

PLANO DE NEGÓCIO PARA EMPRESAS DE CONSULTORIA DE RECURSOS HUMANOS

Pâmella Katherine Carvalho Sousa
Taynah Francisca Carvalho Sousa
Lucimar Duarte



**CENBRAP - Centro Brasileiro de Pós-graduações
Faculdade CENBRAP
Curso Tecnólogo de Gestão de Recursos Humanos**

Banco de Imagens Canva
FOTOS DA CAPA E DO EBOOK

Rosiane Dias Mota
PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Lucimar Duarte
REVISÃO

Pâmella Katherine Carvalho Sousa
Taynah Francisca Carvalho Sousa

Lucimar Duarte

AUTORES

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

(Sineide Denice Mendonça-CRB-1673)

SOUSA, Pâmella Katherine Carvalho.

Plano de Negócio para Empresas de Consultoria de Recursos Humanos./ Pâmella Katherine Carvalho Sousa; Taynah Francisca Carvalho Sousa; Lucimar Duarte.- Goiânia-Go: CENBRAP, 2022.

E-book: il. Colorido
ISBN 978-65-00-51676-0.

1. Plano de Negocio. 2. Empresa. 3. Consultoria. 4. Recursos Humanos. I. SOUSA, Pâmella Katherine Carvalho. II. SOUSA, Taynah Francisca Carvalho. III. DUARTE, Lucimar. IV. Titulo

CDU: 658

PLANO DE NEGÓCIO PARA EMPRESAS DE CONSULTORIA DE RECURSOS HUMANOS

AUTORES

Pâmella Katherine Carvalho Sousa

Graduanda em Gestão de Recursos Humanos na
Faculdade CENBRAP.



Taynah Francisca Carvalho Sousa

Graduanda em Gestão de Recursos Humanos na
Faculdade CENBRAP.

Lucimar Duarte

Graduada em Administração, especialista em Gerência Empresarial e mestra em Ecologia e Produção Sustentável. Ministra aulas nos cursos de Administração e Ciências Contábeis nas disciplinas correlatas. Orienta TCC e é atuante em bancas de TCC. Atua como palestrante e consultora, realiza minicursos e treinamentos além de assessorar na implantação de sistema de qualidade nas empresas.





Sumário

Apresentação.....	05
Objetivos de Aprendizagem.....	07
Plano de Negócio - O que é?	08
Etapas e elaboração de um plano de negócio.....	09
Conclusão.....	22
Referências	23



Apresentação

O projeto de Extensão Universitária da Faculdade CENBRAP promove a aproximação entre seus alunos e a sociedade, tratando, portanto, de uma interação transformadora onde os saberes dos acadêmicos beneficiam a sociedade e a sociedade contribui para a construção do conhecimento da Faculdade.

Os acadêmicos da IES já possuem expertises em interação social pois, ao longo do curso de tecnólogo de Recursos Humanos, promoveram a aplicação de seus conhecimentos em escolas de Ensino Médio desenvolvendo atividades e palestras sobre Planejamento de Carreiras, além de prestarem consultorias a empresas.

Este e-book é o fruto das experiências de aprendizagem vivenciada em um cenário real de empresas que apresentaram “suas dores” , por meio de entrevistas realizadas pelos acadêmicos da CENBRAP, devido a problemas e situações que impactariam na competitividade devido as lacunas presentes em seus processos. A partir dessa interação entre acadêmico e empresário foram elaborados relevantes propostas com a finalidade de intervir na realidade das empresas, momento em que presenciou a articulação entre teoria e prática, por meio de planos de treinamentos, e este ebook faz parte do processo de aprendizado oferecido as empresas.

Em pesquisas realizadas pelos acadêmicos da CENBRAP nas empresas, diversas situações foram apontadas pelos empresários, e ou responsáveis, como variáveis indesejáveis que impactariam em resultados organizacionais indesejados. Diante dessa realidade, sob acompanhamento da professora orientadora, foi identificado a necessidade de realização de treinamentos como solução para os problemas apontados.

