DE CONTRIBUÍDO</p> <p>INSCRIÇÃO ESTADUAL: 2019/00091-0</p> <p>DATA DE FUNDACÃO: 21/01/1984</p> <p>TELEFONE: 88.421-000</p> <p>CEP: 55070-000</p>																							

Ativar o Windows

Verifique as configurações para ativar o Windows.

18:11

10/12/2019

Autorização para emissão de NF-e ou CT-e (SEFAZ)

Antes de emitir qualquer uma dessas notas, o negócio precisa ser credenciado como emissor.

Após possuir a Inscrição Estadual, basta acessar a página de credenciamento da Secretaria da Fazenda estadual e cadastrar a empresa nos ambientes de homologação e teste.

Consultar a necessidade de certificado digital (Prefeitura, Receita Federal e SEFAZ)

O certificado digital é solicitado pelos órgãos públicos para emitir NF-e ou CT-e e entregar algumas declarações. E dependendo da prefeitura, também é necessária a certificação para emissão da NFS-e. Além disso, a cada ano mais procedimentos tornam o uso do certificado uma obrigatoriedade.

Então, ao formalizar um empreendimento, deve-se consultar se a certificação digital é necessária para que não haja algum transtorno durante seu funcionamento ou no cumprimento das obrigações.

Como pôde perceber, a abertura de empresa envolve diferentes órgãos públicos, procedimentos e obrigações. E qualquer erro faz com que o processo seja trancado e a demora para as atividades iniciarem aumente. Por isso, é sempre recomendável recorrer a profissionais contábeis para proceder com a constituição. Assim, tudo é feito da forma mais rápida e segura possível.

Escolha do ponto comercial

Abrir uma empresa e iniciar um novo negócio envolve uma série de pontos a serem estudados. Um deles é sobre a questão de ter ou não um escritório, um estabelecimento. Além de preocupações com relação ao sucesso do negócio, como localização adequada, decoração, fachada, entre outros, também têm os detalhes legais do negócio, então surge a pergunta: Afinal, a quais aspectos devo me atentar na hora de alugar um imóvel comercial?

- **Habite-se:** é o documento que comprova que a obra está regular perante a Prefeitura.
- **AVCB:** é a sigla para Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros. É um documento que é expedido pelo corpo de bombeiros. Existe discussão de quem é a responsabilidade pela emissão do documento. Tendo em vista que o AVCB é um documento do imóvel, o locador deveria ser o responsável, mas isso pode ser resolvido através de um acordo entre as partes para definir quem irá providenciar e quem irá arcar com os custos.
- **Laudo de Vistoria Elétrica:** É outro item importante para quem quer alugar um imóvel comercial. Algumas prefeituras também podem solicitar outros laudos, como o Laudo de Vistoria Elétrica.
- **Alvará de Funcionamento:** Estes são itens essenciais para a obtenção do Alvará de Funcionamento. Muitas empresas funcionam sem esse alvará, porém, se tiverem atendimento ao público, isto pode ser um problema. A fiscalização é branda com relação a isto, mas caso tenha algum incidente e pessoas se machuquem em suas dependências, por exemplo, logo irá pesar o fato de que a empresa não tinha autorização de funcionamento. No momento em que são abertas, as empresas assinam um documento em que atestam que não irão começar a operar sem ter o alvará de funcionamento e isto cai no esquecimento.

SUFRAMA

Incentivos da Zona Franca

Política tributária diferenciada

A política tributária vigente na Zona Franca de Manaus é diferenciada do restante do país, oferecendo benefícios locacionais, objetivando minimizar os custos amazônicos.

Além de vantagens oferecidas pelo Governo Federal, o modelo é reforçado por políticas tributárias estadual e municipal:

Tributos federais

- Redução de até 88% do Imposto de Importação (I.I.) sobre os insumos destinados à industrialização;
- Isenção do Imposto sobre Produtos Industrializados (I.P.I.);
- Redução de 75% do Imposto de Renda de Pessoa Jurídica, inclusive adicionais de empreendimentos classificados como prioritários para o desenvolvimento regional, calculados com base no Lucro da Exploração até 2013; e
- Isenção da contribuição para o PIS/PASEP e da Cofins nas operações internas na Zona Franca de Manaus.

Tributos estaduais

- Restituição parcial ou total, variando de 55% a 100% – dependendo do projeto – do Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS).

Vantagens locacionais

No parque industrial de Manaus, o investidor tem à disposição terreno a preço simbólico, com infraestrutura de captação e tratamento de água, sistema viário urbanizado, rede de abastecimento de água, rede de telecomunicações, rede de esgoto sanitário e drenagem pluvial.

A área industrial é de 3,9 mil hectares, sendo que as empresas instaladas atualmente ocupam menos de 1,7 hectare, estando disponível para receber novos empreendimentos mais de 2,2 hectares.

O governo brasileiro, por meio da Suframa e de outros organismos governamentais, realiza elevados investimentos em infraestrutura, para que o investidor tenha atendidas todas as condições para instalar seu empreendimento no Polo Industrial de Manaus.

2 ANÁLISE DO MERCADO

O crescimento dos escritórios de consultoria é decorrente da necessidade das empresas, seja para suportar ou passar pelos momentos de crise, conhecer e criar estratégias para manter a competitividade ou alavancar os negócios com novas formas de gestão. Enfim, quebrar paradigmas é um dos pilares da consultoria.

- **Expectativa:** A expansão na economia brasileira está criando oportunidades para empresas de consultoria especializadas em enfrentar um mercado agressivo e tenham auxiliado na criação de modelos modernos de gestão e de tomada de decisões. É em situações como essa que o consultor de empresas encontra um vasto campo de trabalho, segundo Abracem <https://abracem.com.br/mercado-deconsultoria-em-alta-no-brasil/>

- **Cenário:** No mercado atual, dinâmico e altamente competitivo, uma das formas das empresas se manterem permanentemente atualizadas é a busca de melhores práticas e a adequação destas para sua realidade empresarial. Nessa ambiência de ebulição e de competitividade da economia é que a consultoria empresarial recebe uma longa faixa de atenção, prestando serviços diversos com grande abrangência em todos os setores econômicos - indústria, comércio e serviços, tanto nas empresas públicas quanto nos estabelecimentos privados. A maioria das empresas bem-sucedida está constantemente em mudanças, oferecendo oportunidades e enfrentando ameaças.

- **Maturidade do setor:** A tendência deste mercado é crescer. Algumas universidades já estão estimulando seus jovens a criar empresas de consultoria, assessoradas por professores experientes. Ainda as pequenas e médias empresas, reconhecerem o valor e as oportunidades que as consultorias podem trazer para seus negócios. Mais segurança nas decisões, negócios melhor estruturados e escolha das melhores ferramentas estão entre os benefícios que uma empresa obtém ao contratar uma consultoria.

- **Comportamento do Consumidor:** O Brasil destaca-se neste novo século pela sua característica empreendedora. Esta vocação emergiu das mudanças na legislação e no processo para a abertura de empresas. Este aumento de empresas apresenta um

campo fértil para os escritórios de consultoria que podem atuar com grandes e pequenas empresas.

• **Nicho de mercado:** O mercado de consultoria e gestão empresarial no Brasil para pequenas e médias empresas vem se mostrando um setor promissor: a vocação empreendedora do brasileiro é uma fonte de novas oportunidades, pois, ao mesmo tempo que muitos negócios estão iniciando a jornada, há outros que já se firmaram e procuram renovação. Entre esses dois extremos, há os empresários, cuja ausência de algumas habilidades ou ferramentas traz falhas que podem colocar em risco o negócio com um todo. Diante desses casos, a procura por profissionais do mercado de consultoria e gestão tende a ser alta.

FATORES PARA EXPANSÃO DO MERCADO DE ESCRITÓRIOS DE CONSULTORIA:

- Busca de novos conhecimentos e de inovações pelas organizações para enfrentar a globalização da economia.
- Necessidade de criar e consolidar vantagem competitiva.
- Necessidade de implantar um processo de aprendizagem organizacional, progressivo da realidade interna e externa da empresa, visando um processo de melhoria contínua e sustentada.
- Proporcionar metodologias, técnicas, informações e processos que suportem os executivos das empresas tomarem suas decisões com qualidade.

Por fim o desafio da consultoria nesse novo contexto organizacional é a capacidade de sistematizar o trabalho dos atuais "gurus" e visionários da mudança, traduzindo boas ideias em ferramentas poderosas, alavancadas e lucrativas.

Todo empreendimento se bem localizado tem uma chance maior de alcançar melhores oportunidade de negócio.

Um escritório de consultoria pode ser montado na casa do empreendedor, pois grande parte do seu atendimento é in-company. Este formato reduz custos, mas pode inviabilizar o crescimento da empresa. O empreendedor precisa planejar o

crescimento e mudança para um local que tenha uma estrutura adequada para atender com qualidade seus clientes.

Mesmo que inicialmente seja em um local provisório, para redução de custos é importante o empreendedor ficar atento para algumas possibilidades deste segmento:

- **Atendimento Virtual:**

Atualmente os modelos de comunicação, permitem que muitos escritórios de consultoria atendam no formato virtual, sem a necessidade do escritório físico.

- **Coworking:**

Este modelo vem ganhando espaço entre as consultorias. São espaços compartilhados de trabalho no qual você pode alugar salas ou mesas para reuniões, ou escritórios virtuais.

- **Espaço físico:**

Para aqueles que desejam ter uma estrutura física, a localização do empreendimento deve atender algumas necessidades básicas:

- Facilidade de acesso para clientes e funcionários;
- Facilidade de estacionamento (local ou próximo);
- Proximidade de estações e pontos de transporte coletivo;
- Infraestrutura de serviços (restaurantes, farmácias, bancos);
- Segurança da região;
- Infraestrutura de serviços públicos (Bombeiros, Polícia, Hospital, Correio);
- Verificar se o local não está sujeito a inundações ou próximo a áreas de risco;
- Disponibilidade dos serviços de água, luz, telefone e internet;
- Serviços de recolhimento de lixo.

- Preço de aluguel;
- Qualidade dos imóveis disponíveis.

A escolha da localização requer um bom planejamento, evitar erros e altos gastos desnecessários é importante para quem está começando.

Neste capítulo é apresentada a situação do mercado atual em relação à área de atuação da empresa proposta, considerando o setor de consultoria e suas particularidades.

ESTRUTURA

A estrutura funcional para um escritório de consultoria depende muito de quantas pessoas, quais serviços e qual modelo será adotado – virtual ou físico.

Se o empreendedor optar por ambientes compartilhados como coworking, pode escolher a melhor opção em sua região.

No caso de optar pelo escritório na própria residência, é importante analisar se possui estrutura para uma reunião, vídeo conferência etc. Como sugestão o escritório pode ser na residência, mas as reuniões podem ser em coworking apropriados para reuniões empresariais.

O mais importante é que independente da escolha do empreendedor, o local precisa ser agradável, confortável e com muita praticidade para receber os clientes e ampliar as oportunidades de negócios.

Preparamos algumas dicas para ajudar na estrutura de um local apropriado para uma consultoria:

Alguns pontos nos ajudam a pensar na estrutura ideal:

- Recepção: espaço destinado à instalação de todo o aparato de recepção, tanto em termos de atendimento, quanto de espera, devendo ser um espaço muito

bem decorado, com sofás e cadeiras especiais, tudo em prol da satisfação do cliente.

- Sala de trabalho: área em que serão dispostos os computadores e mesas para o desenvolvimento dos serviços relacionados à consultoria propriamente dita, devendo ser montado ilhas de trabalho, facilitando assim o desenvolvimento da atividade principal da empresa.

