



Fatec Ipiranga

Ailton Felix Vieira

Plano de Recursos Humanos II
D&E Consultoria

SÃO PAULO
2024

Ailton Felix Vieira

Plano de Recursos Humanos II
D&E Consultoria

Trabalho da disciplina Projeto de Recursos Humanos II – Plano de Negócio, do Curso de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos da FATEC - Faculdade de Tecnologia do Ipiranga “Pastor Enéas Tognini”.

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Di Bartolomeo.

SÃO PAULO
2024

SUMÁRIO

LISTA DE LAYOUT	7
LISTA DE FLUXOGRAMAS	8
LISTA DE QUADROS	9
LISTA DE TABELAS.....	10
1. SUMÁRIO EXECUTIVO	11
1.1 Resumo dos Principais Pontos do Plano de Negócio.	11
1.2 Dados dos empreendedores, experiências profissionais e atribuições.....	11
1.3 Dados do Empreendimento	12
1.3.1 Razão social.....	12
1.3.2 Nome fantasia.....	12
1.3.3 Logo marca	13
1.4 Missão, visão e valores	13
1.4.1 Missão:	13
1.4.2 Visão:	13
1.4.3 Valores:.....	14
1.5 Setor de atuação.....	15
1.6 Forma Jurídica	15
1.7 Enquadramento tributário	15
1.8 Capital Social	15
Quadro 6 – Participação Social	15
1.9 Fonte de recursos	15
2. ANÁLISE DE MERCADO.....	16
2.1 Estudo de clientes.....	16

2.1.1 Público-alvo	16
2.1.2 Comportamento dos Clientes.....	16
2.1.3 Área de abrangência	17
2.2. Estudo dos concorrentes	17
2.3 Estudo dos fornecedores	19
3. PLANO DE MARKETING	21
3.1 Descrição dos serviços	22
3.1.1 Treinamento de Equipe	22
3.1.2 Coaching	22
3.1.3 Desenvolvimento de liderança	22
3.1.4 Avaliação de desempenho.....	23
3.1.5 Desenvolvimento de habilidades técnicas	23
3.1.6 Treinamento de conformidade	23
3.1.7 Treinamento de atendimento ao cliente.....	23
3.1.8 Treinamento de diversidade e inclusão	23
3.1.9 Treinamento de habilidades de comunicação	23
3.2 Preço	24
3.2.1 Proposta de valor para empresas de 20 a 60 colaboradores.....	2
3.2.2 Proposta de valor para empresas de 61 a 120 colaboradores	25
3.2.3 Proposta de valor para empresas acima de 121 colaboradores	26
3.3 Estratégias Promocionais	27
3.4 Estrutura da comercialização	27
3.5 Localização do negócio.....	28

4. PLANO OPERACIONAL	29
4.1 Arranjo físico	30
4.1.1 Layout-Arranjo Físico	30
4.1.2 Descrição das áreas do layout e seus respectivos ocupantes	31
4.2 Capacidade produtiva dos serviços prestados	32
4.3 Processos operacionais das principais áreas	32
4.3.1 Fluxograma da Área Comercial	34
4.3.2 Fluxograma da Área de Marketing	34
4.4 Necessidade de Pessoal	35
4.4.1 Quadro de Funcionários e Organograma	37
5. PLANO FINANCEIRO	41
5.1 Estimativa dos Investimentos Fixos	41
5.2 Capital de Giro	42
5.3 Investimentos Pré-Operacionais	44
5.4 Investimento Total	45
5.5 Estimativa de Faturamento da Empresa	46
5.6 Estimativa de Custos de Comercialização	47
5.7 Estimativa dos Custos com Mão de Obra	50
5.8 Estimativa do Custo com Depreciação	51
5.9 Estimativa de Custos Fixos Operacionais Mensais	53
5.10 Demonstrativo de Resultados	53
5.11 Indicadores de Viabilidade	54
5.11.1 Ponto de Equilíbrio	54
5.11.2 Lucratividade	54
5.11.3 Rentabilidade	55

5.11.4 Prazo de Retorno do Investimento	55
6. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS	56
6.1 – TABELA DA PROJEÇÃO DE CENÁRIOS	56
6.2 ANÁLISE DOS POSSÍVEIS CENÁRIOS	58
6.2.1 ANÁLISE DO CENÁRIO PROVÁVEL.....	58
6.2.1 ANÁLISE DO CENÁRIO PESSIMISTA	59
6.2.1 ANÁLISE DO CENÁRIO OTIMISTA	60
7. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	62
7.1 Análise de SWOT	62
7.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA SWOT	63
7.2.1 Estratégias para Manter os Pontos Fortes	63
7.2.2 Estratégias para Reduzir os Pontos Fracos	65
7.2.3 Estratégias para Aproveitamento das Oportunidades	67
7.2.4 Estratégias para Eliminar ou Reduzir as Ameaças	68
8. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO.....	70

LISTA DE LAYOUT

Layout nº 1 – Arranjo físico	36
Layout nº 2 – Area de produção e planejamento	37
Layout nº 1 – Recepção, salas de reunião e banheiro.....	37

LISTA DE FLUXOGRAMAS

Fluxograma 1 – Fluxograma da área comercial 39

Fluxograma 2 – Fluxograma da área de marketing 39

LISTA DE QUADROS

Quadro nº 1 - Sócio nº 1	11
Quadro nº 2 - Sócio nº 2	11
Quadro nº 3 - Sócio nº 3	12
Quadro nº 4 - Sócio nº 4	12
Quadro nº 5 - Sócio nº 5	13
Quadro nº 6 - Participação Social	16
Quadro nº 7 - Preço Simples	27
Quadro nº 8 - Preço VIP	27
Quadro nº 9 - Preço Gold	28
Quadro nº 10 - Preço Simples	28
Quadro nº 11 - Preço VIP	28
Quadro nº 12 - Preço Gold	29
Quadro nº 13 - Preço Simples	29
Quadro nº 14 - Preço VIP	29
Quadro nº 15 - Preço Gold.....	29

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Estimativa dos investimentos fixos com máquinas e equipamentos.....	47
Tabela 2 - Estimativa dos investimentos fixos com móveis e utensílios.....	47
Tabela 3 - Estimativa de investimentos fixos com veículos	48
Tabela 4 - Total dos investimentos fixos	48
Tabela 5 - Cálculo do prazo médio de vendas (clientes)	49
Tabela 6 - Cálculo do prazo médio de vendas (fornecedores)	49
Tabela 7 - Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias	49
Tabela 8 - Caixa mínimo	50
Tabela 9 - Total dos investimentos pré-operacionais	50
Tabela 10 - Investimento total	51
Tabela 11 - Fontes de recursos	51
Tabela 12 - Projeção de cenários	61
Tabela 13 - Quadro de Análise SWOT	63

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1 Resumo dos Principais Pontos do Plano de Negócio.

Sumário Executivo: Descrever claramente os objetivos de longo prazo da empresa (visão) e o propósito fundamental que guia suas atividades (missão). Especificar quais serviços a empresa oferecerá, como treinamentos presenciais em sala de aula, workshops, treinamentos online, coaching individual, consultoria em desenvolvimento organizacional, entre outros.

Análise de Mercado: Realizar uma pesquisa detalhada sobre o mercado-alvo da empresa, identificando características demográficas, necessidades específicas de treinamento, comportamentos de compra e tendências de mercado. Também é importante analisar a concorrência para entender como a D&E se diferencia e quais são seus pontos fortes e fracos em comparação.

Plano de Marketing: Desenvolver um plano abrangente para promover os serviços da empresa e atrair clientes.

Plano Operacional: descreve os processos e procedimentos necessários para operar eficientemente a empresa. Ele inclui a definição de responsabilidades, a identificação de recursos necessários, o estabelecimento de metas operacionais, o desenvolvimento de cronogramas e a implementação de sistemas de controle para monitorar o desempenho.

Plano Financeiro: Prever as receitas e despesas esperadas ao longo de um período específico, geralmente de três a cinco anos. Isso inclui estimativas de vendas, custos operacionais, investimentos em marketing e desenvolvimento de negócios, além de projeções de lucro líquido e fluxo de caixa.

Construção de Cenários: Identificar e avaliar os principais riscos que a empresa pode enfrentar, como competição acirrada, mudanças na demanda do mercado, flutuações econômicas e questões regulatórias.

Avaliação Estratégica: Desenvolver um plano para expandir os negócios ao longo do tempo, seja aumentando a oferta de serviços, expandindo para

novos mercados geográficos ou segmentos de clientes, ou diversificando os produtos e serviços oferecidos.

Avaliação do Plano de Negócio: julgar a viabilidade do negócio de acordo com os dados obtidos das etapas anteriores e decidir a continuidade do negócio.

1.2 Dados dos empreendedores, experiências profissionais e atribuições.

Os consultores são um grupo de estudantes do curso Tecnólogo de Gestão de Recursos Humanos na Fatec Ipiranga que através de suas experiências e vivências formularam currículos a fim de suprir todas as necessidades de uma Consultoria de Treinamento & Desenvolvimento.

Quadro 1 - Sócio

Ailton Felix Vieira
Formando em Gestão de Recursos Humanos pelo Centro de Tecnologia do Centro Paula Souza, Fatec, possui experiência com atendimento ao cliente e atualmente é Assistente de Recursos Humanos do restaurante espanhol Paellas Pepe.
Responsável pelo setor operacional, onde realiza a ponte entre os clientes e a empresa, e mantendo o bom funcionamento da comunicação interna/ externa.

Fonte: Criado pelo autor

1.3 Dados do Empreendimento

1.3.1 Razão social

A nossa razão social será D&E - Treinamento e Desenvolvimento LTDA.

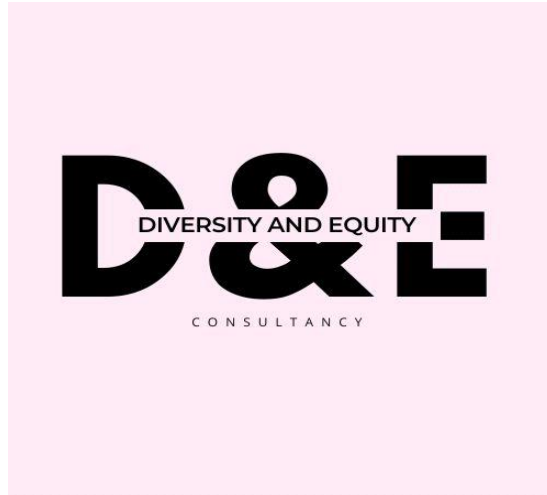
1.3.2 Nome fantasia

O nosso nome fantasia será D&E Consultoria de T&D

1.3.3 Logo marca

A empresa terá o logo conforme a imagem abaixo:

Imagem 1 - Logomarca



Fonte: Autor, 2024.

1.4 Missão, visão e valores

Os nossos clientes serão pessoas jurídicas, uma vez que o nosso negócio está focado em aplicar treinamentos em empresas. Dessa forma, criamos a missão, visão e valores da nossa empresa.

1.4.1 Missão:

Nossa missão é impulsionar o potencial humano dentro das empresas por meio de soluções abrangentes de treinamento e desenvolvimento. Estamos comprometidos em criar ambientes de aprendizado dinâmico e colaborativo, onde funcionários e equipes possam adquirir habilidades essenciais e alcançar níveis excepcionais de desempenho. Nosso objetivo é inspirar o crescimento profissional e promover o sucesso organizacional, capacitando as empresas com ferramentas e conhecimentos necessários para prosperar em um ambiente competitivo.