Este e-book relata uma das temáticas propostas para treinamento advindas de atendimento dos acadêmicos da Faculdade CENBRAP às empresas. É visível como o desenvolvimento de competências individuais pelos acadêmicos faz-se presente além de alcançar resultados pessoais e profissionais sólidos.





Objetivos de Aprendizagem

1. Entender o que é um plano de negócio e sua importância

É um documento onde são colocadas as ideias que se tem para o negócio, os objetivos, a viabilidade, riscos calculados e planejamento. Seu objetivo é antecipar possíveis riscos de modo que sejam evitados no mercado.

2. Benefícios

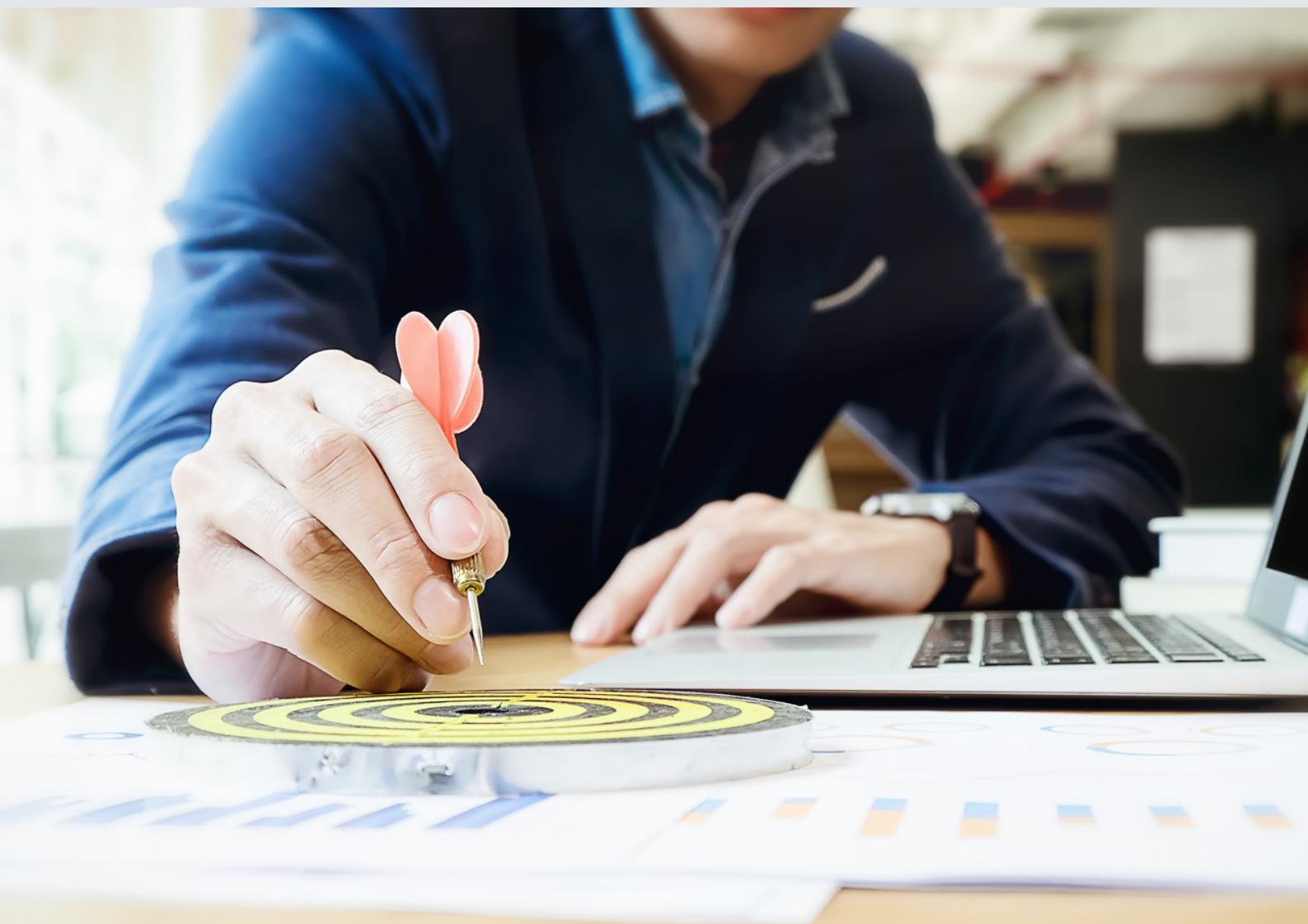
Possibilidade de conclusão ou não das ideias iniciais, conhecer o mercado, serviço, público alvo, concorrentes, fornecedores e os pontos forte e fracos da empresa.