- Sala de reunião: espaço destinado à realização de reunião com os clientes, visando direcionar os trabalhos de consultoria a ser proposta junto ao cliente. Esse mesmo espaço deverá ser utilizado para as reuniões de alinhamento dos trabalhos com a equipe interna.

Para a estrutura acima, estimamos uma área de 60 a 80m², mas é importante lembrar que a estrutura pode mudar radicalmente se a opção do empreendedor seguir para o modelo virtual e/ou estruturas de coworking.

PESSOAL

O número de pessoas envolvidas em um escritório de consultoria, pode variar significativamente em função dos serviços e clientes que serão atendidos.

A maioria dos escritórios de consultoria contam com profissionais que atuam individualmente ou equipes de consultores que são classificados conforme o nível de experiência, competências e responsabilidade - Junior, Pleno e Sênior.

Para o consultor que está iniciando, pode trabalhar sozinho com aporte de um bom notebook, smartphone e internet.

Pensando já na expansão do escritório e na formação de uma equipe, apresentamos algumas funções e características do profissional:

1 - Consultor: O consultor será o profissional com acesso direto ao clientes e precisa ter habilidades e características específicas:

- Capacidade para lidar com imprevistos;
- Reconhecer, definir e ter senso de prioridade diante de problemas;

- Ter raciocínio lógico, crítico e analítico;
- Ter conhecimento específico da área de atuação;
- Habilidade de relacionamentos;
- Habilidade para negociar
- Pró atividade;
- Inteligência emocional para lidar com possíveis conflitos;
- Disciplina e autocontrole;
- Ser criativo;

Para aqueles que desejam contratar um assistente ou atendente, é importante observar algumas características;

2 - Atendente: Este cuidará do atendimento ao cliente, agenda de trabalho e lançamentos diversos. Algumas características e habilidades são fundamentais:

- Cortesia e educação para com os clientes e colegas;
- Disciplina e organização;
- Conhecimento dos serviços da consultoria;
- Idoneidade;
- Boa apresentação pessoal;
- Domínio de técnicas de vendas e atendimento ao público.

As habilidades para atendentes e até para consultores iniciantes, pode ser adquirida com treinamentos específicos, por isso é fundamental investir em educação continuada, seja para consultores ou equipe de apoio.

Quando pensamos no item pessoal para um escritório de consultoria, podemos entender como uma opção muito variável, dependendo do modelo de negócio. Seja para quem está iniciando de forma modesta ou com uma estrutura

mais complexa, uma boa sugestão é analisar a possibilidade de contratar estagiários de cursos específicos.

Por fim, com objetivo de prospectar profissionais e novos conhecimentos, sugerimos a parceria com empresas juniores de faculdades e estagiários, que podem ser selecionados por empresas de integração especializadas como CIEE, IEEL e outras.

EQUIPAMENTOS

A relação de equipamentos para um Escritório de consultoria irá depender do tamanho e área de atuação. No início de suas atividades sua estrutura pode ser modesta composta pelos grupos:

1 - Equipamentos:

- Computador;
- Impressora;
- Softwares;
- Projetor.
- Equipamento telefônico

2 - Mobiliários:

- Mesas / Cadeiras;
- Armários;

Isso poderá ser o passo inicial para o negócio, a medida em que o empreendimento tomar novas proporções com aumento das vendas, iniciará uma nova fase, com acréscimo de sua estrutura.

O processo produtivo de um escritório de consultoria é basicamente intelectual com aplicabilidade nas empresas que contrataram os serviços.

A excelência em um serviço de consultoria está na perfeita relação entre a teoria e prática, que convergem para a busca do melhor resultado para o cliente e para o escritório de consultoria.

A organização dos processos em um escritório de consultoria, pode ser desenvolvido obedecendo algumas etapas:

- **Prospecção/Contrato:** Identificação de clientes potenciais e pessoas com poder de decisão. Este é o primeiro contato entre empresa e consultoria. Nesta fase, os consultores mostram o seu portfólio, e tudo o que podem fazer para ajudar o empreendimento a progredir.

- **Briefing/Escopo:** Esta parte consiste na elaboração do escopo do projeto para atender as necessidades do seu cliente, ver as limitações que poderão existir e qual será o tamanho do esforço envolvido para estimar prazos, metodologias que serão utilizadas e as entregas.

- **Planejamento Estratégia:** Fazer a coisa certa no momento certo! O ideal é usar a matriz de Covey, para priorizar as atividades e adiar aquilo que não exige tanta urgência para ser feito. Estabeleça um limite de horas para cada atividade, e priorize as atividades mais urgentes.

- **Execução:** Agora chegou o momento de colocar em prática todo o planejamento e seguir as etapas para alcançar a excelência no processo de consultoria. O importante é não perder o rumo, mesmo que os planos precisem ser revistos.

Depois de tudo planejado é o momento para iniciar as atividades práticas da consultoria, que podem ser resumidas em:

- 1- Diagnóstico** - Nesta etapa a consultoria irá analisar todos os processos que envolvem sua empresa (internos, externos, logística, gestão, operação) para procurar os gaps (falhas, lacunas, gargalos etc) que comprometem a empresa. Análises SWOT, matrizes GUT e outras formas de análise serão empregadas para refletir as ações e lacunas de seu empreendimento.

2 - Plano de Ação - A análise do diagnóstico permite ao consultor, juntamente com o empresário, estabelecer o conjunto de ações que serão responsáveis pelas melhorias na empresa.

Mas este processo de execução pode ter dificuldades, afinal, é quase sempre difícil deixar a zona de conforto. É por isso que a consultoria empresarial também está preparada para lidar com a mudança da cultura organizacional e proporcionar as alterações de forma gradual, para que os colaboradores possam se adaptar e operar no mínimo tempo possível, mas com a maior eficiência. Nesta fase a consultoria poderá usar a ferramenta 5W2H

3 – Implementação/Monitoramento - Uma vez definido o plano de ação, a consultoria acompanhará a implementação das atividades. Nesta fase o consultor poderá usar a ferramenta para monitorar a qualidade das ações e se julgar necessário reavaliar os processos de implantação. Uma ferramenta eficiente para esta fase é o PDCA

4. Auditoria dos Processos - Esta etapa acontece ao final do contrato de consultoria, onde o consultor irá apresentar as melhorias resultantes dos novos processos, e os pontos que ainda precisam de melhorias. Diante desta auditoria a empresa pode estabelecer novos contratos.

O processo produtivo das empresas sempre está sempre passando por modernização, e a consultoria é uma opção para ajudar a acompanhar esta evolução dos processos.

A tecnologia deve estar presente em todos os setores de um escritório de consultoria.

Os modelos virtuais ganham espaço a cada dia e as ações da consultoria precisam evoluir para modelos mais acessíveis aos clientes.

O mercado dispõe de excelentes sistemas de gestão, desde os gratuitos até os mais complexos que controlam quase tudo como:

- Cadastro de clientes;
- Plano de ação;

- Analise de resultados;
- Analise de perfil do cliente;
- Indicadores de efetividade das propostas;
- Relatório planejamento x metas;
- Contas a pagar e receber

O empreendedor que deseja atuar com consultoria empresarial, deverá analisar qual é a melhor opção para seu negócio. Um bom planejamento pode evitar gastos desnecessários ou soluções que não atendem a contento o negócio.

Canais de distribuição podem ser considerados como os meios que garantem que seu serviço chegue aos clientes com qualidade e segurança.

No caso de um escritório de consultoria presencial, o canal de distribuição, geralmente é o próprio consultor. Mas, é importante ficar sempre atento aos multicanais de comunicação, que podem ser usados como canais de distribuição no formato virtual (conferências, mensagens, lembretes etc.)

Para as consultorias virtuais, os multicanais de comunicação são canais diretos de distribuição de conteúdo, diante desta evolução do segmento é importante estar atento a alguns detalhes:

- · Redes sociais – Os perfis sociais, atualmente são os melhores meios de divulgação de serviços e profissionais. Explore ao máximo todos os canais de distribuição nas redes sociais – Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter e outros que promovem a visibilidade profissional e de serviços

- · Site Empresarial – O site é seu espaço individual para mostrar quem é você e seus serviços. Um site bem montado, com aspectos profissionais, pode engajar melhor seus potenciais clientes e passar confiabilidade. Seu site deve estar associado a todas as suas redes sociais.

- · Network – A melhor forma de aumentar sua rede é participar de feiras, palestras e encontros profissionais, mas lembre-se, o foco aqui é criar um vínculo profissional e nunca esqueça do seu cartão de visita.

Seja com atuação presencial ou virtual o consultor deverá usar de forma eficiente todos os canais de distribuição, para que seu produto ou serviço chegue até o cliente de forma eficiente e com a qualidade esperada.

INVESTIMENTO

O fundamental é que o empreendedor planeje seus gastos, crie um plano de negócio e faça a gestão do seu negócio de forma profissional.

As características das atividades de um Escritório de consultoria é atender às necessidades das empresas ou pessoas físicas por meio de aconselhamento ou sugestões de melhoria, a partir de um conhecimento firme e estruturado sobre a área de atuação do cliente.

Sendo, portanto, uma atividade técnica que trabalha com conhecimento, capacidade de análise e proposição de soluções para um conjunto de dúvidas. Tem igualmente como qualquer outra atividade ou empresa a necessidade de saber administrar e controlar seu Capital de Giro.

O capital de giro é o valor que o Escritório de consultoria tem para custear e manter as despesas operacionais rotineiras. Esse valor é resultado da diferença entre o dinheiro que a empresa tem disponível para pagamento de seus compromissos.

É o capital de giro que assegura que haja condições de comprar insumos para a execução de serviços, além do pagamento de impostos, salários e outras despesas operacionais.

Ele é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles:

- Prazos médios recebidos para pagamento de fornecedores (PMF);
- Prazos médios de estocagem (PME) – no caso desta atividade o estoque se resume tão somente a pequenas quantidades de itens de insumos utilizados no dia a

dia, portanto não sofrem tanto impacto nos cálculos do capital de giro, no entanto alertamos para tomar cuidado com compras em excesso ou desnecessárias;

- Prazos médios concedidos a clientes (PMCC).

Sendo assim, quanto maior o prazo concedido aos clientes, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto é necessário saber o limite de prazo a ser concedido e praticado ao cliente, melhorando desta maneira a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa.

Se o prazo médio a ser praticado com os fornecedores, mão-de-obra, aluguel, impostos e outros forem maiores que os prazos médios concedidos ao cliente para pagamento da consultoria, a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa.

Daí a necessidade de documentar os processos financeiros, renegociar dívidas, casos as tenham, ter controle do fluxo de caixa e prezar sempre pela redução de custos.

Nesse tipo de negócio, a necessidade de capital de giro pode representar cerca de 25% a 35% do investimento inicial. Este valor é só uma estimativa e poderá variar significativamente dependendo das particularidades do empreendimento definidos no Plano de Negócios.

Planeje de forma equilibrada o Capital de Giro atentando-se a alguns pontos básicos:

1 - Passe um verdadeiro pente fino nas finanças e descubra quais gastos podem ser diminuídos: Negocie com fornecedores o melhor prazo sob o seu ponto de vista, ou seja, melhor para o seu caixa. Crie políticas de incentivo à redução de custo com seus colaboradores e parceiros, minimize desperdícios;

2 - Tenha disciplina na gestão financeira do negócio. Sabemos que gerir a parte financeira da empresa é um trabalho um tanto quanto burocrático e maçante. Mas não tem jeito, é importante manter a disciplina no negócio, daí a necessidade de anotar e controlar cada centavo que entra e sai da empresa;

3 - Negocie os prazos de pagamento com seus fornecedores. É sempre bom lembrar que o prazo de pagamento a fornecedores está diretamente associado à necessidade de capital de giro, pois quanto antes se paga, mais rapidamente o dinheiro sai do caixa. Assim, conseguir maior folga com os fornecedores sempre é vantagem. Pagar rápido só é vantagem quando se tem um bom desconto;

4 - Reveja as formas de recebimento. Em contrapartida, negociar com os seus clientes também é boa forma de melhorar o caixa, pois possibilita à empresa receber com maior agilidade. Isso implica às vezes em melhorar os processos da área de faturamento, com a adoção de tecnologias. Pode dar trabalho, mas compensará no longo prazo pois facilitará a entrada do dinheiro.