1.4.2 Visão:

Nossa visão é ser uma ponte entre aspirações e realizações, tornando-nos líderes reconhecidos em consultoria de treinamento e desenvolvimento.

Visualizamos um cenário em que nossa expertise não apenas transforma indivíduos e empresas, mas também molda uma cultura global de aprendizado contínuo, onde cada desafio é uma oportunidade de crescimento.

1.4.3 Valores:

Excelência: Comprometemo-nos com a excelência em tudo o que fazemos, buscando constantemente aprimorar nossas abordagens e entregar resultados de alta qualidade que superem as expectativas.

Inovação: Abraçamos a inovação como um avanço de progresso. Procuramos constantemente maneiras criativas e novas de desenvolver soluções de treinamento que sejam relevantes e eficazes para os desafios contemporâneos.

Colaboração: Acreditamos no poder da colaboração e da parceria. Trabalhamos em estreita colaboração com nossos clientes para entender suas necessidades únicas e cocriar soluções personalizadas que tragam resultados significativos.

Respeito: Valorizamos a diversidade de pensamento, experiência e origem. Tratamos todas as pessoas com respeito, empatia e igualdade, promovendo um ambiente inclusivo e acolhedor.

Desenvolvimento contínuo: Defendemos o aprendizado ao longo da vida. Estamos comprometidos em nossa própria evolução e crescimento, bem como em capacitar os outros para expandir constantemente seus horizontes e habilidades.

Ética: Atuamos com integridade, transparência e ética em todos os aspectos do nosso trabalho. Mantemos padrões elevados de conduta profissional e tomamos decisões fundamentadas em valores sólidos.

Impacto: Buscamos criar um impacto real e mensurável na vida das pessoas e no desempenho das organizações. Medimos nosso sucesso não apenas pelos números, mas também pelo progresso tangível por meio de nossos serviços.

1.5 Setor de atuação

Atuaremos com a prestação de serviços para empresas que em sua maioria são do setor de atendimento, uma vez que esse tipo de organização precisa de treinamentos constantes.

1.6 Forma Jurídica

A forma jurídica da empresa será limitada ou LTDA, uma vez que essa forma atenderá melhor os clientes e a gestão pelos próprios sócios, tenho em vista a sua simples estrutura e proteção em relação às partes financeiras.

1.7 Enquadramento tributário

Nosso enquadramento é o Simples Nacional, por trazer, vantagens na simplificação tributária, redução de carga tributária, unificação de impostos e redução de custos operacionais.

1.8 Capital Social

Quadro 6 – Participação Social

	SÓCIO	VALOR (R\$)	% DE PARTICIPAÇÃO
1	Ailton Felix Vieira	R\$ 100.000,00	100%
TOTAL		R\$ 100.000,00	100%

Fonte: Criado pelos autor

1.9 Fonte de recursos

Os recursos para instalação e estruturação dos recursos da empresa proverão do capital próprio do consultor, avaliado em R\$ 100.000,00 (cem mil reais), e a empresa pretende dobrar o seu capital em 1,5 anos, através de ações, divulgação e prestação dos serviços.

2. ANÁLISE DE MERCADO

A análise de mercado consistente basicamente em fazer estudos sobre o mercado externo, e isso engloba o estudo de clientes, concorrentes e fornecedores. Dessa forma, será possível ter uma visão um pouco mais aprofundada sobre as oportunidades, riscos e tendências que podem afetar o negócio.

2.1 Estudo de clientes

Para o estudo de clientes, iremos considerar as empresas que melhor se adequam ao nosso escopo e tipo de serviço, dessa forma, atenderemos nossos clientes com a melhor qualidade possível.

2.1.1 Público-alvo

As empresas que atendemos, em sua maioria são empresas voltadas para o atendimento, como, telemarketing predominantemente, oferecendo venda de serviços de entretenimento, produtos de uso pessoal e coletivo entre muitas outras coisas, com um quadro de colaboradores iniciando em 20 e podendo chegar a mais de 1000.

2.1.2 Comportamento dos Clientes

Entendendo que o nosso foco são empresas de atendimento, nesse sentido, esses tipos de organizações buscam características, como: quantidade e frequência de compra, locais de compra e preço pago por serviços semelhantes.

- a) Quantidade e frequência de compra: os clientes costumam adquirir serviços de Treinamento e Desenvolvimento (T&D) com base em suas necessidades específicas. Algumas empresas podem adquirir serviços de T&D apenas quando há uma necessidade específica, como treinamento de conformidade ou desenvolvimento de liderança.
- b) Locais de compra: os clientes podem adquirir serviços de T&D de várias fontes, incluindo consultorias de recursos humanos, treinadores independentes e plataformas online de aprendizado.

- c) Preço pago por serviços semelhantes: o preço pago por serviços de T&D pode variar amplamente com base na complexidade do treinamento, na duração, no formato (presencial ou *online*). Os clientes podem pagar uma ampla faixa de preços, desde custos mais acessíveis para treinamentos online até investimentos significativos em programas de desenvolvimento de liderança de alta qualidade.

2.1.3 Área de abrangência

Com o intuito de facilitar o atendimento, optamos por atender predominantemente empresas que estão localizadas na região metropolitana, por conta do fácil acesso e redução de custos com transporte e deslocamento.

2.2. Estudo dos concorrentes

Para um bom desenvolvimento do negócio, ao qual estamos investindo, é necessária uma análise criteriosa dos itens essenciais para o crescimento da organização, partindo por este lado, para criarmos uma proposta de valor naquilo que estamos oferecendo, manter um relacionamento com clientes, criarmos os recursos a serem utilizados para as atividades diárias e manter as principais parcerias, são necessários os melhores fornecedores do mercado para a criação da futura D&E consultoria. Será relacionado os custos mais essenciais para a criação da empresa, tendo em vista que para a criação da consultoria, é necessário entender quais custos esse negócio terá tanto nos recursos para manter a estrutura, quanto no que diz respeito aos recursos necessários para a prática das atividades. Para analisarmos qual o nosso preço de custo para a criação da consultoria, iremos analisar os principais custos desde o mais barato aos itens mais caros, como recursos tecnológicos, materiais, estrutura da empresa, localização. Assim fornecendo um serviço de qualidade para nossos clientes e parceiros.

Dito isso, realizamos uma pesquisa de mercado para verificar o que os nossos concorrentes oferecem e qual seu papel de atuação nesse nicho de mercado (vide a próxima página).

Tabela 1 – Possíveis

	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes	Garantias
D&E	Prezamos pela excelência de nossos produtos, unindo o diferenciado ao necessário dentro das organizações	Entre R\$450,00 ~ R\$900,00 mensais	Boleto Bancário enviado no representante de contas e responsável da implantação (RH)	Alameda Rio Negro, 505 - Alphaville, Barueri	Telefone: (11) 3388-1152 E-mail: contato@dee.com.br	A empresa traz soluções diferenciadas no que se diz Treinamento e Desenvolvimento, abordando temas em alta e soluções diversificadas de acordo com a realidade das empresas	Possui uma gama de serviços pós-venda, sendo implantação, diagnósticos, e assistência 24H através de nosso Portal do Cliente
Nexxos	De acordo com clientes, a empresa possui um portfólio de produtos de boa qualidade, assim sendo um forte concorrente	Entre R\$800,00 ~ R\$1.500,00 mensais	Boleto Bancário enviado no representante de contas e responsável da implantação (RH)	Avenida Paulista, 171 - 4º Andar - Bela Vista, São Paulo	Telefone: (11)3090-011 E-mail: contato@nexxos.com.br	A empresa oferece produtos voltados a criação de conteúdo para treinamento para seus clientes, e oferece suporte em Endomarketing e Comunicação Visual.	Empresa conta com um pós-venda excelente, possuindo assistência em tempo real para seus clientes através do contato telefônico e e-mail.
Sólides	De acordo com clientes, a empresa além de possuir produtos interessantes, detém uma plataforma interativa de fácil utilização.	Entre R\$1.000,00 ~ R\$1.800,00 mensais	Boleto Bancário enviado no representante de contas e responsável da implantação (RH)	Rua Tomé de Souza, 845 - Belo Horizonte, Minas Gerais	Telefone: (31)3262-3464 Email: Imprensa@solides.com.br	A empresa possui uma gama de produtos bem interessantes, atendendo a todos os subsistemas do RH, de forma eficiente e concisa, porém não aprofundando nos produtos oferecidos, ou seja, visa trazer soluções para rotinas gerais.	Empresa conta com um pós-venda excelente, possuindo assistência em tempo real para seus clientes através do contato telefônico e e-mail.

Fonte: Autor, 2024.

A D&E consultoria terá como diferencial serviços personalizados de acordo com a necessidade do cliente, contaremos com uma equipe especializada, para propor o melhor desempenho e lucratividade para a organização.

Acreditamos que cada pessoa tem o seu diferencial, e seu potencial para fortalecer a equipe e trilhar o mesmo objetivo, e através da nossa consultoria buscamos desenvolver de acordo com cada perfil o seu crescimento. O nosso foco será levar a inovação, pois acreditamos que é algo que agregar valor à empresa, a construção do conhecimento para alcançar os melhores resultados, e assim auxiliar de forma efetiva o desenvolvimento da organização.

2.3 Estudo dos fornecedores

Abaixo temos a relação pesquisa e as opções para nossos possíveis fornecedores:

Tabela 2- Fornecedores

Descrição do Item	Nome do Fornecedor	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega
Office 365 2022	Microsoft	R\$ 614,00	Cartão Corporativo	Imediato
Notebook Dell Inspiron 15 3000	Dell	R\$ 7.600,00	Cartão Corporativo	3 dias úteis
Notebook Le novo IdeaPad 3i	Lenovo	R\$ 5.400,00	Cartão Corporativo	4 dias úteis
Notebook Asus M515DA	Asus	R\$ 6.500,00	Cartão Corporativo	3 dias úteis
Plano Vivo Fibra+ Ligações 400MB	VIVO	R\$ 800,00	Cartão Corporativo	7 dias úteis
Plano de internet corporativa Claro	Claro	R\$ 900,00	Cartão Corporativo	7 dias úteis
Plano internet corporativa Tim	Claro	R\$ 750,00	Cartão Corporativo	5 dias úteis

Cadeiras de Escritorio	Prizi	R\$ 700,00	Cartão Corporativo	5 dias úteis
Cadeiras de Escritorio	MeshTok	R\$ 1.800,00	Cartão Corporativo	5 dias úteis
Cadeiras de Escritorio	JustHome	R\$ 1.600,00	Cartão Corporativo	6 dias úteis
Mesas de Escritório	Politorno	R\$ 3.500,00	Cartão Corporativo	7 dias úteis
Mesas de Escritório	Artemis	R\$ 3.400,00	Cartão Corporativo	5 dias úteis
Mesas de Escritório	Netmobil	R\$ 3.380,00	Cartão Corporativo	6 dias úteis
Telefone Sem Fio	Intelbras	R\$ 800,00	Cartão Corporativo	5 dias úteis

Fonte: criado pelo autor

Com base na tabela de fornecedores acima se torna possível e viável a compra de matérias-primas com pelo menos três opções de fornecedores para cada tipo de produto.

Todos os fornecedores asseguraram que possuem todos os produtos necessários em estoque e que podem entregar os mesmo de acordo com o prazo estipulado.