3. Conhecer, descrever e apresentar as etapas de um plano de negócio

Este objetivo será o tema sobre o qual o trabalho discorrerá a seguir.

Plano de Negócio - O que é?

É um documento onde são colocadas as ideias que se tem para o negócio, os objetivos, a viabilidade, riscos calculados e planejamento. Seu objetivo é antecipar possíveis riscos de modo que sejam evitados no mercado. Tem como benefícios mensurar ideias iniciais, conhecer o mercado, serviço, público alvo, concorrentes, fornecedores e os pontos forte e fracos da empresa.



ETAPAS E ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIO

1. SUMÁRIO

O sumário é uma das últimas etapas a serem feitas. Pois é aqui onde serão enumerados os temas tratados e a localização dos assuntos por página.

Objetivamente é onde será resumido o plano de negócio, onde o empreendedor deve estabelecer pontos como:

- **Resumo dos principais pontos:** O que é o negócio, seu objetivo, principal serviço oferecido, perfil de cliente, localização da empresa, capital a ser investido, faturamento mensal, objetivo de lucro e estimativa de tempo para esse retorno do lucro.
- **Dados dos empreendedores e Experiência Profissional:** Aqui o profissional deve fazer uma breve apresentação dos empreendedores responsáveis pelo negócio. É importante destacar suas experiências profissionais, área de formação e atuação, conhecimentos e habilidades.
- **Dados do empreendimento:** Aqui deve-se informar o nome da empresa e o CNPJ.



- **Missão do negócio:** A missão de uma empresa, é a razão pela qual ela existe. Portanto é importante que a empresa tenha definido a sua missão. Para esse fim, busque estabelecer o que é importante para você, seus clientes, fornecedores, empregados, sociedade e etc. **Exemplo de missão para uma empresa no ramo alimentício:** “Possibilitar aos clientes uma experiência única de sabor e qualidade, tida como referência no Brasil e no mundo”. **Exemplo de missão para uma empresa no ramo de Consultoria em RH:** “Entregar excelência e transparência nos processos seletivos, primando pela ética, compatibilidade e perfil ideal, de modo a obter êxito na satisfação do cliente”.
- **Setores da atividade:** Com a definição do negócio, é definido também a área e/ou setor de atuação da empresa. Alguns setores de atuação: AGROPECUÁRIA, INDÚSTRIA, COMÉRCIO e PRESTAÇÃO DE SERVIÇO (**esse é o enquadramento ideal para uma empresa que presta consultoria da área de Recursos Humanos**).

- **Entendimento Jurídico:** É a forma jurídica de uma empresa, onde a partir da mesma é estabelecido o enquadramento jurídico que o negócio faz parte:
 - **Microempreendedor individual – MEI:** Profissional autônomo, que trabalha por conta própria e quer se legalizar como pequeno empresário.
 - **Empresário Individual:** É um regime empresarial constituído por uma pessoa. Tem o patrimônio pessoal envolvido nas obrigações contraídas pela empresa.
 - **Empresa Individual de Responsabilidade limitada – EIRELI:** Constituída por uma pessoa e responde por dívidas apenas com seu patrimônio, não envolve bens pessoais.
 - **Sociedade Limitada:** Composta por no mínimo dois sócios (pessoa física e/ou jurídica). A responsabilidade dos sócios é de acordo com o valor de sua cota, mas todos respondem pela integralização do capital social.