Uma das causas mais comuns da falta de capital de giro é um grande descasamento entre a hora de receber e o momento de pagar. Por isso, essa é uma das formas de amenizar o problema. Sabemos que seus concorrentes talvez tenham condições de pagamento facilitadas. Para compensar, uma das saídas possa ser apostar nos diferenciais.

Tão importante quanto saber como abrir um Escritório de consultoria, é mantê-lo ativo e estável no mercado. Para isso, é fundamental investir em controles financeiros, ter disciplina, acompanhar o fluxo de caixa, analisar relatórios financeiros. Saiba quanto, e onde você gasta cada centavo, é aconselhável reservar um percentual do investimento total para composição de seu Capital de Giro.

CUSTOS

Tudo que sua empresa gastar em custos e despesas você deverá receber de volta com a receita obtida nas vendas. Mas, a receita de vendas é resultante da venda de cada serviço ou com cada cliente. Isso significa que cada unidade vendida deve pagar parte dos custos e despesas, tal que, ao alcançar um certo volume de venda, seja produzido um volume de receita suficiente para cobrir todos os custos, despesas e ainda gerar lucro.

Finalizando, reiteramos a importância de se cercar do maior número possível de informações, ter disciplina em anotar cada centavo que entra e sai do caixa do Escritório de consultoria e elaborar e seguir um bom planejamento.

Ao agregar valor que por definição é incluir inovações e diferenciais, sua consultoria aumentará as chances de o cliente escolher seus produtos e serviços em relação a outros concorrentes.

Os projetos de consultoria geralmente são customizados para atender as necessidades dos clientes, mas os escritórios de consultoria que conseguem agregar valor e diversificar suas áreas de atuação conseguem maior abrangência no mercado.

Veja algumas dicas para agregar valor a sua consultoria:

- **Explore pontos nebulosos dentro de segmentos específicos:** Encontre os pontos nebulosos dentro da empresa, cada um deles representa uma possibilidade de diferenciação e formação de expertise única por parte de sua empresa, que deve ser explorada sempre que possível.
- **Foco no relacionamento e não somente na receita:** Profissionais e consultorias com expertise específico e em constante evolução são colocados praticamente como parceiros no crescimento de seus clientes.
- **Use a tecnologia a seu favor, reduza custos para o cliente:** As consultorias podem ser realizadas de forma remota, conferências, reuniões on-line, e tudo isso com métricas importantes para medir os resultados.
- **Estruturas enxutas e flexíveis:** A flexibilização da estrutura de pessoal permitirá a você não apenas reduzir custos trabalhistas e outras despesas indesejáveis, mas também atuar em um número de projetos infinitamente maior do que o que uma equipe “in loco” faria.
- **Inovação nos processos de consultoria:** Inove sempre à frente dos olhos do cliente, mostrando que sua consultoria é capaz de agir de forma mais dinâmica e flexível do que seus concorrentes – e que oferece respostas a problemas à medida que eles surjam.

Para diversificar é importante enxergar nichos de mercado dentro da empresa, que ainda não foram explorados pela consultoria, tais como:

- Relações jurídicas;
- Segmento contábil;
- Áreas de comunicação;
- Departamentos de engenharia;
- Segmento ambiental
- Gestão de pessoas;

O empreendedor deverá ter em mente que seu negócio terá muito maior possibilidade de ser sucesso se for criativo e prestar serviços com diferenciação e qualidade dos demais prestadores que já estão no mercado.

A divulgação de um escritório de consultoria deverá seguir os conceitos da propaganda existente no mercado, via meios de comunicação, por exemplo: rádio, jornais, internet e redes sociais.

No entanto, a maioria desses meios de comunicação apresenta um custo bastante expressivo, assim o empreendedor deverá trabalhar com alguns diferenciais na área de atendimento a seus clientes e também um bom nível de resultado final em suas consultorias, pois desta forma poderá ser possível receber uma divulgação gratuita que é a indicação (boca a boca).

Algumas ações podem favorecer a divulgação de sua consultoria:

- **Apresentação pessoal/profissional** – Desenvolva um conteúdo explicativo sobre o que você tem a oferecer e quem é você. Defina os principais serviços que oferta de forma clara, aponte clientes atendidos e exponha a missão dos serviços oferecidos.

- **Redes sociais** – Os perfis sociais, atualmente são os melhores meios de divulgação de serviços e profissionais. Explore ao máximo todos os canais de distribuição nas redes sociais – Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter e outros que promovem a visibilidade profissional e de serviços.

- **Network** – A melhor forma de aumentar sua rede é participar de feiras, palestras e encontros profissionais, mas lembre-se, o foco aqui é criar um vínculo profissional e nunca esqueça do seu cartão de visita.

- **Marketing de conteúdo** – produzir conteúdo para blogs ou sites que possuem relação com seus produtos ou serviços pode ajudar a atrair clientes para seu negócio e mostrar credibilidade de seus serviços.

- **Parcerias estratégicas** - Estabeleça parcerias com associações comerciais, sindicatos e eventos corporativos. Estas parcerias ajudam na visibilidade de seus negócios e podem favorecer novos contratos.

- **Crie Landing pages** – Estas páginas são criadas para que o cliente acesse e tenha a oportunidade de fazer um cadastro. Uma vez criado um material adequado, recomenda-se promovê-los no blog, website ou até mesmo nas redes sociais.

Invista tempo para conhecer todas as alternativas de divulgação. Os clientes não irão até seu pet shop sem um esforço de divulgação. Atualmente existem inúmeras estratégias de divulgação gratuitas outras que podem ser feitas com baixo investimento. E lembre-se que não existe uma regra: o que funciona para um nicho de negócio, pode não funcionar para outro. Por isso, é importante planejar as ações e conhecer cada vez mais o público que se deseja atingir.

TRIBUTAÇÃO

As informações fiscais e tributárias serão diferenciadas em decorrência da opção do regime tributário escolhido pelo empreendedor.

Normalmente as empresas optam pela tributação simplificada, desde que não hajam impedimentos a sua realização.

Ao empreendedor é importante realizar esta opção pois ela determinará diretamente sua estrutura de custo de funcionamento.

Simples Nacional

É um regime tributário facilitado e simplificado para micro e pequenas empresas. Ele permite o recolhimento de vários tributos federais, estaduais e municipais em uma única guia.

A alíquota é diferenciada, variando de acordo com o faturamento, que é separado em faixas de faturamento, até a receita bruta anual de R\$ 4,8 milhões - limite que entrou em vigor em 2018 em atendimento à Lei Complementar nº 155.

Antes do Simples, pequenos negócios pagavam impostos federais, estaduais e municipais por meio de guias e datas separadas.

As alíquotas eram também menos favoráveis, por vezes proporcionais às aplicadas a grandes empresas.

Esse regime deu fôlego a empreendedores de diversos setores, que até então aderiam ao Lucro Presumido ou Lucro Real.

Desde 2007, mais segmentos foram incorporados à lista de atividades e segmentos autorizados a aderir ao regime simplificado de tributação.

Dois anos depois, com a criação do MEI (Microempreendedor Individual), houve um novo esforço de simplificação, agora para formalizar negócios tocados por autônomos, com até um funcionário.

Dentro da Lei Complementar nº 123/06, o Simples também é chamado de Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte.

Além da unificação dos tributos, o Simples Nacional se destaca como fator de desempate para empresas que concorrem a licitações do governo e facilita o cumprimento de obrigações trabalhistas e previdenciárias por parte do contribuinte.

Para optar pelo Simples Nacional, as microempresas e empresas de pequeno porte devem estar isentas de débitos da Dívida Ativa da União ou do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), além de cumprir outros requisitos, como veremos a seguir.

Quem pode optar pelo Simples Nacional?

Podem optar pelo Simples Nacional empresas com faturamento anual de até R\$ 4,8 milhões em 2018. Caso a empresa seja aberta durante o ano, o valor é aplicado proporcionalmente ao período de atividade.

Nesse limite de receitas brutas, se encaixam as microempresas, conhecidas pela sigla ME, e também as Empresas de Pequeno Porte, que recebem a sigla EPP.

Contudo, o faturamento auferido não é o único requisito para optar pelo Simples Nacional como regime tributário.

Veja um resumo das qualificações exigidas para a empresa ser tributada por esse regime:

- ✓ Faturamento limitado a R\$ 4,8 milhões por ano
- ✓ Empresas sem débitos com o INSS
- ✓ Empresas regulares quanto aos cadastros fiscais
- ✓ Quem não exerce atividade com serviços financeiros
- ✓ Quem não presta serviços de transporte, exceto serviços de transporte fluvial
- ✓ Quem não importa combustíveis
- ✓ Quem não fabrica veículos
- ✓ Quem não distribui ou gera energia elétrica
- ✓ Quem não realiza locação de imóveis próprios e nem trabalha com loteamento e incorporação de imóveis
- ✓ Quem não atua com cessão ou locação de mão de obra
- ✓ Quem não produz ou vende no atacado cigarros e semelhantes, armas de fogo, refrigerantes e bebidas alcoólicas (exceto pequenos produtores)
- ✓ Pessoas jurídicas que não tenham sócio no exterior
- ✓ Quem não possui capital em órgãos públicos, independente de ser direto ou indireto

Como optar pelo Simples

A opção pelo Simples Nacional pode ser feita a qualquer momento, quando da abertura da empresa, ou no primeiro mês de cada ano, para negócios que desejam alterar o enquadramento tributário.

É altamente recomendável que não dê esse passo sem falar com um contador.

Além de estar habituado à burocracia envolvida na escolha, esse profissional é quem melhor pode aconselhar sobre a validade ou não da adesão ao regime simplificado.

Embora o Simples Nacional seja a opção da maioria das pequenas empresas, nem sempre é a opção mais econômica, considerando particularidades do negócio.

Conforme o número de colaboradores, por exemplo, a definição pelo Lucro Presumido pode ser mais vantajosa.

Também é importante saber que não há direito ao crédito fiscal de IPI e ICMS, como ocorre em outros regimes tributários.

Esse pode ser um obstáculo para negociar com empresas maiores, que buscam justamente esse benefício para abatimento de impostos.

Outro ponto de atenção diz respeito à margem de lucro.

Como o Simples Nacional tem seus valores calculados sobre o faturamento e não sobre a receita líquida, isso significa que uma empresa pode ter prejuízo em determinado mês e ainda assim pagar impostos, que são calculados sobre a receita bruta auferida, portanto, sem descontar as despesas.

As empresas do Simples Nacional pagam impostos em uma guia única chamada de DAS, sigla para Documento de Arrecadação do Simples Nacional.

O DAS unifica o recolhimento de impostos para as empresas optantes por esse regime de tributação.

O valor do pagamento é repassado a um sistema gerenciado pelo Banco do Brasil, que reparte automaticamente o recurso dentro de um dia para os entes de destino: municípios, estados e União.

A emissão do DAS é muito simples. O cálculo ocorre em um sistema informatizado, que está disponível para o contribuinte no portal do Simples Nacional, oferecido pela Receita Federal, ele é de uso obrigatório.

O documento ali gerado pode ser pago de maneira eletrônica ou impresso.