Dessa forma, com base em análises feitas pelos membros da empresa, o melhor conjunto de opções para comprar os equipamentos visando o custo-benefício, qualidade e prazo de entrega, seriam:

Tabela 3 - Fornecedores escolhidos

Descrição do Item	Nome do Fornecedor	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega
-------------------	--------------------	-------	------------------------	------------------

Office 365 2022	Microsoft	R\$ 614,00	Cartão Corporativo	Imediato
Notebook Lenovo IdeaPad 3i	Lenovo	R\$ 5.400,00	Cartão Corporativo	4 dias úteis
Plano internet coorporativa TIM	Claro	R\$ 750,00	Cartão Corporativo	5 dias úteis
Cadeiras de Escritorio	Prizi	R\$ 700,00	Cartão Corporativo	5 dias úteis
Mesas de Escritório	Artemis	R\$ 3.400,00	Cartão Corporativo	5 dias úteis
Telefone Sem Fio	Intelbras	R\$ 800,00	Cartão Corporativo	5 dias úteis

Fonte: criado pelo autor

Dessa forma, optando pela escolha dos produtos acima, o nosso gasto total seria cerca de R\$ 11.664,00.

3. PLANO DE MARKETING

A D&E terá no seu plano de marketing ações estratégicas, visando alcançar os objetivos propostos e colaborar para o crescimento da empresa atuando no mercado de consultoria especializada em treinamento e desenvolvimento de pessoas.

3.1 Descrição dos serviços

Nosso objetivo será impulsionar o desenvolvimento profissional e alavancar as chances de crescimento na área, proporcionando a capacitação de acordo com a necessidade do mercado/empresa, buscando desenvolver habilidades técnicas e comportamentais, associado com o planejamento de carreiras, e assim a partir de nossa consultoria, ampliar a vantagem competitiva do trabalhador diante do mercado.

Os principais serviços que ofereceremos, serão treinamento presencial e online, coaching, desenvolvimento de liderança, avaliação de desempenho, desenvolvimento de habilidades técnicas, treinamento de conformidade, treinamento de atendimento ao cliente, treinamento de diversidade e inclusão e treinamento de habilidades de comunicação, voltados para profissionais de micros, médios e grandes empresas, abaixo descreveremos os nossos principais produtos e o nosso público-alvo.

3.1.1 Treinamento de Equipe

Voltada para a evolução do time como um todo, em termos de habilidade, conhecimento e comunicação, para as organizações que buscam impulsionar a produtividade de seus funcionários, nosso treinamento de equipe podem capacitá-las para melhorar suas práticas conforme o enfoque que for dado, oferecendo o *treinamento de forma presencial e on-line*.

3.1.2 Coaching

Buscamos desenvolver as competências emocionais, psicológicas e comportamentais da equipe com foco no atingimento de metas e objetivos, buscando assim resultados para a empresa.

3.1.3 Desenvolvimento de liderança

Desenvolvido para aprimorar e desenvolver habilidades e trocar conhecimento, além de todo o conteúdo e aparato técnico disponível em um treinamento de liderança, esse é o momento de os gestores trocarem experiências com os demais líderes da empresa e trilhar o mesmo objetivo para alcançar os melhores resultados.

3.1.4 Avaliação de desempenho

Desenvolvido para avaliar o desempenho e fazer uma análise estruturada do desempenho individual do colaborador em um dado período, tem como objetivo melhorar o desempenho da empresa por meio da melhoria do desempenho dos colaboradores.

3.1.5 Desenvolvimento de habilidades técnicas

Busca desenvolver as competências de cada indivíduo e adquirir o conhecimento e dominar as habilidades necessárias para desempenhar o seu papel, seja para sua função atual ou para um cargo que ele espera ocupar no futuro.

3.1.6 Treinamento de conformidade

Este treinamento busca alinhar às leis, normas e padrões indispensáveis para alcançar a qualidade na organização.

3.1.7 Treinamento de atendimento ao cliente

O objetivo deste treinamento é preparar os profissionais da área para lidarem com clientes de maneira assertiva e atenciosa, buscando contribuir para a melhoria contínua desses profissionais e do atendimento oferecido aos clientes da empresa.

3.1.8 Treinamento de diversidade e inclusão

Este treinamento foi desenvolvido para educar e preparar a equipe para lidar com pessoas diferentes, e abordar as diferentes características presentes nos grupos de pessoas que fazem parte de uma organização.

3.1.9 Treinamento de habilidades de comunicação

Busca desenvolver de forma individual a habilidade de comunicação é a capacidade de transmitir ideias, pensamentos e informações de forma clara e eficaz a outras pessoas, desta maneira proporcionamos treinamentos a diversos públicos que fará com que seja atrativo a nossa consultoria para o mercado.

3.2 Preço

Ofereceremos três tipos de planos denominados como simples, *vip* e *gold*, para cada tipo de plano contamos com benefícios exclusivos e diferenciados, buscando atender a necessidade do cliente, contaremos com assinaturas, mensal, semestral e anual, tendo em vista oferecer o melhor serviço levando qualidade e custo-benefício. Para se chegar nos valores foi levado em consideração a qualidade e os custos que englobam nossos serviços, nossa proposta de valor é voltada para empresas de pequeno, médio e grande porte desta forma, segue abaixo os principais planos e valores.

3.2.1 Proposta de valor para empresas de 20 a 60 colaboradores

Quadro 7 - Preço – Simples

Plano de assinatura simples	Forma de pagamento	Valor
Mensal	1 parcela	89,99
Semestral	6 parcelas	59,99
Anual	12 parcelas	39,99
Formas de pagamento		
Cartão de Crédito e Débito, PIX e Boleto Bancário.		

Fonte: Autor, 2024

Quadro 8 - Preço – Vip

Plano de assinatura vip	Forma de pagamento	Valor
Mensal	1 parcela	109,99
Semestral	6 parcelas	79,99
Anual	12 parcelas	49,99
Formas de pagamento		
Cartão de Crédito e Débito, PIX e Boleto Bancário.		

Fonte: Autor, 2024

Quadro 9 - Preço – Gold

Plano de assinatura gold	Forma de pagamento	Valor
Mensal	1 parcela	159,99
Semestral	6 parcelas	99,99
Anual	12 parcelas	69,99
Formas de pagamento		
Cartão de Crédito e Débito, PIX e Boleto Bancário.		

Fonte: Autor, 2024

3.2.2 Proposta de valor para empresas de 61 a 120 colaboradores

Quadro 10 - Preço – Simples

Plano de assinatura simples	Forma de pagamento	Valor
Mensal	1 parcela	79,99
Semestral	6 parcelas	49,99
Anual	12 parcelas	29,99
Formas de pagamento		
Cartão de Crédito e Débito, PIX e Boleto Bancário.		

Fonte: Autor, 2024

Quadro 11 - Preço – Vip

Plano de assinatura vip	Forma de pagamento	Valor
Mensal	1 parcela	99,99
Semestral	6 parcelas	69,99
Anual	12 parcelas	39,99
Formas de pagamento		
Cartão de Crédito e Débito, PIX e Boleto Bancário.		

Fonte: Autor, 2024

Quadro 12 - Preço – Gold

Plano de assinatura gold	Forma de pagamento	Valor
Mensal	1 parcela	139,99

Semestral	6 parcelas	89,99
Anual	12 parcelas	59,99
Formas de pagamento		
Cartão de Crédito e Débito, PIX e Boleto Bancário.		

Fonte: Autor, 2024

3.2.3 Proposta de valor para empresas acima de 121 colaboradores

Quadro 13 - Preço – Simplex

Plano de assinatura simplex	Forma de pagamento	Valor
Mensal	1 parcela	59,99
Semestral	6 parcelas	29,99
Anual	12 parcelas	19,99
Formas de pagamento		
Cartão de Crédito e Débito, PIX e Boleto Bancário.		

Fonte: Autor, 2024

Quadro 14 - Preço – Vip

Plano de assinatura vip	Forma de pagamento	Valor
Mensal	1 parcela	49,99
Semestral	6 parcelas	39,99
Anual	12 parcelas	29,99
Formas de pagamento		
Cartão de Crédito e Débito, PIX e Boleto Bancário.		

Fonte: Autor, 2024

Quadro 15 - Preço – Gold

Plano de assinatura gold	Forma de pagamento	Valor
Mensal	1 parcela	109,99
Semestral	6 parcelas	69,99
Anual	12 parcelas	49,99

Formas de pagamento
Cartão de Crédito e Débito, PIX e Boletão Bancário.

Fonte: Autor, 2024

3.3 Estratégias Promocionais

Não se vende, sem boas estratégias de marketing desta forma a D&E consultoria colocará em prática soluções personalizadas para o negócio visando atender as necessidades do público-alvo para captar o máximo de clientes dispostos a investir em nossos produtos, o nosso principal meio de divulgação será exclusivamente via internet, pois acreditamos que as mídias sociais possuem um grande potencial para alcançar o máximo de pessoas, se tornando o meio mais eficiente e de melhor custo-benefício para a consultoria.

Para o primeiro contato com o nosso futuro cliente, utilizaremos um site próprio da empresa tendo em vista que através deste o cliente possa conhecer nossos serviços, cartões de visita e panfleto divulgando em pontos estratégicos como grandes centros comerciais, firmar parcerias com rádios locais divulgando nossos principais serviços na programação e através das redes sociais, *Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok*, atuar por intermédio de anúncios impulsionando a atenção através de conteúdos visuais que chamem atenção do olhar do público e assim fazer o uso da internet como ferramenta ágil para um primeiro contato.

Utilizaremos como forma de captar o maior número de clientes, promoções relâmpagos, cupons promocionais, brindes, desconto a vista, e upgrade de planos, desta forma despertamos a curiosidade do cliente e assim fechar possíveis contratos

Para o período pós-contratação dos nossos serviços, e para sanar possíveis dúvidas, os clientes poderão efetuar contato através do nosso site, telefone, WhatsApp e e-mail, disponível em horário comercial, além de disponibilizamos um consultor para ir até a empresa sempre que necessário.

3.4 Estrutura da comercialização

A divulgação e comércio da D&E ocorrerá principalmente por meio de vendedores internos e divulgação dos serviços nos meios de comunicação da empresa (site e redes sociais).

Os vendedores internos, serão treinados para ter todo o conhecimento necessário e ficarão responsáveis por encontrar e contatar clientes externos/empresas que trabalham com as áreas que estão dentro do nosso escopo de treinamento, onde cada vendedor irá realizar a divulgação dos serviços da organização e disponibilizar os contatos comerciais da empresa.

Os clientes poderão contatar a D&E por diversas formas, sendo elas: telefone do vendedor, telefone da central de relacionamentos, telefone da recepção e e-mail da equipe de vendas.

A empresa também contará com um website que disponibilizará:

- História da empresa
- Missão, visão e valores
- Informações sobre os treinamentos (planos, valores, conteúdos abordados)
- Contatos do time da empresa (e-mail e telefone)

Além disso, a organização terá páginas no *LinkedIn* onde serão disponibilizados posts periódicos com os conteúdos informações sobre cada tipo de treinamentos e vídeos curtos como o objetivo de mostrar a didática e estrutura da empresa nos treinamentos.