- **Enquadramento tributário:** É a forma de tributação do negócio. O Simples nacional, como o próprio nome diz, tem redução, tributação simplificada e um imposto apenas. Para esse enquadramento é necessário a aprovação da Receita federal, e considera a atividade e faturamento anual da empresa. É enquadrada como Microempresa aquela que tem receita bruta anual de até R\$ 360 mil. Se for superior e igual até R\$ 3,6 milhões é classificada como Empresa de Pequeno Porte (EPP). Para as ME e EPP, o Simples Nacional abrange os seguintes tributos e contribuições: IRPJ, CSLL, PIS/PASEP, COFINS, IPI, ICMS, ISS e a Contribuição para a Seguridade Social Patronal. Já o MEI (Microempreendedor Individual) tem receita bruta anual de até R\$ 60 mil reais e o recolhimento de impostos é por valor fixo mensal.
- **Capital Social:** O capital social são todos os recursos colocados para o funcionamento do negócio, como dinheiro, equipamentos e etc.
- **Fonte de Recursos:** São as maneiras em que serão obtidos os recursos para a implantação e abertura da empresa, podendo ser recurso próprio, de terceiro ou ambos.

2. ANÁLISE DE MERCADO

- **Estudo dos Clientes:** Fundamental para a funcionalidade e durabilidade do negócio, é entender e conhecer seu cliente. É necessário estudar previamente para identificar as características dos clientes, como: Se pessoas físicas: Idade, sexo, se tem família (grande, pequena?), local onde moram, trabalho, renda e etc. Se pessoas jurídicas: ramo de atuação, tipo de produto e/ou serviço oferecido, porte da empresa, tempo de mercado, imagem e etc.
- **Identificar os interesses dos clientes:** Com que frequência demanda esse tipo de produto ou serviço, quanto pagam e onde costumam consumir.
- **Identificar o que os leva a comprar:** Preço, qualidade, prazo de entrega, confiança, pela marca, prazo de pagamento e etc.
- **Identificar onde está o seu cliente:** Em qual cidade, bairro, ramo/mercado de atuação, qual será seu público alvo e etc.





3. ESTUDO DOS CONCORRENTES

É necessário identificar e conhecer seus concorrentes. Para se obter vantagens ou até mesmo ter capacidade de competir no mercado, deve-se observar a forma de atuação da concorrência, verificar os pontos fortes e de melhoria. O que observar: Preço praticado, qualidade do produto ou serviço, satisfação dos clientes, localização, garantias, atendimento e etc. A partir daí é possível entender se sua empresa conseguirá concorrer e sobreviver no mercado, e também traçar planos para a sua sobrevivência.

4. ESTUDO DOS FORNECEDORES

Tão importante quanto conhecer a concorrência, é conhecer os fornecedores que serão seus parceiros no negócio. Portanto deve-se definir quem serão os seus fornecedores de acordo com a necessidade. Pesquise preço, atendimento, prazo de entrega, qualidade, prazo de pagamento e etc. Assim você estará mais preparado para o desenvolvimento das suas atividades. Dica: Faça uma lista de fornecedores a partir dos melhores resultados da pesquisa com os quesitos acima citados.

5. PLANO DE MARKETING

Aqui chegamos em um ponto extremamente importante para o bom funcionamento de uma empresa. Comece informando quais serão os produtos disponibilizados, ou serviços prestados para as empresas de serviço. É importante desenvolver os produtos ou serviços prestados com riqueza de detalhes: preço, cor, tamanho, marca, apresentação e etc. Lembre-se de dar o olhar consumidor nessa elaboração, visando satisfazer suas necessidades, o que lhes chamariam mais atenção?

6. PREÇO

A determinação do preço deve ser orientada de acordo com os gastos que se tem na produção do produto ou prestação serviço, e seu objetivo de lucro. Importante avaliar quanto o seu consumidor está disposto a pagar, considerando também o que vem sendo praticado pela concorrência.

- **Estratégias promocionais:** O ato de promover lembra o seu cliente e demais consumidores do seu produto/serviço, para a efetivação da compra ao invés de buscar na concorrência. Algumas estratégias promocionais são: Propaganda em rádios, televisão, **internet (e aqui temos opções de grande alcance que podem ser pagas ou não)**, brindes, amostras grátis, descontos e etc.





7. ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

É a forma usada que fará com que seu produto ou serviço chegue até o cliente. Exemplos: Vendedores internos, externos e até através do próprio empreendedor.

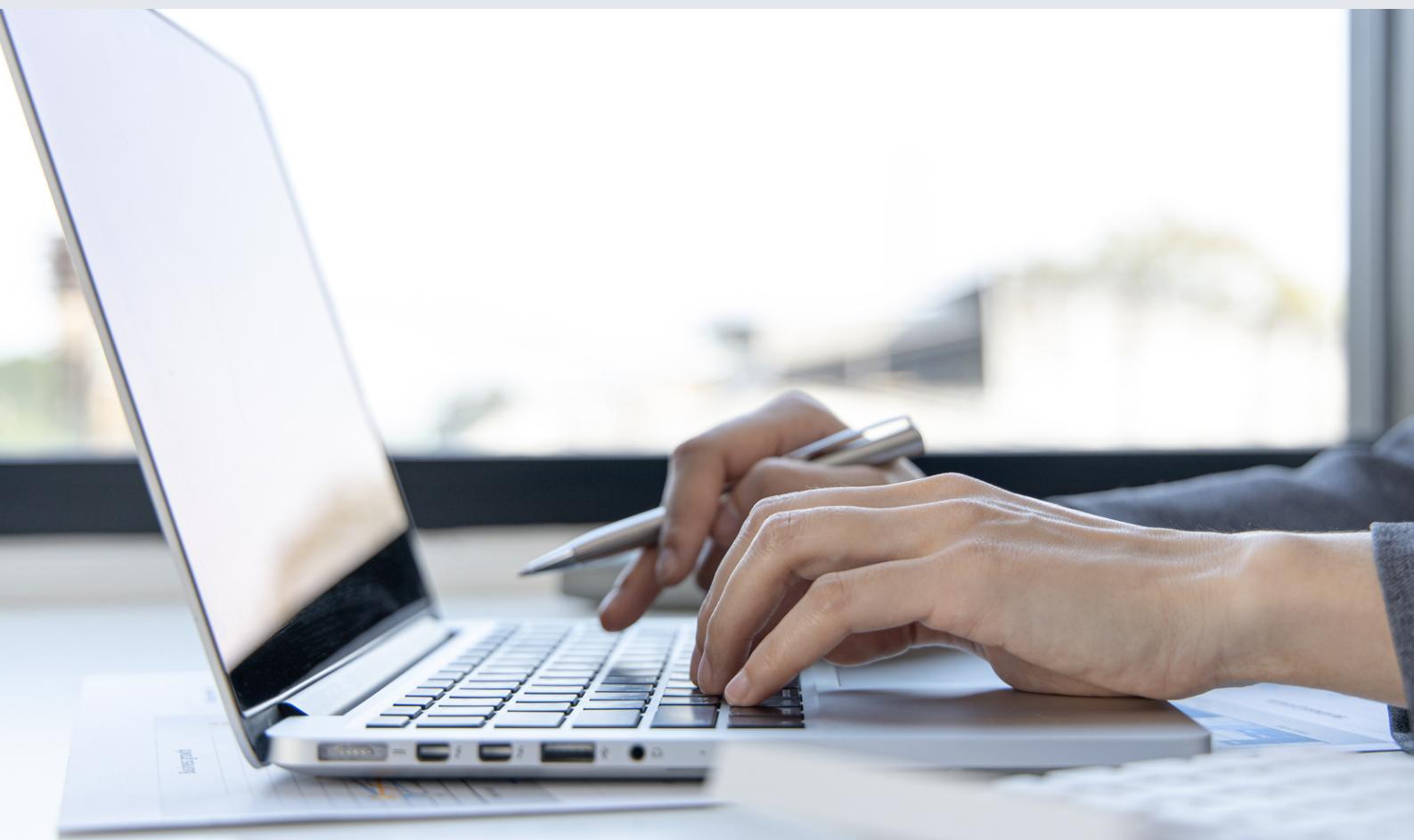
8. LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

Escolher a melhor localização para o negócio, de acordo com as necessidades locais, público alvo, e setor de atuação. Verificar custo, facilidade de acesso, proximidade com concorrentes, fluxo de pessoas na região e etc.