Para os micro e pequenos empreendedores, essa facilidade representa ganho de tempo, de eficiência e produtividade na gestão empresarial.

Impostos pagos no regime Simples Nacional:

Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ)

Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI)

Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL)

Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins)

Contribuição para o PIS/Pasep

Contribuição Patronal Previdenciária (CPP)

Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS)

Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS).

Escritório de Consultoria optante do SIMPLES Nacional

O segmento de ESCRITÓRIO DE CONSULTORIA, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 7020-4/00 0 como atividade de serviços de assessoria, consultoria, orientação e assistência operacional para a gestão do negócio prestados a empresas e a outras organizações, em matéria de planejamento, organização, reengenharia, controle orçamentário, informação, gestão, etc., poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa e R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional:

- **IRPJ** (imposto de renda da pessoa jurídica);
- **CSLL** (contribuição social sobre o lucro);
- **PIS** (programa de integração social);
- **COFINS** (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- **ISS** (imposto sobre prestação de serviços)
- **INSS** (contribuição para a Seguridade Social relativa à parte patronal).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006 e alterações, este ramo de atividade é tributado pelo anexo V do SIMPLES Nacional e as alíquotas variam de 15,5% a 30,5%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio, mas poderá ser tributada pelo anexo III com alíquotas menores se for sujeita à avaliação da aplicação do fator R.

Consulte a orientação de um contador sobre a sistemática do fator R. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

Escritório de Consultoria NÃO optante do SIMPLES Nacional

Alguns empreendedores podem não optar pelo Simples Nacional, ou o tipo de atividade não é permitido, veja o anexo do Comitê Gestor do Simples Nacional – Resolução CGSN nº 119, de 19 de dezembro de 2014

Para estes casos há os regimes de tributação abaixo:

1 - Lucro Presumido: É a apuração do tributo sobre o lucro que se presume através da receita bruta de vendas de mercadorias e/ou prestação de serviços. Trata-se de uma forma de tributação simplificada utilizada para determinar a base de cálculo dos tributos sobre o lucro das pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração pelo Lucro Real. Nesse regime, a apuração dos tributos é feita trimestralmente.

A base de cálculo para determinação do valor presumido varia de acordo com a atividade da empresa. Sobre o resultado da equação: Receita Bruta x 32%, aplica-se as alíquotas de:

- **IRPJ** - 15%. Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, no mês, ou R\$ 60 mil, no trimestre, uma vez que o imposto é apurado trimestralmente;

- **CSLL** - 9%. Não há adicional de imposto.

Ainda incidem sobre a receita bruta os seguintes tributos, que são apurados mensalmente:

- **PIS** - 0,65% - sobre a receita bruta total;

- **COFINS** – 3% - sobre a receita bruta total.

2 - Lucro Real: É o cálculo do tributo sobre o lucro líquido e a empresa realmente obteve no período de apuração, ajustado pelas adições, exclusões ou compensações estabelecidas em nossa legislação tributária. Este sistema é o mais complexo, mas poderá ser mais vantajoso em comparação com lucro presumido e por isso, deverá ser bem avaliado por um contador. As alíquotas para este tipo de tributação são:

- **IRPJ** - 15% sobre a base de cálculo (lucro líquido). Haverá um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, multiplicado pelo número de meses do período. O imposto poderá ser determinado trimestralmente ou anualmente;

- **CSLL** - 9%, determinada nas mesmas condições do IRPJ;

Ainda incidem sobre a receita bruta os seguintes tributos, que são apurados mensalmente:

- **PIS - 1,65%** - sobre a receita bruta total, compensável;
- **COFINS - 7,65%** - sobre a receita bruta total, compensável.

Incidem também sobre a receita bruta o imposto municipal:

- **ISS** – Calculado sobre a receita de prestação de serviços, varia conforme o município onde a empresa estiver sediada, entre 2 e 5%.

Além dos impostos citados acima, sobre a folha de pagamento incidem as contribuições previdenciárias e encargos sociais (tanto para o lucro real quanto para o lucro presumido):

- **INSS** - Valor devido pela Empresa - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos;

- **INSS - Autônomos** - A empresa deverá descontar na fonte e recolher entre 11% da remuneração paga ou creditada a qualquer título no decorrer do mês a autônomos, observado o limite máximo do salário de contribuição (o recolhimento do INSS será feito através da Guia de Previdência Social - GPS).

- **RAT** – Risco de Ambiente do Trabalho – de 1% a 3% sobre a folha de pagamento de salários dependendo do grau de risco da atividade econômica, recolhida junto com a guia de INSS.

- **INSS Terceiros** – Contribuições Sociais recolhidas junto com a guia de INSS, calculada sobre a folha de pagamento com alíquota entre 0,8% a 7,7% dependendo da atividade econômica, destinadas aos serviços sociais e de formação profissional tais como: SESI, SESC, SENAI, SEBRAE, Inbra, dentre outros.

- **FGTS** – Fundo de Garantia por tempo de serviço, incide sobre o valor da folha de salários a alíquota de 8%.

Recomendamos que o empreendedor consulte sempre um contador, para que ele o oriente sobre o enquadramento jurídico e o regime de tributação mais adequado ao seu caso.

EVENTOS

Os eventos como feiras, rodada de negócios, congressos, etc., são muito importantes para que o empresário se mantenha atualizado sobre as tendências de mercado, tendo a oportunidade de conhecer novos produtos e tecnologias, novos fornecedores e realizar parcerias, ou seja, ter novas oportunidades para fazer bons negócios.

Para os escritórios de consultoria a melhor opção é consultar o calendário de eventos de cada profissão ou área do conhecimento. Sendo assim o empreendedor deverá estar em contato contínuo com os Conselhos de Profissões tais como:

- CRA – Administradores
- CRC – Contadores
- CORECON – Economia

Os eventos importantes na área de consultoria são realizados dentro dos calendários de cada profissão / área de atuação.

O empreendedor deverá também estar atento aos seguintes sites:

- IBCO – Instituto Brasileiro de Consultores de Organizações
- ABRACEM – Associação Brasileira de Consultores Empresariais
- Associação Brasileira de Consultores – ABCO

Estas instituições apresentam periodicamente eventos importantes para escritórios de consultoria.

A feira do empreendedor do SEBRAE, será uma excelente oportunidade para fechar novos negócios e estar totalmente atualizado com o que há de mais novo no mundo empresarial. Conecte-se com o que há de melhor no mundo do empreendedorismo.

- ABCO- Associação Brasileira de Consultores –
- ABCE - Associação Brasileira de Consultores de Engenharia
- BRACEM - Associação Brasileira de Consultores Empresariais e Profissionais Liberais
- ENACON - Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas.
- BCO - Instituto Brasileiro dos Consultores de Organização
- BEF - Instituto Brasileiro dos Executivos em Finanças
- CMCI - International Council of Management Consulting Institutes
- CFC – Conselho Federal de Contabilidade
- CFA – Conselho Federal de Administração
- COFECON – Conselho Federal de Economia

- FNQ - Fundação Nacional da Qualidade
- IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade

As normas técnicas são documentos de uso voluntário, utilizados como importantes referências para o mercado.

As normas técnicas podem estabelecer requisitos de qualidade, de desempenho, de segurança (seja no fornecimento de algo, no seu uso ou mesmo na sua destinação final), mas também podem estabelecer procedimentos, padronizar formas, dimensões, tipos, usos, fixar classificações ou terminologias e glossários, definir a maneira de medir ou determinar as características, como os métodos de ensaio.

As normas técnicas são publicadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT. Não existem normas técnicas aplicáveis à este segmento empresarial.

Dependendo da área de atuação do escritório de consultoria ele irá utilizar os termos técnicos e jargões próprios de sua área profissional, mas em linhas gerais, a atividade do consultor está associada à implementação de programas e projetos, elaboração do planejamento organizacional, promoção de estudos de racionalização e controle organizacional, buscando a eficiência e melhoria de desempenho das atividades desenvolvidas pelos seus clientes.

Algumas da principal expressão usada no universo da consultoria, podem ser consultadas nos sites abaixo: BLB Brasil

O empreendedor que deseja atuar no segmento de consultoria, deve estar ciente que mesmo sendo um segmento em expansão, os riscos também acompanham este segmento de negócio. A concorrência é expressiva, e a dedicação ao negócio é fundamental, principalmente, no início das atividades, tanto na parte comercial, quanto Mercado.

Faça um planejamento para o negócio visando o desenvolvimento e crescimento, para isso destacamos os seguintes pontos a serem observados:

- **Invista em criatividade:** As empresas buscam consultores que tragam inovações, novidades para o segmento, soluções criativas para os problemas comuns do dia a dia.

- **Identifique as oportunidades:** Um consultor de sucesso não espera que as oportunidades caiam em seu colo. Ele está sempre antenado e consegue captá-las “no ar”. Preste atenção nos detalhes e necessidades de seu cliente e faça deles uma porta aberta para observar os negócios.

- Procure fidelizar o cliente com ações de pós-venda: Esteja sempre em contato com os clientes, observe se as ações estão sendo implantadas e se os resultados estão em conformidade com o desejo dos clientes.

- O empreendedor deve estar sintonizado com a evolução do setor: Esse é um negócio que requer inovação e adaptação constantes, em face das novas tendências que surgem dia-a-dia.

- Tenha visão empresarial: Visão empresarial é quando você consegue enxergar a empresa além do presente, dentro do segmento de atuação. É a visão futura do negócio, sempre pensando nas tendências e estratégias que beneficiarão a organização a longo prazo.

- Tenha conhecimentos específicos: Uma empresa do segmento imobiliário possui interesses diferentes de uma organização do segmento alimentício. Por isso é essencial que você, consultor, tenha um conhecimento aprofundado sobre a área de atuação de seu cliente. Esse será o alicerce de suas ideias e sugestões.

Mesmo que a opção seja uma pequena consultoria, é fundamental colocar em pratica todos os itens destacados, isso permitirá maior velocidade nas decisões, reduzirá as possibilidades de erro e com certeza aumentará as chances de sucesso.

O empreendedor de um escritório de consultoria deverá ter algumas características e comportamentos específicos, conforme descrito abaixo:

- Ser uma pessoa organizada - tanto com sua mesa de trabalho quanto com os arquivos, já que sua organização pessoal também refletirá na sua atividade operacional.

- Deverá se uma pessoa extremamente comprometida - com a realização de atividades, evitando e se possível eliminando toda e qualquer distração, mantendo-se focado no resultado dos trabalhos o tempo todo.

- Ter conhecimento amplo sobre os serviços que você se dispõe a realizar.

Evite pegar serviços que não sejam de seu domínio, pois muito provavelmente seu trabalho não ficará a contento e haverá duas partes desestimuladas que são o cliente e você próprio.

- Ser uma pessoa que consiga se relacionar bem com outros profissionais - pois será deste relacionamento que surgirá a ampliação de seus conhecimentos.

- Ter facilidade para montar grupos de discussões periódicas, sempre preferindo que os participantes sejam seus pares de profissão, pois será deste grupo, como dito acima, que irão aparecer apoio mútuo.

- Saber mensurar os riscos de cada nova proposta de serviço - pois haverá necessidade de recusar algumas, mas sem prejudicar sua imagem.

- Deve saber lidar com o imprevisto, não se envolver emocionalmente com o cliente, ser um agente de mudanças, ser racional com bom nível de cultura geral, conhecer sua área de atuação, agregar conhecimentos, ter bom de diálogo e relacionamento, estabelecer relação de confiança, ser negociador, inovador e ter pensamento estratégico.

- Ter visão sistêmica, ao propor mudanças - Quando se fala em melhorias, em mudanças, você tem que ter muito cuidado, pois essas mudanças têm algumas consequências e se não forem feitas da melhor forma, pode estragar todo o seu planejamento.