3.5 Localização do negócio

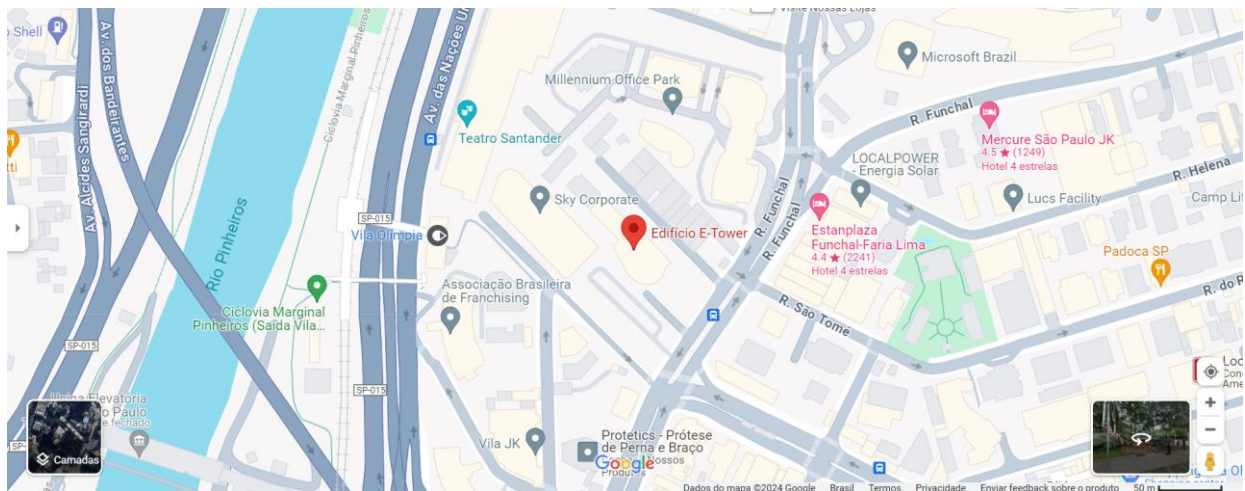
O escritório da D&E será construído próximo à estação Vila Olímpia para melhor prestação de serviços aos nossos clientes, que em sua maioria são empresas alocadas na região metropolitana. Essa localização foi escolhida por conta de ficar próxima a estação de trem e rodovias, o que irá facilitar bastante o deslocamento dos vendedores e instrutores de treinamento.

Informações detalhadas sobre endereço e locação do escritório

Endereço detalhado do escritório da D&E na Vila Olímpia:

Endereço

Rua Funchal, 419 - Complemento: Edifício E-Tower, 6º e 7º andar, CEP: 04551-060		
Bairro	Cidade	Estado
Vila Olímpia	São Paulo	São Paulo



Fonte: Google 2024.Região Vila Olímpia. Google Maps

Serão alocados dois andares (6º e 7º), onde o 6º andar alocará toda a parte de relacionamento de vendas, incluindo recepção, salas de reunião com clientes e salas para as subáreas de cada vendedor. Por outro lado, o 7º andar contará com toda a equipe de *backoffice*, que inclui RH, marketing, finanças, jurídico, comunicação e diretoria.

Para alocação dessa área, será cobrado o valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) por mês, onde esse valor poderá ser ajustado anualmente. Além disso, o aluguel deve ser pago em boleto ou depósito bancário até o 10º dia útil de cada mês.

4. PLANO OPERACIONAL

O plano operacional da empresa D&E delinea as atividades essenciais para alcançar seus objetivos comerciais. Ele inclui detalhes sobre a estrutura

organizacional, processos de produção, logística, recursos humanos e tecnologia utilizada. Além disso, aborda questões de qualidade, saúde e segurança, bem como orçamento operacional e indicadores de desempenho. Este plano é fundamental para garantir que a D&E opere de forma eficiente, entregando produtos e serviços de alta qualidade aos clientes enquanto mantém a rentabilidade e a conformidade com os padrões regulatórios.

4.1 Arranjo físico

Para o projeto de nosso layout físico, foi utilizado o software de produção *Mooble.com*, um site especializado em criação e desenvolvimento de plantas comerciais e residenciais. Devido à falta de conhecimento estrutural e engenharia, o modelo apresentado poderá sofrer adequações futuras para o espaço disponível, devendo ser considerado apenas como um protótipo do futuro ambiente.

4.1.1 Layout-Arranjo Físico

Layout 1 - Hall



Fonte: Autor (2024)

Layout 2 - área de produção planejamento



Fonte: Autor (2024)

Layout 3 - Recepção, salas de reunião e banheiro



Fonte: Autor (2024)

4.1.2 Descrição das áreas do layout e seus respectivos ocupantes

Começamos pelo hall de entrada, onde o cliente entra e se depara com a recepção, máquina de café e assentos para aguardar o atendimento, onde será direcionado para a sala de reunião um ou dois, ambas ocupadas por nossos consultores e ao final do corredor um banheiro unissex de uso comum, na porta a

esquerda fica a sala de produção e planejamento, onde fica o CEO da empresa e alguns gerentes para discutir ações estratégicas para o futuro.

4.2 Capacidade produtiva dos serviços prestados

Tendo em base o tamanho do escritório da empresa e a quantidade de funcionários, a companhia buscará atender inicialmente a clientes menores e com poucas demandas para não impactar o negócio. Com o passar do tempo, desenvolvimento e crescimento da organização, será investido uma maior quantidade de serviços e colaboradores com o intuito de atender a clientes de médio e grande porte.

Além disso, por conta da sazonalidade e mudanças que podem ocorrer no mercado e que podem diminuir a quantidade de clientes, a empresa irá priorizar os clientes que mais estão colaborando com o crescimento do negócio.

4.3 Processos operacionais das principais áreas

As áreas operacionais de uma empresa formam o núcleo pulsante de suas atividades diárias, sendo responsáveis por garantir que os processos fluam eficientemente e que os objetivos organizacionais sejam alcançados.

Neste contexto, exploraremos as principais áreas operacionais de uma empresa e sua importância estratégica. Analisaremos como essas áreas trabalham em conjunto para promover a eficiência, a qualidade e a competitividade, bem como suas interações e interdependências.

- **Vendas e Marketing:** Encarregada de promover e vender produtos ou serviços, o que inclui atividades como pesquisa de mercado, publicidade, vendas diretas e gestão de relacionamento com clientes.
- **Recursos Humanos:** Foca na gestão de pessoal, abrangendo recrutamento, seleção, treinamento, remuneração, benefícios e políticas de RH.
- **Finanças e Contabilidade:** Lida com a gestão financeira da empresa, incluindo contabilidade, orçamento, controle de custos, gestão de caixa e finanças corporativas.

- **Administração/Gestão:** Responsável pela supervisão e coordenação geral das operações, garantindo que todas as áreas estejam alinhadas com os objetivos da empresa.
- **Tecnologia da Informação (TI):** Gerencia a infraestrutura de tecnologia, sistemas de informação, redes, desenvolvimento de software e segurança da informação.
- **Jurídico/Compliance:** Lida com questões legais e regulatórias, assegurando que a empresa esteja em conformidade com as leis e regulamentos aplicáveis.
- **Logística/Supply Chain:** Responsável pela gestão de inventário, distribuição, transporte e armazenamento de produtos.
- **Atendimento ao Cliente/Suporte:** Encarregada de lidar com as necessidades e preocupações dos clientes, oferecendo suporte e resolvendo problemas.
- **Pesquisa e Desenvolvimento (P&D):** Concentra-se na inovação e no desenvolvimento de novos produtos, processos ou tecnologias.

Cada uma dessas áreas desempenha um papel fundamental no funcionamento eficaz de uma empresa. Elas geralmente colaboram entre si para atingir os objetivos organizacionais. O sucesso de uma empresa depende da eficiência e integração desses processos operacionais.

4.3.1 Fluxograma da Área Comercial



Fontes: Autores (2024)

4.3.2 Fluxograma da Área de Marketing



Fonte: Autor(2024)

4.4 Necessidade de Pessoal

A necessidade de pessoal dentro de uma empresa é crucial para o seu funcionamento eficiente e para o alcance de seus objetivos estratégicos. Os funcionários são os principais impulsionadores das operações diárias, trazendo habilidades, conhecimentos e experiências essenciais para diversas funções. Desde a linha de frente até a gestão, cada membro da equipe desempenha um papel vital na consecução das metas da empresa.

Além disso, a necessidade de pessoal também está ligada à capacidade da empresa de se adaptar às demandas do mercado. Uma equipe talentosa e diversificada pode trazer perspectivas inovadoras e soluções criativas para os desafios enfrentados pela empresa. Através do recrutamento cuidadoso, treinamento contínuo e desenvolvimento profissional, as empresas podem construir uma força de trabalho sólida e adaptável, pronta para enfrentar os desafios em constante mudança do ambiente empresarial. Abaixo segue responsabilidades de cada cargo dentro da empresa:

Diretoria Executiva:

CEO ou Diretor Geral: Responsável pela liderança e visão estratégica da empresa.

Diretores de Departamento (por exemplo, Diretor de Operações, Diretor Comercial, Diretor de Desenvolvimento etc.): Responsáveis por áreas-chave da empresa.

Departamento de Operações:

Gerente de Operações: Supervisiona as operações diárias, incluindo logística e execução de treinamentos.

Coordenadores de Treinamento: Responsáveis pela coordenação e logística dos treinamentos.

Departamento Comercial e Marketing:

Gerente Comercial: Supervisiona as atividades de vendas e relacionamento com clientes.

Gerente de Marketing: Responsável pelas estratégias de marketing e geração de leads.

Equipe de Vendas: Profissionais encarregados de fechar contratos e parcerias.

Equipe de Marketing: Cuida das atividades de marketing, incluindo conteúdo, mídias sociais, e campanhas.

Departamento de Desenvolvimento de Conteúdo e Instrutores:

Gerente de Desenvolvimento de Conteúdo: Responsável pela criação e atualização dos materiais de treinamento.

Instrutores/Tutores: Profissionais especializados encarregados de ministrar os treinamentos.

Departamento Financeiro e Administrativo:

Diretor Financeiro: Responsável pela gestão financeira e contabilidade da empresa.

Contabilidade e Finanças: Equipe responsável pela gestão de contas, orçamentos e finanças em geral.

Recursos Humanos: Gerencia questões de pessoal, recrutamento e gestão de RH.

Departamento de Tecnologia da Informação (TI):

Diretoria de TI: Responsável pela infraestrutura e sistemas de informação.

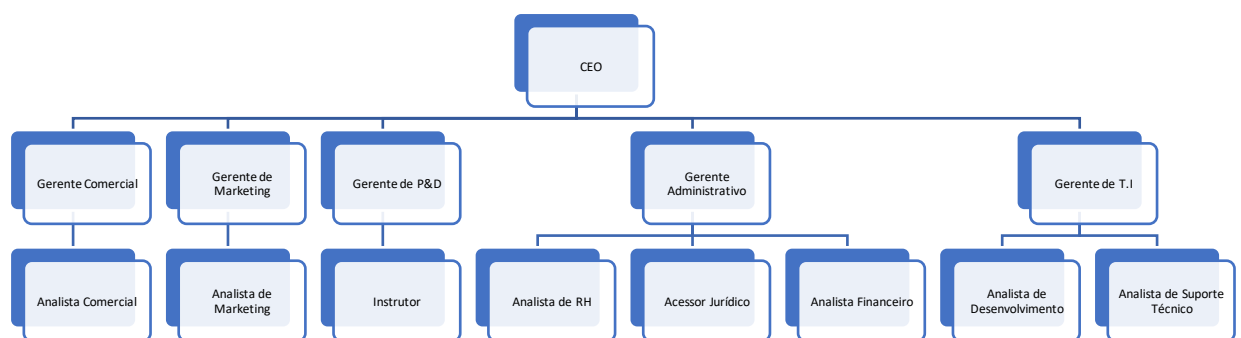
Equipe de Desenvolvimento de Software e Suporte Técnico: Encarregados de desenvolver e manter sistemas e oferecer suporte técnico.