9. PLANO OPERACIONAL

- **Layout:** É a distribuição dos processos no espaço físico. É importante definir espaço para mercadoria, pessoas, móveis, equipamentos e etc. Assim a empresa alcança benefícios como produtividade, diminuição de desperdícios, facilidade em localização e comunicação.

- **Capacidade Produtiva:** Estimativa do quanto se pode produzir ou quantos clientes podem ser atendidos e recebidos no espaço, e se a estrutura é satisfatória, evitando faltas e desperdícios.
- **Processos Operacionais:** É a definição do funcionamento da empresa. Aqui deve ser pensado como cada etapa da produção ou serviço será efetivado, como será a venda, elaboração de determinado produto, por quem será realizado e etc.
- **Necessidade de Pessoal:** Estabelecimento da quantidade inicial de pessoas para o desenvolvimento das atividades e funcionamento do negócio.



10. PLANO FINANCEIRO

Determinar o investimento inicial para abertura e funcionamento da empresa. Esse investimento total é formado por: Investimento fixo, capital de giro e investimento pré-operacional.

- O **investimento fixo** corresponde a todos os bens que devem ser adquiridos para a empresa funcionar, como máquinas, móveis, ferramentas e etc. Também deve-se determinar as quantidades.
- **Capital de giro** é o total de recursos necessários para o funcionamento da empresa. Deve compreender o estoque inicial e caixa mínimo, que é necessário para movimentar o negócio, é o valor que a empresa precisa ter no caixa para cobrir custos até que através dos clientes tenha o retorno dos recursos.

11. INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

São os gastos realizados para que a empresa tenha capacidade de funcionar. São antes da abertura e funcionamento do negócio. Exemplos: Reformas e taxa de registro da empresa.



12. INVESTIMENTO TOTAL

É a soma de todos os investimentos até aqui necessários. Investimento fixo, capital de giro e investimentos pré-operacionais.

13. ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA

Nessa etapa é necessário estimar o faturamento mensal da empresa, baseado na sua especificação de produtos ou serviços, fazendo uma projeção da quantidade de vendas em um mês, levando em consideração seus potenciais clientes.

- **Estimativa de Custos de Comercialização:**

Aqui são calculados os gastos com impostos e comissões de representantes ou vendedores caso tenha. Para o cálculo, basta aplicar o percentual de imposto ou comissão pagos, sobre o total das vendas.