Por enfim como se trata de uma atividade que será realizada, praticamente pelo próprio empreendedor, ou pelo menos terá sempre seu nome à frente de cada projeto, mesmo que seja executado parcialmente por auxiliares, mas não tenha dúvida, o nome do consultor é que estará encabeçando o sucesso ou os fracassos.

2.1 Análise Do Ambiente Externo:

Os fatores tecnológicos são fundamentais na atualidade. Não é recomendado que uma empresa não possua o mínimo de tecnologia como suporte para sua produção de produtos ou serviços. Assim, uma das maiores dificuldades encontradas é a de não só saber o que é necessário utilizar e implementar, mas saber como utilizar e obter melhorias disso.

O perfil de negócio irá posicionar-se de maneira que consiga, dentro das suas possibilidades, abranger o maior número de tecnologias relevantes para a área possível.

Para que o cliente não necessite deslocar-se até à empresa sem real necessidade, assim como o consultor, serão utilizados os meios de comunicação virtuais em tempo real preferidos pelo cliente e de alcance do consultor para o melhor relacionamento e sequente redução de custos. A saber: e-mails, telefonemas, grupos em redes sociais, site, dentre outros. Para que o atendimento seja da melhor maneira possível. A Consultoria ainda estará conectada aos seus clientes pelas redes sociais, com perfis elaborados nas mais relevantes, julgadas pela empresa – Facebook, LinkedIn e Instagram, possibilitando maior contato com a

clientela presente e futura, saber as tendências para publicidades/propagandas e para arrecadar informações sobre os potenciais concorrentes.

Também estará conectada com os seus clientes e parceiros por meio de um site institucional. O mercado ainda se mostra dependente de relações com seus clientes e parceiros por telefone. Porém, a Internet vem sendo utilizada em grande escala e deve ser aproveitada como recurso de captação e retenção da clientela, pois tanto as pessoas físicas como jurídicas as utilizam, captando, assim, boa parcela do mercado.

Ainda é importante notar que as organizações com mais tempo de mercado tendem a dar mais importância ao serviço de consultoria. Sobre as formas de pagamento, a sociedade, em geral, as avalia nas diversas lojas como eficientes. Isso retrata o posicionamento que a o perfil de negócio deve tomar no mercado perante esse fator, a organização deve se adequar ao nível do mercado, ou seja, aceitar cartões, cheques, dinheiro em espécie e pagamentos por aplicativos.

Conforme os dados da sua pesquisa de mercado, a qualidade dos serviços prestados é vista como mediana pela população.

Assim, entende-se a necessidade de excelência e profissionalismo para seu desenvolvimento comercial. Além do enfoque no atendimento que é uma das maiores exigências do mercado, tanto em pessoas físicas quanto nas jurídicas. Para a abertura e funcionamento de uma empresa de consultoria em questão existem alguns aspectos legais que devem ser avaliados, como Alvará de Funcionamento.

2.2 Análise SWOT

		ANÁLISE SWOT	
		Forças	Franquezas
Interno	<ul style="list-style-type: none"> • Investimento em Marketing e Publicidade • Contato com Clientes • Facilidade de pagamento • Serviço Individualizado • Boa localização 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade produtiva limitada • Falta de tradição no mercado • Não possuir cadastro de clientes 	
Externo	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento do número de empresas na PB • Aumento da demanda por consultoria 	<ul style="list-style-type: none"> • Concorrentes com maior tradição • Resistência quanto à aceitação da empresa • Desaquecimento do setor 	
		Oportunidades	Ameaças

O investimento em Marketing e Publicidade, mostrando atrativamente os serviços e maneira de trabalhar, a análise de mercado indica haverá demanda de clientes interessados. Após o cliente fechar negócio a maneira de trabalhar clara e fácil, com comunicação constante e dentro do necessário irá mostrar ao cliente as possibilidades da consultoria, mas dando abertura para o mesmo fazer suas colocações e aprender de fato.

A falta de cadastro de clientes é uma oportunidade para fazer uma carteira diferenciada, buscando clientes ativos no empreendedorismo e adeptos de consultoria, no SEBRAE e em treinamentos e cursos do setor.

2.3 BRAINSTORMING

O que é?

Brainstorming é a mais conhecida das técnicas de geração de ideias. Foi originalmente desenvolvida por Osborn, em 1938. Em Inglês, quer dizer “tempestade cerebral”. O Brainstorming é uma técnica de ideias em grupo que envolve a contribuição espontânea de todos os participantes. Soluções criativas e inovadoras para os problemas, rompendo com paradigmas estabelecidos, são alcançadas com a utilização de Brainstorming. O clima de envolvimento e motivação gerado pelo Brainstorming assegura melhor qualidade nas decisões tomadas pelo grupo, maior

comprometimento com a ação e um sentimento de responsabilidade compartilhado por todos.

Quem o utiliza?

Todas as pessoas da empresa podem utilizar essa ferramenta, devido à sua facilidade. Porém o sucesso da aplicação do Brainstorming é seguir as regras, em especial a condução do processo, que deve ser feita por uma única pessoa.

Quando?

O Brainstorming é usado para gerar um grande número de idéias em curto período de tempo. Pode ser aplicado em qualquer etapa do processo de solução de problemas, sendo fundamental na identificação e na seleção das questões a serem tratadas e na geração de possíveis soluções. Mostra-se muito útil quando se deseja a participação de todo grupo.

Por quê?

Focaliza a atenção do usuário no aspecto mais importante do problema. Exercita o raciocínio para englobar vários ângulos de uma situação ou de sua melhoria. Serve com “lubrificante” num processo de solução de problemas, especialmente se:

1. as causas do problema são difíceis de identificar;
2. a direção a seguir ou opções para a solução do problema não são aparentes.

Tipos de Brainstorming

- **estruturado:** Nessa forma, todas as pessoas do grupo devem dar uma idéia a cada rodada ou “passar” até que chegue sua próxima vez. Isso geralmente obriga até mesmo o tímido a participar, mas pode também criar certa pressão sobre a pessoa.

- **não-estruturado:** Nessa forma, os membros do grupo simplesmente dão as ideias conforme elas surgem em suas mentes. Isso tende a criar uma atmosfera mais relaxada, mas também há o risco de dominação pelos participantes mais extrovertidos.

Regras do Brainstorming

1. Enfatizar a quantidade e não a qualidade das ideias;
2. Evitar críticas, avaliações ou julgamentos sobre as ideias;
3. Apresentar as ideias tais como elas surgem na cabeça, sem rodeios, elaborações ou maiores considerações. Não deve haver medo de “dizer bobagem”. As ideias consideradas “loucas” podem oferecer conexões para outras mais criativas;
4. Estimular todas as ideias, por mais “malucas” que possam parecer;
5. “Pegar carona” nas ideias dos outros, criando a partir delas;
6. Escrever as palavras do participante. Não interpretá-las.

Como usar o Brainstorming

As etapas básicas de uma sessão de Brainstorming são as seguintes:

1) Introdução	- Inicie a sessão esclarecendo os seus objetivos, a questão ou o problema a ser discutido.	- Crie um clima descontraído e agradável. - Esteja certo de que todos entenderam a questão a ser tratada. - Redefina o problema, se necessário.
2) Geração de idéias	- Dê um tempo para que pensem no problema. - Solicite, em seqüência, uma idéia a cada participante, registrando-a no flip chart. - Caso um participante não tenha nada a contribuir, deverá dizer simplesmente "passo". Na próxima rodada, essa pessoa poderá dar uma idéia. São feitas rodadas consecutivas até que ninguém tenha mais nada a acrescentar.	- Não se esqueça de que todas as idéias são importantes, evite avaliações. - Incentive o grupo a dar o maior número de idéias. - Mantenha um ritmo rápido na coleta e no registro das idéias. - Registre as idéias da forma como forem ditas.
3) Revisão da lista	- Pergunte se alguém tem alguma dúvida e, se for o caso, peça à pessoa que a gerou para esclarecê-la.	- O objetivo dessa etapa é esclarecer e não julgar.
4) Análise e seleção	- Leve o grupo a discutir as idéias e a escolher aquelas que vale a pena considerar. - Utilize o consenso nessa seleção preliminar do problema ou da solução.	- Idéias semelhantes devem ser agrupadas; idéias sem importância ou impossíveis devem ser descartadas. - Cuide para que não haja monopolização ou imposição de algum participante.
5) Ordenação das idéias	- Solicite que sejam analisadas as idéias que permaneceram na lista. - Promova a priorização das idéias, solicitando, a cada participante, que escolha as três mais importantes.	- A votação deve ser usada apenas quando o consenso não for possível.

2.4 4Q1POC

O que é e como Usar

Para auxiliá-lo no planejamento das ações que for desenvolver, você poderá utilizar um quadro chamado 4Q1POC.

Esse quadro é uma ferramenta utilizada para planejar a implementação de uma solução, sendo elaborado em resposta as questões a seguir:

- **O QUE:** Qual ação vai ser desenvolvida?
- **QUANDO:** Quando a ação será realizada?
- **POR QUE:** Por que foi definida esta solução (resultado esperado)?

- **ONDE:** Onde a ação será desenvolvida (abrangência)?
- **COMO:** Como a ação vai ser implementada (passos da ação)?
- **QUEM:** Quem será o responsável pela sua implantação?
- **QUANTO:** Quanto será gasto?

Utilizando esse quadro você visualiza a solução adequada de um problema, com possibilidades de acompanhamento da execução de uma ação.

Lembre-se: Quando for usar o quadro, defina qual a ação a ser implementada. (Destacar)

Veja como fica um quadro para ser preenchido, este é o modelo do quadro 4Q1POC, onde você definirá uma ação que você aplicará em sua organização e preencha o quadro, respondendo às questões de cada coluna.

PLANO DE AÇÃO

Ação: _____
Responsável Geral: _____

O que	Por que	Quem	Quando	Onde	Como	Quanto

3 PESQUISA DE MERCADO

Primeiramente, o ideal é entender o que é uma empresa de consultoria e o papel dessas empresas no mercado atual, assim como o mercado se apresenta.

A consultoria consiste na prestação de serviço focado e especializado no auxílio de pessoas físicas ou jurídicas no que for necessário. Para saber como realizar o serviço correto da forma correta, faz-se necessária análise da empresa ou da situação em questão para decidir como agir e até os custos dos serviços.

Para que o serviço seja feito da melhor forma possível, é preciso que os consultores (que são os orientadores e executores) estejam atualizados nos

conceitos e tenham bagagem de conhecimentos práticos e acadêmicos para saber a melhor maneira de proceder.

O fechamento prematuro das empresas, especialmente as de pequeno porte, é uma dura realidade no Brasil. Segundo o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), 58% das empresas de pequeno porte fecham as portas antes de completar cinco anos. E os principais motivos que causam esses fechamentos são a ausência de um planejamento e deficiências no processo de gestão empresarial.

Portanto, dentro dos parâmetros apresentados, julgou-se necessário uma pesquisa de mercado para verificar a viabilidade de abertura de uma empresa de consultoria, fornecendo todo o apoio necessário dentro do combinado no contrato e buscando a satisfação do cliente e, conseqüentemente, desenvolvendo a economia local.

A OCDE estima que, quando calculado em valor adicionado, os serviços venham a corresponder a 75% do comércio global até 2025 – hoje, os serviços já são 54% do comércio e a maior parte dos investimentos diretos estrangeiros. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), os índices apontaram uma leve alta, de 0,1%, no setor de serviços no mês de fevereiro, os referentes dados fazem parte da Pesquisa Mensal de Serviços (PMS).