Departamento Jurídico e de Compliance:

Advogado/Assessor Jurídico: Lida com questões legais, contratos e conformidade regulatória.

4.4.1 Quadro de Funcionários e Organograma

Figura: Organograma da D&E



Fonte: Autores (2024)

CEO:

Função: É o líder máximo de uma empresa, responsável pela tomada de decisões estratégicas e pela implementação da visão da organização. Suas principais responsabilidades incluem definir a direção da empresa, representá-la perante stakeholders e supervisionar a equipe de gestão.

Qualificações: experiência em liderança, visão estratégica e habilidades de comunicação. O CEO desempenha um papel crucial no sucesso e desempenho da empresa.

Gerente Comercial:

Função: Liderar e coordenar as atividades de vendas da empresa, definindo estratégias e gerenciando a equipe de vendas.

Qualificações: Experiência em liderança na área comercial, habilidades de comunicação e negociação, visão estratégica.

Gerente de Marketing:

Função: Desenvolver e implementar estratégias de marketing para promover a marca e os produtos da empresa, supervisionando as atividades de marketing.

Qualificações: Experiência em liderança na área de marketing, conhecimento em estratégias de marketing, habilidades analíticas, visão estratégica.

Gerente de P&D:

Função: Lidera a equipe responsável pela inovação e desenvolvimento de produtos ou tecnologias. Suas responsabilidades incluem supervisionar projetos de pesquisa, definir estratégias de inovação e gerenciar recursos.

Qualificações: Experiência em liderança na área de P&D, conhecimento técnico especializado e habilidades de gestão de projetos. O papel do Gerente de P&D é crucial para impulsionar a inovação e o crescimento da empresa.

Gerente Administrativo:

Função: Supervisiona atividades administrativas e operacionais, garantindo eficiência e conformidade com políticas. Suas responsabilidades incluem gestão de equipe, desenvolvimento de políticas e coordenação de operações.

Qualificações: Qualificações necessárias incluem experiência em gestão, conhecimento em procedimentos administrativos e habilidades de liderança.

Gerente de T.I.:

Função: Lidera a equipe de TI e gerencia a infraestrutura e sistemas de informação da empresa. Suas responsabilidades incluem planejar estratégias de TI, garantir segurança da informação e gerenciar recursos.

Qualificações: Experiência em liderança na área de TI, conhecimento técnico em sistemas e habilidades de gestão de equipes.

Analista Comercial:

Função: Suportar as atividades de vendas e auxiliar na execução das estratégias comerciais da empresa, incluindo análise de mercado, geração de leads e suporte à equipe de vendas

Qualificações: Formação em Administração, Marketing ou áreas relacionadas; Conhecimento em técnicas de vendas e negociação; Habilidades analíticas para avaliar o desempenho de vendas; boas habilidades de comunicação e relacionamento interpessoal.

Analista de Marketing:

Função: Colaborar na criação e execução de estratégias de marketing, incluindo campanhas publicitárias, marketing de conteúdo e gestão das redes sociais.

Qualificações: Graduação em Marketing, Comunicação ou áreas afins; Conhecimento em estratégias de marketing digital e tradicional; Habilidades em análise de dados e métricas de marketing; Capacidade criativa e boa escrita.

Analista de Recursos Humanos:

Função: Participar em processos de recrutamento, seleção e treinamento de pessoal, além de apoiar em questões relacionadas a benefícios e políticas de RH.

Qualificações: Formação em Recursos Humanos, Administração ou Psicologia; Conhecimento em processos de recrutamento e seleção; Habilidades de comunicação e relacionamento interpessoal; Familiaridade com legislação trabalhista.

Assessor Jurídico:

Função: Prestar suporte jurídico à empresa, revisar contratos, oferecer orientação legal e garantir que a empresa esteja em conformidade com leis e regulamentações.

Qualificações: Graduação em Direito e registro na OAB; Experiência em assessoria jurídica empresarial; Conhecimento da legislação aplicável ao setor da empresa; Habilidades analíticas e capacidade de interpretação jurídica.

Analista Financeiro:

Função: Auxiliar na gestão financeira da empresa, incluindo elaboração de relatórios, análise de orçamentos, controle de custos e gestão de fluxo de caixa.

Qualificações: Graduação em Finanças, Contabilidade ou áreas correlatas; Conhecimento em contabilidade e finanças corporativas; Habilidades avançadas em Excel e software de gestão financeira; Capacidade analítica e de planejamento financeiro.

Analista de Desenvolvimento:

Função: Trabalhar no desenvolvimento de novos produtos, processos ou tecnologias, colaborando com equipes multidisciplinares na concepção e implementação de soluções inovadoras.

Qualificações: Formação em Engenharia, Ciência da Computação ou áreas relacionadas; Experiência em desenvolvimento de software ou produto; Conhecimento em linguagens de programação e tecnologias relevantes; Habilidades de resolução de problemas e inovação.

Analista de Suporte Técnico:

Função: Prestar suporte técnico aos usuários internos ou clientes da empresa, solucionando problemas e oferecendo orientação sobre o uso de sistemas e tecnologias.

Qualificações: Formação em Tecnologia da Informação ou áreas correlatas; Experiência em suporte técnico ou *help-desk*; Conhecimento em sistemas operacionais e software de suporte; boas habilidades de comunicação e resolução de problemas.

5. PLANO FINANCEIRO

O plano ou planejamento financeiro consiste em determinar diversas formas de estimativas, capital de giro, formas de investimentos, demonstrativos de resultados, indicadores, lucratividade e rentabilidade. Em outras palavras, pode se dizer que é uma forma de construir e simular projeções de receitas e gastos, e analisar a viabilidade econômica do projeto ou empresa.

5.1 Estimativa dos Investimentos Fixos

A estimativa dos investimentos fixos, serve para detalhar e evidenciar todos os tipos de bens materiais e gastos com máquinas, móveis, utensílios, ferramentas, veículos ou qualquer outro tipo de material.

O levantamento dos valores e quantidades de cada bem, foi realizado com base na estrutura do escritório e para os 15 funcionários da empresa. Dessa forma, foram construídas tabelas que irão mostrar os valores relacionados a empresa D&E:

Tabela 1 - Estimativa dos investimentos fixos com máquinas e equipamentos

	Descrição	Quantid ade	Valor Unitário	Total
1	Notebook Lenovo IdeaPad 3i	14	R\$5,400 .00	R\$75,60 0.00
2	Celulares	14	R\$700.0 0	R\$9,800. 00
3	Telefones	1	R\$3,400 .00	R\$3,400. 00
Subtotal				R\$88,80 0.00

Fonte: Autor (2024)

Tabela 2 -Estimativa dos investimentos fixos com móveis e utensílios

	Descrição	Quantida de	Valor Unitário	Total
1	Cadeiras de escritório	15	R\$700.0 0	R\$10,500. 00
2	Mesas de escritório	7	R\$3,400. 00	R\$23,800. 00

3	Sofá da recepção	1	R\$1,300.00	R\$1,300.00
4	Bancos	2	R\$100.00	R\$200.00
5	Armários	10	R\$450.00	R\$4,500.00
6	Tapetes	4	R\$150.00	R\$600.00
Subtotal				R\$40,900.00

Fonte: Autor (2024)

Tabela 3 - Estimativa de investimentos fixos com veículos

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Ford Ka 1.0	2	R\$40,000.00	R\$80,000.00
Subtotal				R\$80,000.00

Fonte: Autor (2024)

Dessa forma, considerando e somando os subtotais de gastos com máquinas e equipamentos, móveis e utensílios e veículos, a empresa terá que desembolsar o valor abaixo:

Tabela 4 – Total dos investimentos fixos

Gastos com máquinas e equipamentos	R\$88,800.00
Gastos com móveis e utensílios	R\$40,900.00
Gastos com veículos	R\$80,000.00
Total dos investimentos fixos	R\$ 209,700.00

Fonte: Autor (2024)

5.2 Capital de Giro

O capital de giro irá contemplar todos os valores de recursos que serão utilizados para manter o funcionamento e operação normal da empresa. Para tanto, é necessário calcular o prazo médio de vendas, prazo médio de compras e necessidade líquida de capital de giro em dias.

Tabela 5 – Cálculo do prazo médio de vendas (clientes)

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
a vista	15%	5	0,75
a prazo cliente 1	35%	30	10,5
a prazo cliente 2	25%	60	15
a prazo cliente 3	10%	90	9
a prazo cliente 4	15%	120	18
		Prazo médio total	42 dias

Fonte: Autor (2024)

Tabela 6 – Cálculo do prazo médio de vendas (fornecedores)

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
a vista	5%	5	0.25
a prazo fornecedor 1	40%	30	12
a prazo fornecedor 2	25%	60	15
a prazo fornecedor 3	20%	90	18
a prazo fornecedor 4	10%	120	12
		Prazo médio total	57 dias

Fonte: Autor (2024)

Tabela 7 – Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

	Número de dias
Recursos da empresa fora do seu caixa	
Tabela 5. Contas a Receber – prazo médio de vendas	42
Subtotal 1	42 dias
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
Tabela 6. Fornecedores – prazo médio de compras	57
Subtotal 2	57 dias
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (Subtotal 1 – Subtotal 2)	15 dias

Fonte: Autor (2024)

Tabela 8 – Caixa mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$4,400.00
2. Custo variável mensal	R\$7,500.00
3. Custo total da empresa	R\$12,900.00
4. Custo total diário (item 3 ÷ 30 dias)	R\$350.40
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (vide resultado do quadro anterior)	15 dias
Total do Caixa mínimo (item 4 x 5)	R\$25,150.40

Fonte: Autor (2024)

5.3 Investimentos Pré-Operacionais

Para o bom funcionamento e operação da empresa, é necessário utilizar gastos e despesas com a infraestrutura do local, que irá abordar a parte de instalações elétricas, pinturas, troca de piso, gastos com cursos. Assim sendo, foi construída a tabela abaixo com o demonstrativo desses valores.

Tabela 9 – Total dos investimentos pré-operacionais

Investimentos pré-operacionais	R\$
Despesas de legalização	R\$5,000.00
Obras civis e/ou reformas	R\$35,000.00

Divulgação	R\$4,500.00
Cursos e treinamentos	R\$35,000.00
Instalações Elétricas	R\$10,000.00
Pinturas	R\$5,300.00
Troca de pisos	R\$6,000.00
Total dos Investimentos pré-operacionais	R\$ 100,800.00

Fonte: Autor (2024)

5.4 Investimento Total

Somando os valores das tabelas 9 (estimativa de investimentos pré-operacionais), 8(capital de giro) e 4 (estimativa de investimentos fixos) é possível obter o valor de investimento total (vide a tabela 10 abaixo).