- **Estimativa de Custos com mão de obra**

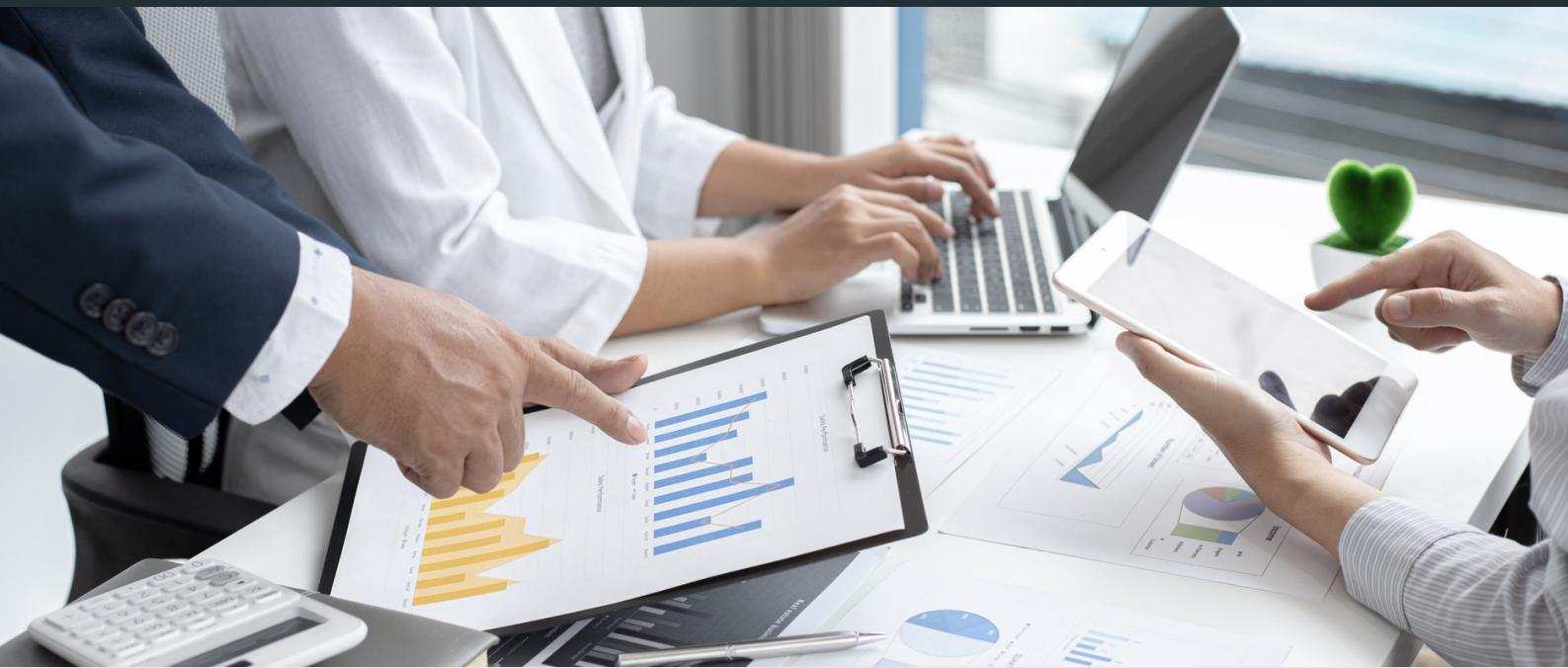
Deverá ser determinada a quantidade de pessoas contratadas para o funcionamento do negócio, e quanto cada um receberá. E aqui também cabe a consideração de encargos e obrigações trabalhistas (FGTS, 13º, INSS, horas extras, aviso prévio e etc).

14. RENTABILIDADE

É um indicador que mede o retorno do capital investido aos sócios. Calcula-se através da divisão do lucro líquido pelo investimento total, e deve ser comparada com índices praticados no mercado financeiro.

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





Conclusão

Entendemos que para o empreendedor que busca espaço no mercado, há uma palavra chave e que faz toda a diferença no sucesso do negócio: Planejamento. Sendo assim, o Plano de Negócio é item indispensável na hora dessa empreitada.

Além de trazer conhecimento prévio ao empresário sobre o mercado, pois não é possível fazê-lo sem um estudo específico, também minimiza e antecipa riscos que principalmente as pequenas e médias empresas, no período inicial, estão sujeitas.

No Brasil, a cada 10 novas empresas formalizadas, 7 sobrevivem após os 2 primeiros anos. As empresas de pequeno porte são fundamentais no desenvolvimento econômico do país e geram ao menos 50% dos empregos com carteira assinada.

Portanto, o plano de negócios permite que os empreendedores possam tomar decisões mais acertadas, devido a antecipação de riscos do mercado.



Referências

BIAGIO, L. A.; BATOCCHIO, A.. **Plano de negócios:** estratégia para micro e pequenas empresas. Barueri-SP: Manole, 2005.

IDEIAS DE NEGÓCIOS. **Mercearia.** Disponível em:
http://www.sebrae.com.br/setor/servicos/acesse/ideias-de-negocio/ideias-denegocio/ideias_negocio_pdf?id=6D271820F95BA49283257A31006DE414&uf=None&filename=mercearia&titulo=mercearia.

KOTLER, P. **Administração de Marketing.** 10^a edição. São Paulo. Prentice Hall. 2000.

SEBRAE/MG. **Ponto de partida para inicio de negócio.** Disponível em:
[http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/0/64f8a7efb9b61b1683256f5f005c2200/\\$FILE/NT000A1F16.pdf](http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/0/64f8a7efb9b61b1683256f5f005c2200/$FILE/NT000A1F16.pdf).

SEBRAE. WWW.SEBRAE.COM.BR