Com isso, podemos identificar que a recuperação do mercado é gradativa e não está acelerada, mas os pontos a serem trabalhados irão visar justamente esse cenário.

Na cidade de Manaus, existem diversas empresas de consultoria que atuam em áreas variadas, mas, em sua maioria, em Gestão de Pessoas e Gestão empresarial.

A pesquisa de mercado foi quantitativa tendo como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema e com o objetivo principal de identificar as opiniões, preferências e estimar o potencial de abertura de uma empresa de consultoria, além de medir a importância, o aprimoramento de ideias e novas descobertas.

A pesquisa de mercado se deu através da aplicação de questionários junto a pessoas físicas que tinham interesse em abrir seu próprio negócio, relacionando, assim, a possibilidade em contratar serviços de consultoria.

Um segundo questionário também foi aplicado com empresários, relatando questões como quais as áreas da sua empresa apresentam dificuldades, se já contratou serviços de consultorias e qual o retorno sobre estes.

Com estes dados, foram elaborados gráficos e analisada a viabilidade, ou não, do negócio. A amostra da pesquisa correspondeu a 50 questionários divididos em 25 questionários aplicados com pessoas físicas e 25 questionários com pessoas jurídicas.

Os questionários foram aplicados nos principais bairros de João Pessoa. O questionário foi elaborado de forma estruturada e por escrito com perguntas abertas e fechadas; claras e objetivas.

Aplicado de forma que viesse garantir a confiabilidade das respostas de modo a padronizar os resultados com dados confiáveis e estatísticos.

Pessoas Físicas Os mais relevantes resultados apresentados mostram que 68% dos entrevistados que estão no terceiro setor e são jovens adultos veem expectativas empreendedoras.

Devido à idade e atual conjuntura de comunicação da sociedade, mais de 90% dos entrevistados entendem as comunicações sociais, que envolvam redes sociais e telefones como as melhores, e 88% deles disseram ter interesse em contratar uma empresa de consultoria.

Esse resultado é extremamente relevante, pois mostra, pelo menos, a visão positiva e de necessidade que a consultoria tem para esse público.

O motivo de contratação de consultoria variou igualmente entre funcionários desqualificados e a empresa não ser reconhecida no mercado.

Apesar do menor número de respondentes acima de 32 anos, vemos que todos possuem interesse em abrir sua empresa, e a frequência aumenta de acordo como avanço da idade, de acordo com a pesquisa.

Pessoas Jurídicas Os mais relevantes resultados apresentados pelas pessoas físicas nos questionários foram que mais de 50% das empresas entrevistadas tem mais de 10 anos de mercado, contudo, são empresas que só possuem até 50 colaboradores no seu quadro de funcionários contratados.

A melhoria no atendimento e diversas áreas estão equiparadas como os principais pontos de melhoria, segundo a visão dos gestores. A porcentagem de Outros que é de 24% que responderam os possíveis pontos de melhoria sendo as mercadorias, a logística, a estruturação financeira da empresa, o marketing e a autonomia.

É importante ressaltar a qualificação dos funcionários como porcentagem significativa, ocupando o terceiro lugar na possibilidade de melhorias, com 16%. 24% 24% 16% 12% 12% 4% 4% 4% Possíveis Pontos de Melhoria Atendimento Outros Qualificação Funcionários Espaço Físico Qualidade Serviços Atendimento e Qualidade serviços Atendimento e Espaço Físico Espaço Físico e Outros 25 Dentro dos respondentes, 64% admitiu sentir interesse em contratar uma consultoria, assumindo as áreas acima citadas para preencher seus gargalos.

Houve uma boa porcentagem de quem já contratou consultorias outrora obtendo bom índice de satisfação.

O objetivo também foi analisar se o tempo de mercado influencia na porcentagem de contratação de consultoria. Pode-se notar que empresas com mais tempo no mercado, normalmente acima de 4 anos, tem maior tendência a contratar serviços de consultoria.

Com isso, vemos que os gestores de empresas com maior tempo de mercado conseguem identificar a necessidade de consultoria.

Com o objetivo de estudar o perfil das pessoas que pretendem abrir o seu próprio negócio e as empresas que se interessam ou já contrataram consultorias, pôde-se concluir que as maiorias das pessoas consideram importante o uso de serviços de consultorias para auxiliar no desenvolvimento do empreendimento.

Analisando o resultado da pesquisa, as maiores dificuldades em uma empresa que estimulariam a contratação de um serviço de consultoria estão

relacionadas à falta de funcionários qualificados, sem desenvoltura e competência e a falta de reconhecimento da empresa no mercado.

Com relação às empresas entrevistadas, os seus gestores também afirmaram que os principais problemas enfrentados em suas organizações estão na área de gestão de pessoas. Funcionários não preparados, desmotivados podem trazer grandes prejuízos e prejudicar a imagem da empresa.

Com os resultados obtidos, concluímos que os pontos de melhorias seriam voltados para a área de vendas, marketing e gestão de pessoas. O atendimento e a qualificação das pessoas são decisivos dentro de uma organização para aumentar seu faturamento e o crescimento organizacional.

As empresas com maior tempo de mercado têm maior aceitação por consultorias que as empresas menores.

O preço é um fator decisivo no momento da escolha por um serviço de consultoria.

No levantamento de dados, percebemos também que as empresas se preocupam com a sua imagem e o seu reconhecimento no mercado juntamente com a qualificação dos seus funcionários.

Diante disso, a empresa de consultoria irá trabalhar com serviços de qualidade a preços competitivos.

4 Planejamento estratégico

O planejamento estratégico veio surgir em meados da década de 60, através das metodologias de planejamento propostas pelo professor Igor Ansoff e dos pesquisadores do Stanford Research Institute (Taylor, 1975). Segundo Kotler, "o planejamento estratégico se trata de uma metodologia gerencial que permite estabelecer a direção a ser seguida pela organização, visando um maior grau de interação com o ambiente".

A direção escolhida pela empresa engloba de forma significativa as questões de macro política, macro estratégias e dos objetivos funcionais. Já em relação à interação da organização com seu ambiente, esta pode variar de acordo com o alinhamento dos objetivos com o mesmo, podendo ser positiva, neutro, ou negativa.

Em resumo, podemos dizer que o planejamento estratégico é o processo de analisar uma organização sob diversos ângulos, direcionando seus rumos e monitorando suas ações de forma concreta.

O monitoramento e controle são resultados práticos da utilização do que conhecemos como Plano Estratégico. Segundo Peter Drucker, o planejamento estratégico é um processo contínuo e sistemático, que possui o maior conhecimento possível acerca do futuro.

Tomar decisões que envolvem riscos, organizar sistematicamente as ações necessárias para uma boa execução das decisões e retroalimentar e medir os efeitos dessas decisões são tarefas que fazem parte do planejamento estratégico de uma organização.

O plano estratégico (etapas do planejamento e início da gestão estratégica)

O plano estratégico se trata da consolidação de ideias, que por si só não produzem resultado algum, pois é na implementação integrada dessas ideias que a organização vai obter o melhor da estratégia.

É importante lembrar que a estratégia precisa ser constantemente reavaliada e reformulada, uma vez que o processo de formulação e implementação não é construído por base somente de questões concretas, mais sim como produto de mecanismos complexos e variáveis.

As estratégias reunidas e descritas no plano estratégico determinam o rumo ou as formas com as quais a empresa irá atingir seus objetivos.

Ele é concebido através de uma análise de cenários, e culmina na elaboração de uma matriz (análise Swot) que demonstre as ameaças e oportunidades, sob os pontos de vista interno e externo da organização.

O plano irá ajudar a esclarecer também seis pontos específicos, que fazem parte do planejamento estratégico: **a missão, visão, valores, objetivos e estratégia da organização** e os desdobramentos dessa mesma estratégia.

Por fim, após observar a situação atual da companhia e as possíveis ameaças e oportunidades, obtêm-se o feedback do plano estratégico, findando no controle e prováveis reajustes que venham a ocorrer.

4.1 Missão

É o objetivo fundamental de uma organização, pois traduz a finalidade última da empresa e consiste na definição dos seus fins estratégicos gerais. É o enunciado dos propósitos gerais que expressam intenções fundamentais da gestão global. Basicamente, se trata do ponto de partida para a definição dos objetivos, sendo formalmente expressa e servindo de guia para os colaboradores da empresa.

4.2 Visão

É o estado futuro desejado e alinhado com as aspirações de uma organização, algo que a organização pode definir e redigir após decidir "para onde pretende ir". A visão compreende algo que ainda não se tem, podendo ser um sonho, ou algo que se acredita que pode vir a ser real. Além de utópica a visão deve ser também, motivadora e mobilizadora, conduzindo a organização para o futuro.

4.3 Valores

São o conjunto de sentimentos que estrutura, ou pretende estruturar a cultura organizacional e a prática de uma empresa. Comumente, os valores surgem agregados à missão como uma simples relação, ou de forma mais elaborada, como crenças ou políticas organizacionais. Os valores representam um conjunto de princípios que informam como as pessoas devem reger seus comportamentos na empresa.

4.4 Objetivos

No geral, os objetivos traduzem os resultados essenciais a serem atingidos pela organização no cumprimento da sua missão, seguindo de acordo com a forma que sua visão se comunica. Eles são resultados qualitativos ou quantitativos que a empresa pretende alcançar num determinado período. Os objetivos são definidos de forma concreta e devem apresentar determinadas características que totalizam cinco e formam o anagrama (**SMART**): **specific** (específico), **measurable** (mensuráveis), **achievable** (alcançáveis), **realistics** (realistas) e **time bound** (temporais).

4.4.1 Específicos

Um objetivo SMART precisa ser claro e objetivo em seu propósito. Isso vai impactar todo o processo de definição, acompanhamento e geração de insights em cima dele.

4.4.2 Mensuráveis

É preciso que haja formas claras e assertivas de mensurar aquele resultado. Por exemplo, não é possível estabelecer a meta de dobrar os números de visitantes em uma loja, se não há um dispositivo que meça quantas pessoas efetivamente visitam aquele lugar.

4.4.3 Alcançáveis

Toda meta traçada deve ser alcançável. Caso contrário, as pessoas envolvidas no processo podem simplesmente desistir de tentar por julgar impossível.

4.4.4 Relevante

De que adianta analisar um número e não tirar insights, não é mesmo? Um objetivo SMART precisa ser relevante para o negócio, senão não há porque acompanhar aquele número.

4.4.5 Delimitados em um recorte de tempo

Para medir com exatidão um resultado é preciso delimitar o período de tempo dos dados que serão usados. Ao traçar uma meta é preciso definir em quanto tempo a empresa pretende alcançá-la.

Quando os objetivos satisfazem as características acima, contribuem de forma significativa para a criação de diversas vantagens para a organização.

4.5 Estratégia

As estratégias são descritas com base na análise de ambiente levantada após o agrupamento por temas e da priorização dos principais objetivos. A estratégia precisa estar voltada para o futuro da empresa, como também estar de acordo com as etapas anteriores (missão, visão e valores).

No geral, é uma ação de médio e longo prazo necessária para atingir a visão de futuro da organização. Pode ser desdobrada em três níveis: corporativo, empresarial e unidade estratégica de negócio (UEN).