Tabela 10 – Investimento total

Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	(%)
Investimentos Fixos – Tabela 4	R\$209,700.00	62,5
Capital de Giro – Tabela 8	R\$25,150.40	7,5
Investimentos Pré-Operacionais – Tabela 9	R\$100,800.00	30,00
Total dos Investimentos	R\$ 335,650.40	100,00

Autor (2024)

Para obter esses valores, a empresa se utilizará de recursos próprios e recursos de terceiros (banco). Dessa forma, a tabela 11 abaixo mostra esses valores:

Tabela 11 – Fontes de recursos

Fontes de recursos	Valor (R\$)	(%)
1. Recursos próprios	R\$290,000.00	86,4
2. Recursos de terceiros	R\$45,650.40	13,6
3. Outros	R\$	
Total das fontes de recursos (1 + 2 + 3)	R\$335,650.40	100

Fonte: Autor (2024)

5.5 Estimativa de Faturamento da Empresa

Com a análise do mercado e de nossos concorrentes diretos, montamos uma estimativa do faturamento da empresa para 12 meses, iniciando no mês 06/2024 a 06/2025.

Produto / Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (R\$)	Faturamento Mensal Total (R\$)	Faturamento Anual (R\$)
Treinamento de Conformidade	20	R\$950,00	R\$19.000,00	R\$228.000,00
Treinamento de Liderança	8	R\$1.000,00	R\$8.000,00	R\$96.000,00
Treinamento de Atendimento	20	R\$800	R\$16.000,00	R\$192.000,00
TOTAL BRUTO	48	R\$2.750,00	R\$43.000,00	R\$516.000,00

Fonte: Autor (2024)

Levando em consideração a rotatividade menor em determinadas épocas do ano, estabilidade econômica, políticas de recursos humanos mais eficazes, estimamos uma queda de 20% nas vendas dos serviços de treinamento de conformidade, 25% no treinamento de Atendimento e 12,5% no Treinamento de Liderança, ilustrando a seguinte tabela de ganho bruto para um período de 12 meses.

Produto / Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (R\$)	Faturamento Mensal Total (R\$)	Faturamento Anual (R\$)
Treinamento de Conformidade	16	R\$950,00	R\$15.200,00	R\$182.400,00
Treinamento de Liderança	7	R\$1.000,00	R\$7.000,00	R\$84.000,00
Treinamento de Atendimento	15	R\$800	R\$12.000,00	R\$144.000,00
TOTAL BRUTO	38	R\$2.750,00	R\$34.000,00	R\$410.400,00

Fonte: Autor (2024)

5.6 Estimativa de Custos de Comercialização

Com o valor estimado de faturamento em 12 meses e nosso enquadramento tributário ser o simples nacional, entramos na 3ª faixa como prestadores de serviços, que conta com uma alíquota de 13,50%.

Com um faturamento de R\$410.400,00, pela alíquota de 13,50%, ficamos com um valor a ser pago em impostos de R\$37.764,00. Nesse regime tributário fazemos o pagamento através da DAS (documento de arrecadação do Simples Nacional), no qual são recolhidos os seguintes impostos:

- Imposto de renda pessoa jurídica (IRPJ);
- Contribuição Social sobre o lucro líquido (CSLL);

- Programa de Integração Social (PIS);
- Contribuição para financiamento da Seguridade Social (COFINS);
- Imposto sobre produtos Industrializados (IPI);
- Imposto sobre a circulação de mercadorias e serviços (ICMS do simples nacional);
- Imposto sobre serviços (ISS);
- Contribuição Patronal Previdenciária (CPP).

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
1. Impostos			
Impostos Federais			
SIMPLES	13,50%	R\$410.400,00	R\$37.764,00
IRPJ	4,00%	R\$34.000,00	R\$1.360,00
PIS	2,96%	R\$34.000,00	R\$1.006,40
COFINS	13,64%	R\$34.000,00	R\$4.637,60
CSLL	3,50%	R\$34.000,00	R\$1.190,00
Impostos Municipais			
ISS	4,00%	R\$34.000,00	R\$1.700,00
Subtotal	41,60%	R\$580.400,00	R\$47.658,00
2. Gastos com Vendas			
Comissões	10%	R\$10.450,00	R\$10.450,00
Propaganda	15%	R\$61.560,00	R\$61.560,00
Subtotal	25%	R\$72.010,00	R\$72.010,00
TOTAL	66,60%	R\$652.410,00	R\$119.668,00

A comissão são 10% em cada venda dos 3 itens dos quais prestamos serviços, então usando a estimativa de vendas da 2ª tabela de previsão de faturamento, temos o valor de R\$10.450,00 de comissão para serem pagos mensalmente.

Utilizamos 15% do lucro anual com campanhas de propaganda e marketing, a fim de alavancar as vendas e parcerias com potenciais clientes.

5.7 Estimativa dos Custos com Mão de Obra

Temos um efetivo de 13 funcionários em variados cargos, cada um tendo seu valor de mão de obra.

Função	Nº de funcionários	Salário Mensal (R\$)	(%) encargos sociais	Encargos Sociais (R\$)	
Gerente Comercial	1	R\$6.300,00	29%	R\$1.827,00	
Gerente de Marketing	1	R\$6.300,00	29%	R\$1.827,00	
Gerente de P&D	1	R\$6.300,00	29%	R\$1.827,00	
Gerente Adm.	1	R\$6.300,00	29%	R\$1.827,00	
Gerente de T.I	1	R\$6.300,00	29%	R\$1.827,00	
Analista Comercial	1	R\$3.000,00	29%	R\$870,00	

Marketing	1	R\$3.500,00	29%	R\$1.015,00	
Instrutor	1	R\$3.000,00	29%	R\$870,00	
Analista de RH	1	R\$3.800,00	29%	R\$1.102,00	
Assessor Jurídico	1	R\$4.000,00	29%	R\$1.160,00	
Analista Financeiro	1	R\$3.000,00	29%	R\$870,00	
Analista de Desenvolvimento	1	R\$3.300,00	29%	R\$957,00	
Analista de Suporte Técnico	1	R\$3.000,00	29%	R\$870,00	
TOTAL	13	R\$58.100,00	377%	R\$16.849,00	

Fonte: Autor (2024)

5.8 Estimativa do Custo com Depreciação

Contamos com um efetivo de 10 itens elegíveis para o cálculo de depreciação.

Informações Gerais	
Nome do Bem	Notebook Le novo IdeaPad 3i
Tempo médio de vida útil	3 anos

Valor do bem	R\$17.000,00
Nome do Bem	Cadeiras de Escritório
Tempo médio de vida útil	5 anos
Valor do bem	R\$1.400,00
Nome do Bem	Mesas de Escritório
Tempo médio de vida útil	8 anos
Valor do bem	R\$3.400,00

Fonte: Autor(2024)

Para calcularmos a depreciação dos itens acima, utilizamos o seguinte cálculo:
 $17.000 / 3 = 5.666,67$ (depreciação anual), $5.666,67 / 12 = 472,22$ (depreciação mensal).

Com a seguinte tabela, você poderá observar o quanto esses equipamentos irão depreciar ao longo do tempo.

Ativos Fixo	Valor do Bem (R\$)	Vida Útil em Anos	Depreciação Mensal (R\$)	Depreciação Anual (R\$)
Notebook Lenovo IdeaPad 3i	R\$17.000,00	3	R\$5.666,67	R\$472,22

Cadeiras de Escritório	R\$1.400,00	5	R\$280,00	R\$23,33
Mesas de Escritório	R\$3.400,00	8	R\$425,00	R\$35,42
TOTAL	R\$21.800,00	16	R\$6.371,67	R\$530,97

Fonte: Autor (2024)

5.9 Estimativa de Custos Fixos Operacionais Mensais

A empresa D&E realiza uma estimativa mensal de seus custos fixos operacionais para garantir uma gestão financeira eficaz. Esses custos incluem despesas como aluguel, salários, contas básicas etc., que são necessários para manter as operações independentemente das vendas. A precisão na estimativa é crucial para o planejamento financeiro e estratégico da empresa, ajudando-a a enfrentar desafios como variações sazonais e flutuações de mercado.

DESCRIÇÃO	CUSTO TOTAL MENSAL (em R\$)
Aluguel	R\$4.200,00
Água	R\$620,00
Energia Elétrica	R\$750,00
Telefone	R\$350,00
Salário dos Funcionários	R\$82.029,00
Pró-labore	R\$8.500,00
Serviços de Manutenção e Limpeza	R\$2.500,00
TOTAL	R\$98.949,00

Fonte: Autor (2024)

5.10 Demonstrativo de Resultados

O demonstrativo de resultados, também conhecido como DRE, é um importante instrumento de análise financeira que apresenta o desempenho econômico-financeiro de uma empresa em um determinado período. Ele reflete as receitas, despesas, lucros e prejuízos gerados pelas atividades operacionais e não operacionais da organização.

Quadr o	Descrição	R\$	%
5.5	Receita Total com Vendas	R\$516.000,00	
	Custos Variáveis Totais		
5.8	Custos com materiais diretos	R\$21.800,00	
5.6	Impostos sobre vendas	R\$47.658,00	
5.6	Gastos com Vendas	R\$72.010,00	
	Subtotal	R\$141.468,00	
	Margem de Contribuição	R\$374.532,00	
5.9	Custos Fixos Totais	R\$33.769,00	
	Resultado Operacional	R\$340.763,00	

Fonte: Autor (2024)

5.11 Indicadores de Viabilidade

5.11.1 Ponto de Equilíbrio

É o período gasto para recuperar o investimento, por meio de fluxo de caixa líquido gerado no decorrer das atividades.

$$PE = 410.400 - 82.029 = 0,30$$

$$PE = 82.029 / 0,30 = 208.703$$

Estima-se que a consultoria precisará vender no mínimo, R\$208.703,00 anuais, para cobrir todos os seus gastos.

5.11.2 Lucratividade

Lucratividade é um conceito de referência para medir o lucro líquido anual em relação às vendas.

$$\text{Lucratividade} = 208.703 / 410.400 = 50,85$$

O lucro da consultoria é estimado em de 50,85% anual sobre o valor vendido.

5.11.3 Rentabilidade

Rentabilidade é o indicador de atratividade dos negócios, onde mede o retorno do capital investido.

$$\text{Rentabilidade} = 208.703/335.650,40 \times 100 = 62,17$$

Isso quer dizer que a cada ano a empresa recupera 62,17% do valor investido através do lucro líquido.

5.11.4 Prazo de Retorno do Investimento

É um indicador de atratividade. Indica o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu em seu negócio.

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = 335.650,00 - 208.703 = 1,6$$

Isso significa que a consultoria recupera em 1,6 ano e meses do valor investido através dos lucros obtidos.

6. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

A construção de cenários é uma maneira que as empresas podem fazer a gestão estratégica por meio da exploração de possíveis futuras e projeções econômicas, nesse sentido, serão exploradas a projeção de cenários e análise de possíveis cenários (provável, pessimista, otimista).

6.1 – TABELA DA PROJEÇÃO DE CENÁRIOS

Abaixo, é possível visualizar os possíveis cenários financeiros da empresa com todas as informações detalhadas:

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor (R\$)	(%)	Valor (R\$)	(%)	Valor (R\$)	(%)
1. Receita total com vendas	R\$516.000,00	100,00%	R\$438.600,00	85%	R\$619.200,00	120%
2. Custos variáveis totais	R\$119.668,00	100,00%	R\$101.717,80	85%	R\$143.601,60	120%
(-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$21.800,00	100,00%	R\$18.530,00	85%	R\$26.160,00	120%
(-) Impostos sobre vendas	R\$47.658,00	100,00%	R\$40.509,30	85%	R\$57.189,60	120%
(-) Gastos com vendas	R\$72.010,00	100,00%	R\$61.208,50	85%	R\$86.412,00	120%

Subtotal 2	R\$141.468,00	100,00%	R\$120.247,80	85%	R\$169.761,60	120%
3. Margem de contribuição (1-2)	R\$396.332,00	100,00%	R\$336.882,20	85%	R\$475.598,40	120%
4. (-) Custos fixos totais	R\$98.949,00	100,00%	R\$84.106,65	85%	R\$118.738,80	120%
5. Lucro/Prejuízo Operacional (3-4)	R\$297.383,00	100,00%	R\$252.775,55	85%	R\$356.859,60	120%

Fonte: Autor (2024)

6.2 – ANÁLISE DOS POSSÍVEIS CENÁRIOS

Para uma melhor visão sobre, foram elaborados três cenários sendo eles: provável (quantidade de lucro saudável), pessimista (menor quantidade de lucro esperada), otimista (maior quantidade de lucro esperada)

6.2.1 – ANÁLISE DO CENÁRIO PROVÁVEL

Com base nesses números, podemos observar que a empresa está gerando um lucro operacional saudável de R\$297.383,00. Isso significa que, após cobrir todos os custos variáveis e fixos relacionados à produção e venda, ainda resta um valor significativo como lucro. No entanto, é importante considerar outros fatores, como a saúde financeira geral da empresa, investimentos futuros necessários, concorrência no mercado, entre outros, para uma análise mais completa da situação.

Mesmo nesse cenário, ações de correção são importantes para eliminar problemas que possam aparecer, então aqui trouxemos algumas que podem ajudar para obtermos um cenário melhor.

1. **Análise de Custos Variáveis:** É importante analisar se há oportunidades para reduzir os custos variáveis, como renegociar contratos com fornecedores, otimizar processos produtivos para reduzir o desperdício de matéria-prima, entre outros.
2. **Gestão de Estoque:** Uma gestão eficiente do estoque pode ajudar a reduzir os custos com materiais diretos. Evitar estoques excessivos e garantir um controle adequado das compras pode minimizar o capital imobilizado em estoque e reduzir os custos associados.
3. **Revisão dos Gastos com Vendas:** Avaliar a eficácia dos gastos com vendas, identificando quais investimentos estão trazendo retorno e quais podem ser reduzidos ou eliminados.
4. **Aumento da Receita:** Explorar oportunidades para aumentar a receita, seja através da expansão para novos mercados, lançamento de novos

produtos ou serviços, ou aumento da eficiência das estratégias de vendas e marketing.

5. Controle de Custos Fixos: Monitorar de perto os custos fixos e identificar áreas onde é possível reduzir despesas sem comprometer a operação do negócio.
6. Análise de Rentabilidade por Produto/Serviço: Avaliar a rentabilidade de cada produto ou serviço oferecido pela empresa e direcionar esforços para aqueles que geram maior margem de contribuição.
7. Revisão do Modelo de Precificação: Analisar se o preço de venda dos produtos ou serviços está adequado para cobrir todos os custos e despesas e ainda gerar lucro operacional.
8. Investimento em Eficiência Operacional: Buscar maneiras de aumentar a eficiência operacional, seja através da automação de processos, treinamento de funcionários, ou adoção de tecnologias que possam reduzir custos e aumentar a produtividade.

6.2.1 – ANÁLISE DO CENÁRIO PESSIMISTA

Com base nesses números, podemos observar que, mesmo no cenário pessimista, a empresa ainda está gerando um lucro operacional de R\$252.775,55. Isso indica uma certa resiliência do negócio, apesar das condições adversas. No entanto, seria importante monitorar de perto os custos e as receitas, bem como considerar medidas para mitigar os impactos negativos e buscar oportunidades de melhoria.

Serão apresentadas algumas possíveis ações que a empresa pode considerar para corrigir o cenário pessimista e melhorar sua performance financeira. É importante avaliar cada ação cuidadosamente e adaptá-las às necessidades específicas do negócio e do mercado em que atua.

1. Redução de Custos Variáveis: Identificar oportunidades para reduzir os custos variáveis, como negociar melhores condições com fornecedores, otimizar processos produtivos para reduzir o desperdício de matéria-prima, entre outros.

2. **Gestão de Estoques:** Uma gestão eficiente do estoque pode ajudar a reduzir os custos com materiais diretos. Evitar estoques excessivos e garantir um controle adequado das compras pode minimizar o capital imobilizado em estoque e reduzir os custos associados.
3. **Revisão dos Gastos com Vendas:** Avaliar a eficácia dos gastos com vendas e identificar oportunidades para reduzir despesas sem comprometer a eficácia das estratégias de vendas.
4. **Aumento da Eficiência Operacional:** Buscar maneiras de aumentar a eficiência operacional, seja através da automação de processos, treinamento de funcionários ou adoção de tecnologias que possam reduzir custos e aumentar a produtividade.
5. **Revisão do Modelo de Precificação:** Analisar se o preço de venda dos produtos ou serviços está adequado para cobrir todos os custos e despesas e ainda gerar lucro operacional.
6. **Identificação de Fontes Alternativas de Receita:** Explorar oportunidades para diversificar as fontes de receita, seja através da introdução de novos produtos ou serviços ou da expansão para novos mercados.
7. **Controle Rigoroso dos Custos Fixos:** Monitorar de perto os custos fixos e identificar áreas onde é possível reduzir despesas sem comprometer a operação do negócio.
8. **Investimento em Marketing e Vendas:** Investir em estratégias de marketing e vendas para aumentar as vendas e a receita, focando em atrair novos clientes e reter os clientes existentes.

6.2.1 – ANÁLISE DO CENÁRIO OTIMISTA

No cenário otimista, a empresa está gerando um lucro operacional de R\$356.859,60, o que indica que as vendas estão superando os custos variáveis e fixos, resultando em um lucro satisfatório. Isso sugere uma demanda robusta pelo produto ou serviço da empresa e eficiência operacional. Seria prudente continuar monitorando os custos e as receitas e estar preparado para ajustar as estratégias conforme necessário para sustentar o desempenho positivo. Possíveis ações de correção para otimizar ainda mais este cenário otimista:

1. **Análise de Custos Variáveis:** Continuar buscando maneiras de reduzir os custos variáveis, como negociações com fornecedores, otimização de processos e controle de desperdícios.
2. **Gestão de Estoque:** Ajustar os níveis de estoque para evitar excessos e minimizar os custos com materiais diretos.
3. **Otimização Fiscal:** Explorar oportunidades para reduzir os impostos sobre vendas por meio de estratégias fiscais inteligentes e conformidade com as regulamentações fiscais.
4. **Eficiência nos Gastos com Vendas:** Avaliar continuamente o retorno sobre o investimento em vendas e marketing para maximizar o impacto das despesas com vendas.
5. **Investimento em Inovação:** Destinar parte do lucro operacional para investimentos em pesquisa e desenvolvimento, visando a introdução de novos produtos ou serviços e a melhoria contínua dos existentes.
6. **Expansão de Mercado:** Explorar oportunidades de expansão para novos mercados ou segmentos de clientes para aumentar ainda mais a receita total.
7. **Reinvestimento de Lucros:** Considerar reinvestir parte dos lucros operacionais para expandir as operações, melhorar a eficiência ou fortalecer a posição competitiva da empresa.
8. **Monitoramento Contínuo:** Manter um acompanhamento constante dos indicadores financeiros e operacionais para identificar precocemente quaisquer desvios e tomar medidas corretivas conforme necessário.

7. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

7.1 – Análise de SWOT

A análise SWOT permite identificar estratégias que maximizem os pontos fortes e oportunidades, enquanto mitigam os pontos fracos e ameaças. Para uma prestadora de serviços de treinamento, a chave pode estar na diversificação dos métodos de entrega de treinamento, como o desenvolvimento de cursos online, e na construção de uma forte presença digital para atrair uma clientela mais ampla. Além disso, a adaptação contínua às necessidades do mercado e o fortalecimento das parcerias estratégicas são essenciais para manter a competitividade e o crescimento sustentável.

Tabela 1 – Quadro de Análise SWOT

Ambiente Interno	Ambiente Externo
Pontos Fortes Equipe Qualificada; Diversidade de Cursos; Materiais Atualizados; Infraestrutura Adequada; Boa Localização.	Oportunidades Expansão para o treinamento Online; Parcerias Estratégicas; Tendências de Aprendizado Contínuo; Acesso a Financiamentos e Incentivos.

Pontos Fracos	Ameaças
Dependência de Instrutores chave;	Concorrência Intensa;
Limitações Geográficas;	Constante Mudança Tecnológica;
Tecnologia Limitada;	Mudanças Legislativas;
Marketing Ineficaz.	Saturação do Mercado.

Fonte: Autor(2024)

7.2 – ANÁLISE DOS RESULTADOS DA SWOT

Com base nos resultados obtidos, foram elaboradas estratégias para manutenção dos pontos fortes, eliminação ou redução dos pontos fracos, aproveitamento de oportunidades e eliminação ou redução de ameaças.

7.2.1 – Estratégias para Manter os Pontos Fortes

Foram montadas estratégias para manter os pontos fortes apresentados pela análise SWOT.

1º Equipe Qualificada.

- Investimento em Capacitação Contínua:** Oferecer programas regulares de desenvolvimento profissional para os instrutores, incluindo workshops, conferências e cursos de atualização.
- Reconhecimento e Incentivos:** Implementar sistemas de reconhecimento e incentivos para manter a motivação e a satisfação dos instrutores, como bônus por desempenho e oportunidades de avanço na carreira.
- Recrutamento de Talentos:** Desenvolver processos robustos de recrutamento para atrair instrutores de alta qualidade e com experiência diversificada.

2ª Diversidade de Cursos.

1. **Pesquisa de Mercado:** Realizar pesquisas de mercado regulares para identificar novas necessidades de treinamento e tendências emergentes.
2. **Desenvolvimento de Novos Cursos:** Investir no desenvolvimento de novos cursos que atendam às demandas do mercado, garantindo que a oferta de treinamento esteja sempre atualizada e relevante.
3. **Parcerias Educacionais:** Estabelecer parcerias com instituições educacionais e organizações da indústria para ampliar a oferta de cursos.

3º Materiais Atualizados.

1. **Revisão Contínua:** Implementar um processo contínuo de revisão e atualização dos materiais didáticos para garantir que estejam alinhados com as últimas tendências e inovações do setor.
2. **Feedback dos Alunos:** Coletar feedback dos alunos após cada curso para identificar áreas de melhoria nos materiais didáticos.
3. **Investimento em Tecnologia:** Utilizar tecnologias avançadas, como realidade aumentada e virtual, para enriquecer os materiais de treinamento e melhorar a experiência de aprendizagem.

4º Infraestrutura Adequada.

1. **Manutenção Regular:** Realizar manutenções regulares nas instalações e equipamentos para garantir que estejam sempre em ótimo estado.
2. **Atualização de Equipamentos:** Investir na atualização dos equipamentos e tecnologias usadas nas salas de treinamento para proporcionar um ambiente moderno e eficiente.
3. **Expansão e Melhoria:** Considerar a expansão das instalações e a melhoria dos espaços de treinamento com base no crescimento da demanda e no feedback dos clientes.

5º Boa Localização.

1. **Melhorias na Sinalização:** Investir em placas e sinalização visíveis e claras para atrair mais clientes e facilitar o acesso.
2. **Responsabilidade Social:** Participar de projetos de responsabilidade social e ambiental que beneficiem a área local, eventos comunitários fortalecendo laços com a comunidade.

7.2.2 – Estratégias para Reduzir os Pontos Fracos

1ª Dependência de Instrutores chave.