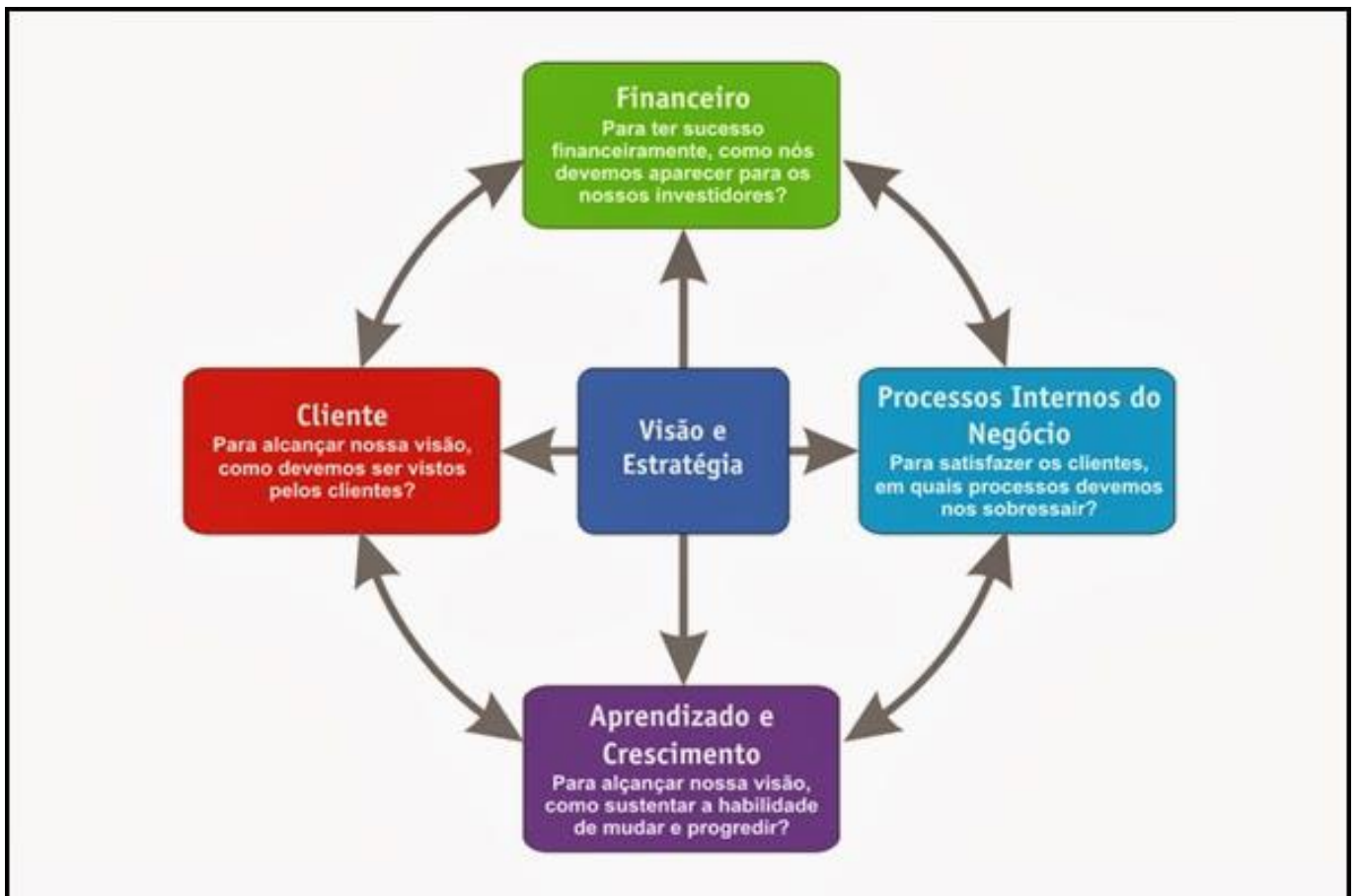
4.6 Desdobramentos da Estratégia

De acordo com Maximiano (2006), o planejamento estratégico deve-se desdobrar em outros planos e meios, sendo eles: o planejamento de áreas funcionais, políticas, planos operacionais, projetos e estrutura organizacional. O processo de desdobramento da estratégia torna-se fundamental para que haja planos e ações estratégicas bem definidas e que permitam um bom processo de gestão estratégica na organização.

Um dos principais modelos de desdobramento de estratégias corporativas é o famoso modelo proposto pelo Balanced Scorecard (BSC), uma vez que ele foi criado com a finalidade de desenvolver um novo grupo de medidas de desempenho integradas ao planejamento estratégico da organização, sem desprezar as medidas financeiras, mas integrando as em um modelo único.

4.7 Balanced Scorecard BSC

Inicialmente o Balanced Scorecard surgiu através de um estudo realizado entre diversas empresas, denominado como: "Measuring Performance in the Organization of the Future", e que foi patrocinado pelo instituto Nolan e Norton, em 1990. Esse estudo foi motivado pela crença de que grande parte dos métodos existentes de medição de desempenho empresarial naquela época estavam se tornando insuficientes. A ferramenta BSC foi apresentada pelos professores da Harvard Business School, Robert S. Kaplan e David P. Norton, em 1992, como um modelo inovador de avaliação e performance empresarial, que atua como um sistema de suporte à decisão e à gestão estratégica.



Devido ao seu grande sucesso, o Balanced Scorecard se tornou uma metodologia de gestão estratégica e desde então vem sendo aplicada com êxito no mundo inteiro em centenas de organizações do setor privado, público e não governamental. O BSC, traduzido em sua forma literal, significa algo como "indicadores balanceados de desempenho", que possuem a capacidade de reunir elementos importantes para facilitar e acompanhar o andamento da estratégia. O Balanced scorecard também leva à criação de uma rede de desempenho que atinge todos os níveis organizacionais, tornando-se assim uma ferramenta para comunicar e promover o comprometimento geral com a estratégia da corporação.

Objetivos do Balanced Scorecard (BSC)

O principal objetivo do balanced scorecard é alcançar o alinhamento entre o planejamento estratégico da empresa e as atividades operacionais que ela exerce. Ele traduz a missão e a estratégia em objetivos e medidas, organizados através de indicadores que irão informar os funcionários sobre os vetores do sucesso atual e futuro. Ao articularem os resultados desejados pela empresa, os executivos esperam canalizar a energia, a habilidade e o conhecimento de todos os colaboradores da organização para alcançar os objetivos de longo prazo. Para isso é preciso tomar algumas ações, dentre as quais podemos citar:

4.7.1 Esclarecer e traduzir a visão e a estratégia

A tradução da missão estratégica é algo crucial para o desempenho dos objetivos organizacionais e deve ser feita por todos os gestores, através de um conjunto de objetivos e indicadores inerentes a cada departamento (Mapa Estratégico), que contribuem para a criação de um consenso entre gestores, colaboradores e as atividades da organização em si.

4.7.2 Planejar, estabelecer metas e alinhar as iniciativas estratégicas

Os gestores (altos executivos) devem identificar e estabelecer metas para seus colaboradores, definir processos, planejar o desempenho financeiro e também ditar qual o ritmo ideal de crescimento da organização. Todo esse planejamento deve ser feito em acordo com as capacidades reais da empresa e com a projeção de desempenho do mercado que esta participa.

4.7.3 Melhorar o Feedback e o aprendizado estratégico

O feedback e o processo de revisão avaliam o desempenho das metas e da estratégia adotada pela organização. Essa ação otimiza as habilidades e o conhecimento dos colaboradores, bem como permite melhorar o monitoramento e o controle da organização, sob a ótica de quatro perspectivas principais: financeira, clientes, processos internos e aprendizagem e crescimento.

4.7.4 Comunicar e associar objetivos e medidas estratégicas

Permite aos gestores comunicar a estratégia ligando os objetivos empresariais aos departamentos. A ideia é assegurar aos gestores que todos os níveis da organização compreendam as estratégias de longo prazo, e que tanto os objetivos departamentais quanto os individuais estão alinhados entre si.

O balanced scorecard auxilia justamente nesse alinhamento (Padoveze, 2007).

4.8 A gestão estratégica como pilar do planejamento

É um processo contínuo e integrado que visa auxiliar a administração no gerenciamento da organização e se baseia em três pilares fundamentais, que são: o planejamento estratégico, a execução da estratégia e o acompanhamento da estratégia.

O planejamento estratégico, como fora explicado acima, trata do estabelecimento da diretriz organizacional, ou seja, a missão, visão e os objetivos da empresa.

Já a execução da estratégia se trata da conversão do curso de ação escolhido para o alcance dos objetivos, por meio dos projetos e processos.

Por fim, o acompanhamento estratégico cuida da monitoração e avaliação do processo da gestão estratégica, visando melhorá-lo e assegurando de forma concreta que tudo ocorra conforme o planejado.

Para um fácil entendimento, podemos dizer que a gestão estratégica é a arte de aplicar com eficácia os recursos de que se dispõe ou de explorar as condições favoráveis de que porventura se desfrute, visando o alcance de determinados objetivos previamente estabelecidos no planejamento estratégico (dicionário Houaiss).

No todo, conseguimos perceber que se trata da tarefa de direcionar o conjunto de recursos organizacionais (esforço dos colaboradores) e a aplicação dos meios materiais disponíveis para fazer o que a empresa faz, com a finalidade de alcance do desejo coletivo da organização.

O maior desafio da gestão estratégica está relacionada à sua efetividade prática no alcance dos objetivos organizacionais, ou seja, na sua capacidade de alinhar a organização, com a adaptabilidade exigida, no mesmo sentido do direcionamento proposto pelo plano estratégico.

Como toda função de gestão, a gestão estratégica necessita de uma dinâmica permanente de planejamento, execução, monitoramento, avaliação, ajustes e reajustes.

Ela é tão importante quanto a formulação e implementação da estratégia. De forma resumida, podemos dizer que o seu ciclo é composto de quatro etapas, que são: a análise do ambiente de negócios, a formulação, a implementação e a avaliação e aprendizado.

É importante salientarmos que o conceito de estratégia relacionasse diretamente com a visão de futuro, por isso, uma empresa precisa manter a

administração estratégica (monitoramento e acompanhamento) em relação aos possíveis riscos e oportunidades que possam surgir.

Esse posicionamento requer ações antecipadas e contramedidas por parte da companhia, visando manter sua sobrevivência, crescimento e vantagens competitivas.

O planejamento estratégico deve ser executado e alinhado com a missão e valores da empresa, sendo muito importante que os gestores participem do processo de criação e supervisão deste planejamento.

Uma organização que possui um bom plano estratégico consegue enxergar de forma eficaz o caminho para crescer e ganhar espaço no mercado em que atua.

De forma genérica, através do presente artigo percebemos que o planejamento estratégico, juntamente com a gestão estratégica auxiliam a empresa a prever o seu possível futuro.

Ele consiste em saber o que deve ser executado e de que maneira deve ser executado, sendo crucial para o sucesso toda e qualquer organização.

Enquanto o planejamento estratégico cuida da elaboração dos objetivos da empresa e dos programas de ação para sua execução, a gestão estratégica por sua vez, acrescenta medidas de acompanhamento, controle e correções a fim de se manter o domínio sobre as variáveis que podem influenciar nos resultados das ações, como também, dos objetivos previamente estabelecidos no planejamento estratégico.

A gestão estratégica (Strategic Enterprise Management SEM) encontra-se presente em toda empresa que deseja atingir seus objetivos e se antecipar aos problemas que podem surgir, diminuindo assim, os riscos de insucesso.

5 PLANO DE MARKETING

Este plano consiste em planejar e estudar melhores práticas para garantir o melhor desempenho da empresa de consultoria. A preocupação com a imagem da organização, a qualidade dos serviços prestados, e o comprometimento com prazos são a razão da elaboração deste plano de marketing. A finalidade é elaborar um planejamento que consiga desenvolver saídas e abordagens inovadoras, utilizando as ferramentas de marketing de maneira criativa e satisfatória. A busca disso, assertividade na colocação no mercado e no contato com seus futuros clientes, passando credibilidade e segurança.