- **Desenvolvimento de Backup:** Treinar instrutores adjuntos que possam substituir os principais em caso de necessidade, garantindo que o conhecimento não esteja concentrado em poucas pessoas.
- **Documentação de Processos:** Criar documentação detalhada dos métodos e materiais de ensino usados pelos instrutores chave para facilitar a transição e treinamento de novos instrutores.
- **Programas de Mentoria:** Implementar programas de mentoria onde instrutores experientes treinam novos instrutores, garantindo transferência de conhecimento e habilidades.

2º Limitações Geográficas.

- **Expansão para o Online:** Desenvolver uma plataforma de e-learning que permita a oferta de cursos online, alcançando uma audiência mais ampla e diversificada.
- **Parceria Locais:** Estabelecer parcerias com instituições em diferentes regiões para facilitar a oferta de treinamentos presenciais em novos locais.
- **Franquias:** Considerar o modelo de franquias para expandir a presença geográfica da empresa, permitindo que empreendedores locais ofereçam os cursos sob a marca da empresa.

3º Tecnologia Limitada.

- **Investimento em Tecnologia:** Investir em uma plataforma de aprendizado online, que seja fácil de usar e que ofereça uma boa experiência ao usuário.
- **Atualização Tecnológica:** Atualizar regularmente as tecnologias utilizadas tanto nos cursos presenciais quanto online, incorporando ferramentas de aprendizado interativas e inovadoras.
- **Treinamento em Tecnologia:** Oferecer treinamento contínuo para a equipe sobre novas tecnologias e plataformas, garantindo que todos estejam aptos a utilizá-las eficientemente.

4º Custos Operacionais Elevados

- **Otimização de Recursos:** Implementar práticas de gestão eficiente para reduzir desperdícios e otimizar o uso de recursos, como energia e materiais didáticos.
- **Automatização:** Utilizar tecnologias de automação para processos administrativos e operacionais, reduzindo a necessidade de mão de obra intensiva.
- **Negociação com Fornecedores:** Renegociar contratos com fornecedores e buscar parcerias estratégicas que ofereçam melhores condições e preços.

5º Marketing Ineficaz.

- **Revisão de Estratégias:** Revisar e reformular as estratégias de marketing para focar em canais digitais, como SEO, marketing de conteúdo, redes sociais e publicidade online.
- **Segmentação de Mercado:** Desenvolver campanhas de marketing direcionadas para segmentos específicos do mercado, aumentando a relevância e o impacto das ações.
- **Parcerias e Referências:** Estabelecer parcerias com empresas e organizações que possam recomendar os serviços de treinamento, ampliando o alcance através da boca a boca e referências.

7.2.3 – Estratégias para Aproveitamento das Oportunidades

1ª Expansão para treinamento.

- **Desenvolvimento de Plataforma E-learning:** Investir na criação ou aquisição de uma plataforma de e-learning robusta, que permita a oferta de cursos online com uma interface amigável e funcionalidades interativas.
- **Conteúdo Digital:** Converter os cursos presenciais em módulos de aprendizagem online, utilizando vídeos, *quizzes*, webinars e outros formatos digitais para enriquecer a experiência do aluno.
- **Marketing Digital:** Implementar campanhas de marketing digital focadas em atrair alunos para os cursos online, utilizando SEO, redes sociais, e-mail marketing e publicidade paga.

2º Parcerias Estratégicas.

- **Parcerias Corporativas:** Formar alianças com empresas que precisam de treinamento contínuo para seus funcionários, oferecendo soluções customizadas que atendam às necessidades específicas dessas empresas.
- **Colaboração com Instituições Educacionais:** Colaborar com universidades, escolas técnicas e outras instituições educacionais para complementar seus currículos com cursos de treinamento prático.
- **Associações Profissionais:** Associar-se a organizações e associações profissionais que possam promover os cursos para seus membros, ampliando o alcance e a credibilidade da prestadora.

3ª Tendências de Aprendizado Contínuo.

- **Programa de Aprendizado Contínuo:** Desenvolver um programa de aprendizado contínuo que permita aos alunos atualizarem suas habilidades regularmente, através de cursos de atualização, workshops e seminários.

- **Assinatura de Cursos:** Oferecer um modelo de assinatura que permite acesso ilimitado a uma biblioteca de cursos, incentivando o aprendizado contínuo e a fidelização dos clientes.
- **Comunidade de Aprendizagem:** Criar uma comunidade online onde os alunos possam interagir, compartilhar conhecimentos e continuar aprendendo juntos após a conclusão dos cursos.

4º Acesso a Financiamentos e Incentivos.

- **Aproveitamento de Subsídios:** Identificar e aproveitar programas governamentais e incentivos fiscais que subsidiam custos de treinamento para empresas e indivíduos.
- **Parcerias com Agências de Desenvolvimento:** Colaborar com agências de desenvolvimento e programas de apoio à educação e formação profissional para obter financiamento e recursos adicionais.
- **Propostas de Projetos:** Desenvolver propostas de projetos que se alinhem com as prioridades de financiamento de governos e organizações não-governamentais, aumentando as chances de obter recursos.

7.2.4 – Estratégias para Eliminar ou Reduzir as Ameaças

1º Concorrência Intensa

- **Diferenciação de Produtos:** Desenvolver cursos exclusivos ou altamente especializados que não sejam facilmente encontrados na concorrência, focando em nichos de mercado ou áreas emergentes.
- **Qualidade e Inovação:** Manter altos padrões de qualidade e constantemente inovar nos métodos de ensino, incluindo o uso de tecnologias avançadas como realidade aumentada e inteligência artificial.
- **Programa de Fidelidade:** Implementar programas de fidelidade para clientes recorrentes, oferecendo benefícios exclusivos, descontos em novos cursos e acesso antecipado a novos conteúdos.

2º Mudanças Tecnológicas Rápidas.

- **Monitoramento de Tendências:** Estabelecer uma equipe ou processo para monitorar continuamente as novas tendências e inovações tecnológicas que podem impactar a indústria de treinamento.
- **Parcerias Tecnológicas:** Formar parcerias com empresas de tecnologia para estar na vanguarda das inovações e incorporar novas ferramentas e plataformas de aprendizagem.
- **Atualização Contínua de Cursos:** Implementar um ciclo regular de revisão e atualização dos cursos para garantir que o conteúdo esteja sempre alinhado com as últimas tendências e exigências do mercado.

3ª Mudanças na Legislação.

- **Monitoramento Regulatório:** Manter um departamento ou consultoria jurídica para monitorar constantemente as mudanças na legislação que podem afetar o setor de treinamento.
- **Compliance e Adaptação Rápida:** Desenvolver procedimentos internos para garantir a conformidade com as novas regulamentações e ser capaz de se adaptar rapidamente às mudanças legais.
- **Engajamento com Associações de Classes:** Participar ativamente de associações de classe e fóruns da indústria para influenciar políticas e estar ciente das mudanças regulatórias antes que elas entrem em vigor.

4ª Saturação do Mercado.

- **Pesquisa de Mercado:** Realizar pesquisas de mercado regulares para identificar novas demandas e lacunas no mercado que ainda não foram exploradas.
- **Segmentação e Personalização:** Focar em segmentação de mercado e personalização de cursos para atender necessidades específicas de diferentes grupos e indústrias.
- **Inovação e Melhoria Contínua:** Continuamente inovar e melhorar a oferta de cursos, incorporando feedback dos clientes e as melhores práticas da indústria para se destacar em um mercado saturado.

8. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Depois de vários estudos, o grupo chegou à conclusão de que a empresa D&E, dedicada ao setor de treinamento, enfrenta desafios consideráveis quando se trata de sua viabilidade financeira.

Primeiramente, o mercado de treinamento é altamente competitivo, com inúmeras empresas já estabelecidas e oferecendo uma ampla gama de serviços similares. Nesse cenário, a entrada de uma nova empresa como a D&E enfrenta barreiras significativas para conquistar uma fatia de mercado substancial o bastante para garantir retornos financeiros consistentes.

Além disso, os custos operacionais associados à criação e manutenção de programas de treinamento de qualidade são consideráveis. Desde a contratação de instrutores experientes até a aquisição de materiais didáticos e a locação de espaços adequados para as aulas, os gastos envolvidos são expressivos. Esses custos elevados requerem um volume substancial de receita para serem compensados, o que pode ser difícil de alcançar em um mercado já saturado.

Outro ponto a ser considerado é a volatilidade das demandas do mercado. As necessidades de treinamento das empresas e dos profissionais podem mudar rapidamente em resposta a mudanças econômicas, tecnológicas e regulatórias. Adaptar-se a essas mudanças exige flexibilidade operacional e investimentos contínuos em pesquisa e desenvolvimento, o que pode ser um fardo adicional para uma empresa que já luta para se estabelecer financeiramente.

Além disso, é importante mencionar o desafio da fidelização dos clientes. Em um mercado competitivo, os clientes têm uma variedade de opções à sua disposição e podem facilmente migrar para outros provedores de serviços de treinamento se sentirem que estão recebendo uma oferta melhor em termos de qualidade ou preço. Isso significa que a D&E teria que investir em estratégias eficazes de retenção de clientes, o que, mais uma vez, implica em custos adicionais.

Diante desses desafios, é prudente questionar a viabilidade financeira da empresa D&E no setor de treinamento. Embora sua missão de oferecer treinamento de qualidade seja nobre, a empresa enfrenta uma batalha árdua para estabelecer uma base sólida no mercado e garantir retornos financeiros sustentáveis a longo prazo, sendo assim, o grupo não irá seguir com o projeto da empresa D&E por hora.

REFERÊNCIAS

ALMIR, Sousa; NETO, Adelino. **Manual prático de gestão para pequenas e médias empresa**. São Paulo: Editora Manole, 1ª edição, 2017.

ANDRADE, Arnaldo. **Planejamento estratégico para pequenas empresas**. São Paulo: Editora Alta Book, 1ª edição, 2019.

ANTONIK, Luis. **Empreendedorismo: Gestão financeira para micro e pequenas empresas**. São Paulo: Editora Alta Books, 1ª edição, 2016.

CHING, Hung. **Gestão de caixa e capital de giro**. São Paulo, Editora Juruá, 1ª edição, 2010.

DANTE, Matarazzo. **Análise financeira de balanços: abordagem básica e gerencial**. São Paulo: Editora Atlas, 6ª edição, 2003.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Sextante, 1ª edição, 2008.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. São Paulo: Empreende, 8ª edição, 2024.

GULART, Charles. **Anexo III Simples Nacional**: confira a tabela completa de atividades, alíquotas e demais impostos vigentes em 2024. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/anexo-3-simples-nacional/> . Acesso em: 03 de junho de 2024.

MARION, José; RIBEIRO, Moura. **Introdução à contabilidade gerencial**. São Paulo: Editora Saraiva, 3ª edição, 2017.

NETO, Alexandre; SILVA, César. **Administração do capital de giro**. São Paulo, Editora Atlas, 4ª edição, 2011.

PEREIRA, Clissie Eduarda Pinto; LOPES, Paloma de Lavor. **PLANO DE NEGÓCIOS. Episteme Transversalis**, [S.l.], v. 11, n. 1, maio 2020. ISSN 2236-2649. Disponível em:

<http://revista.ugb.edu.br/ojs302/index.php/episteme/article/view/2125>. Acesso em: 06 maio 2024.

VALENTINA, José; RINALDI, Correa. **Guia para abertura de empresas:** aspectos fiscais, tributários e contábeis. São Paulo, editora: Atlas, 1ª edição, 2018.