Segundo Kotler e Armstrong, marketing mix pode ser definido como um grupo de variáveis de Marketing controláveis que a empresa utiliza para produzir a resposta que deseja o mercado-alvo. O Marketing Mix passou a ser a teoria mais aceita para efetivar atividades de marketing. É conhecido internacionalmente como 'Os 4 Ps do Marketing' que são Produto, Preço, Praça e Promoção. E são vistos como base para formulação de estratégias de marketing. Existem outros 'Os' de Marketing que também serão abordados, sendo Pessoas e Público.

5.1 Preço

5.1.1 Estratégias De Precificação

Com o objetivo de maximizar o lucro, foram levados em consideração os fatores internos e externos que influenciam a definição do preço final, pois, no mercado atual, já existem empresas tradicionais que atuam no ramo de consultoria. Por isso, a consultoria trabalhará com estratégias que irão colaborar com seus objetivos.

Como visamos à penetração de mercado, os preços de nossos serviços deverão ser valores competitivos, os quais compreenderão o custo benefício desejados por nossos clientes.

Porém, não serão tão abaixo dos preços praticados pelas empresas concorrentes, para que não se levante alguma dúvida quanto à qualidade do serviço prestado,

afinal, diante do resultado de nossa pesquisa, pudemos observar que nossos clientes têm conhecimento do serviço que uma consultoria irá prestar.

5.2 Promoção

5.2.1 Estratégias De Promoção E Divulgação

A promoção é responsável pelo processo de comunicação com os clientes, por meio da promoção de vendas, o marketing direto, a venda pessoal e a propaganda.

Para uma estratégia bem planejada, foi feita a definição do que buscamos focar para uma comunicação de qualidade e atrativa para os clientes. Demonstrando aos seus clientes a preocupação em sanar suas necessidades e divulgando os benefícios na aquisição de seus serviços, obtendo, assim, uma boa comunicação que contribua para o crescimento da empresa.

A Consultoria tem como metas a criação de um site, onde disponibilizará informações como o nome da sua equipe de consultores, o ano de fundação, a história da criação da empresa, serviços oferecidos, nome das empresas que utilizaram seus serviços acrescentando a opinião sobre os benefícios gerados. No site, a longo prazo, também será colocado um espaço interativo para empresa e consultor partilharem formulários, comentários etc. Por isso, iremos optar por algumas técnicas mercadológicas. Enviar e-mails às empresas almejadas com informativos sobre a Consultoria para divulgar seus pontos principais, com a alternativa de visitas gratuitas proporcionadas por nossa equipe.

Nossa pasta de portfólio tem como objetivo apresentar o contexto de nossa consultoria tornando-se uma divulgação de status em nossas visitas à empresa-cliente, feiras, eventos e seminários. A estratégia de comunicação será a nossa carta de visitas, pois é partir desta comunicação que o cliente poderá ter uma visão superficial dos serviços a serem oferecidos, por ainda não terem conhecimento do nosso desempenho. É neste momento que teremos a chance de um primeiro contato, a ser conquistado por estes meios pelos quais apresentaremos nossas qualidades.

Com a qualificação prestada de nossos serviços, teremos grandes chances de conquistarmos a fidelização de nossos clientes. Pensamos em atingir diretamente o nosso público alvo, com essa forma de comunicação. As estratégias para o público, em geral, serão a divulgação no SEBRAE para as pessoas físicas que possuem interesse em abrir sua empresa. Para alcançarmos as pessoas jurídicas, será feita divulgação em feiras de negócios e a inserção em círculos sociais que tenha esse público.

5.3 Pessoas

A princípio, esse “P” parece não tão impactante devido à capacidade produtiva reduzida. Contudo, a empresa, em sua ampliação, poderá implementar a divulgação pelos funcionários. Preocupada com a qualidade dos serviços oferecidos, a empresa de Consultoria irá desenvolver ações para que os funcionários tenham total conhecimento do posicionamento da empresa, além dos seus objetivos e metas; pois entendemos que para ter um serviço e atendimento de qualidade com comprometimento e participação ativa, os nossos funcionários deverão estar motivados. Tendo em vista o exposto acima, a empresa irá adotar treinamentos e palestras, através do Instituto Brasileiro de Consultores Organizacionais (IBCO), para aprofundar seus conhecimentos na atividade de consultoria.

5.4 Praça

A localização de uma empresa de consultoria é essencial para a aparição dela no mercado e nas relações com os clientes. Já a interação em redes sociais é essencial para o bom relacionamento com os clientes e na dinâmica com os mesmos, uma vez que, atualmente, as pessoas em geral estão conectadas e é uma boa ferramenta de interação e divulgação.

O investimento em publicidade e propaganda e no atendimento online são importantes para que a empresa seja divulgada e não se limite apenas ao presencial. Outras formas de alcançar clientes são importantes para sua captação e

fidelização. A qualidade do serviço a ser prestado, assim como o atendimento que será feito, já que se trata de um aspecto essencial para a satisfação e bom andamento do serviço. A empresa terá à disposição de clientes uma localização privilegiada de fácil acesso, uma estrutura adequada para proporcionar um ambiente de trabalho confortável para clientes e funcionários.

Também utilizará canais que facilitem a aquisição dos serviços através de um credenciamento para obter parceria junto ao SEBRAE. Com base na análise do mercado e em consonância com a estratégia de marketing estipulada, o mercado-alvo.

- **DICAS DE NEGÓCIOS**

Uma empresa de consultoria virtual é a nova forma encontrada por empresas para se diferenciar dos serviços ditos convencionais, ao realizar suas atividades através da internet, facilitando assim, a divulgação e o aumento da comercialização de produtos ou serviços, conquista de novos clientes e melhoria de sua rede de relacionamentos.

A empresa deste perfil de negócio está num mercado considerado promissor, pois seu canal para a realização de negócios, a internet, está em franco crescimento, expansão e sofisticação, com um público a cada dia maior. Além de ser um tipo de atividade que não requer um investimento inicial elevado, podendo ser montado com valores variando entre R\$ 8.000,00 e R\$ 40.000,00, este último com cinco funcionários.

A expectativa de retorno também é bastante aceitável e irá variar de acordo com o cliente e suas demandas e com os tipos de trabalho e serviços ofertados pelo empresário virtual. Uma empresa de consultoria virtual poderá realizar os mesmo serviços que uma empresa que atua de forma presencial, sendo esta a sua melhor característica. Porém, este pode ser considerado também um limitador dos serviços, uma vez que o trabalho é feito a distância, sem que o consultor virtual realize visita in loco nas empresas contratantes dos serviços.

Diversas são as possibilidades para uma empresa de consultoria virtual atuar, mas o empreendedor deve buscar aquela na qual possui maior domínio técnico. As áreas de atuação mais buscadas nos ambientes virtuais são gestão empresarial, econômica, financeira, trabalhista, jurídica, contábil e comunicação. Contudo, o foco dessa Ideia de Negócio é a consultoria empresarial, cujos principais serviços oferecidos são a elaboração de planos de negócio, organização e elaboração de planilhas financeiras, realização de estudos econômicos, financeiros e de mercado, desenvolvimento de estratégias competitivas, planos de financiamento e amortização, dentre outros.

Outra característica bastante importante está associada ao perfil dos profissionais, que devem possuir nível superior, estarem constantemente atualizados nas ferramentas que surgem no mercado e nas diferentes tecnologias para a

execução dos serviços, ter conhecimento técnico profundo e, preferencialmente, referências sólidas de trabalhos anteriores.

6. REGISTRO DA MARCA

A função da marca é individualizar um produto ou serviço no mercado para que possam ser identificados pelos consumidores e por eles associados a um determinado fabricante, comerciante ou prestador de serviço.

O órgão encarregado para conceder o registro de marcas é o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), com sede no Rio de Janeiro e delegacias regionais em diversas capitais.

Mas será que as marcas precisam ser registradas para gozarem de proteção legal? A resposta é não. O registro confere ao titular um direito de propriedade sobre a marca e lhe assegura um monopólio de uso em relação aos produtos e serviços que a marca identifica, ou a outros produtos e serviços que tenham afinidade mercadológica. Coincidências existem, mas o concorrente que copia a marca do outro, já conhecida no mercado, normalmente age de forma intencional, com o intuito de desviar para si a clientela do outro. É uma prática concorrencial desleal, que a lei não tolera.

A lei também assegura ao usuário anterior um direito de precedência para registrar a sua marca quando outra pessoa deposita no INPI um pedido de registro de marca igual ou semelhante para a mesma categoria de produto ou serviço. Esse direito tem que ser exercido quando o pedido requerido pelo terceiro for publicado, por meio da apresentação de oposição e do depósito da marca pelo usuário anterior.

Fonte: http://www.suframa.gov.br/zfm_incentivos_estado.cfm

7.CONCLUSÃO

O trabalho num todo demonstrou que uma empresa de consultoria é uma nicho de mercado de grande importância e franco crescimento, eles buscam atingir os clientes de longa distância e em vários ramos de atividades.

Uma empresa de consultoria se faz necessário para o desenvolvimento de outras atividades e expansão de empresas que estão com dificuldade de crescimento. Através de soluções e estratégias para auxílio de mercado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E DIGITAIS:

Sites institucionais relacionados

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE

Site www.sebrae.com.br

Associação Brasileira de Comércio Eletrônico

Site: <https://abcomm.org/>

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE

Site www.ibge.gov.br

Empresa Estadual de Turismo do Amazonas - AMAZONASTUR

Site www.visitamazonas.am.gov.br

Portal do Governo do Estado do Amazonas

Site www.amazonas.am.gov.br

Secretária de Estado de Planejamento e Desenvolvimento Econômico- SEPLAN

Site www.seplan.am.gov.br

Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia - INMETRO

Site www.inmetro.gov.br

Fundação Nacional da Qualidade - FNQ

Site www.fnq.org.br

Conselho Regional de Contabilidade do Amazonas – CRC/AM

Site www.crcam.org.br

Junta Comercial do Estado do Amazonas – JUCEA

Site www.jucea.am.gov.br

Receita Federal do Brasil

Site www.receita.fazenda.gov.br

Secretária de Estado da Fazenda - SEFAZ

Site www.sefaz.am.gov.br

Prefeitura Municipal de Manaus - PMM

Site www.manaus.am.gov.br

Caixa Econômica Federal – CEF Sistema conectividade social “INSS /FGTS” Site

www.caixa.gov.br

Corpo de Bombeiros Militar do Amazonas

Site www.cbm.am.gov.br

Fundação de Vigilância em Saúde do Amazonas-Depto de Vigilância Sanitária

Site www.saude.am.gov.br

Secretária de Estado do Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável - SDS

Site www.sds.am.gov.br

Secretária Municipal de Meio Ambiente - SEMMA

Site www.semmas.manaus.am.gov.br

SITES PESQUISADOS

<https://administradores.com.br/noticias/pesquisa-revela-o-perfil-as-empresas-de-consultoria-brasileiras>

<https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/11808/1/LPAM26092018.pdf>

<https://blog.contaazul.com/gestao-de-pessoas-nas-pequenas-empresas/>

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-empresa-de-consultoria-virtual,ad197a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

<https://blog.sebrae-sc.com.br/importancia-da-consultoria-empresarial/>

<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/o-que-e-gestao-empresarial-numa-pequena-empresa/105605/>

<https://guiaempreendedor.com/gestao-da-pequena-empresa-o-que-considerar-em-uma-analise-de-mercado/>

Matérias, artigos e folders.

Doc. PERFIL DE NEGÓCIO – LOJA VIRTUAL, SEBRAE 2019

Doc. PERFIL DE NEGÓCIO – COMO MONTAR UM ESCRITÓRIO DE CONSULTORIA, SEBRAE 2005