

**CENTRO PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**

Técnico em Administração

**ANA CAROLINE FELISBINO
GUILHERME HENRIQUE ALVES MOREIRA
JOÃO VITOR VERONEZE
MATHEUS VINICIUS LOPES DOS SANTOS
SARA ALVES MARQUES**

CONSULTORIA EM EXPORTAÇÃO DE CARNE BOVINA

Tupã - SP

2018

**ANA CAROLINE FELISBINO
GUILHERME HENRIQUE ALVES MOREIRA
JOÃO VITOR VERONEZE
MATHEUS VINICIUS LOPES DOS SANTOS
SARA ALVES MARQUES**

CONSULTORIA EM EXPORTAÇÃO DE CARNE BOVINA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da ETEC Professor Massuyuki Kawano, orientado pelo Prof. Esp. Natalia Trocoli Marques da Silva, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em administração.

**Tupã - SP
2018**

**ANA CAROLINE FELISBINO
GUILHERME HENRIQUE ALVES MOREIRA
JOÃO VITOR VERONEZE
MATHEUS VINICIUS LOPES DOS SANTOS
SARA ALVES MARQUES**

CONSULTORIA EM EXPORTAÇÃO DE CARNE BOVINA

Dissertação para obtenção do título de Técnico em Administração.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.^a Esp. Natália Troccoli Marques da Silva
Orientador (a)

Prof.^a Ms. Caroline Penteado Manoel
Avaliador (a)

Prof.^a Nicoli Carolini de Lázari
Avaliador (a)

Marcos Vinicius da Silva Zanelato
Avaliador (a)

Tupã, 26 de Junho de 2018.

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelo aluno. O (A) Professor (a) Orientador (a), a Banca Examinadora e a Instituição não são responsáveis e nem endossam as ideias e o conteúdo do mesmo.

Dedicamos aos nossos pais, que nos apoiaram durante toda a trajetória que levou a tão sonhada conquista.

Agradecemos a Deus por nossas vidas e a oportunidade de concretizar esse objetivo.

A ETEC Prof. Massuyuki Kawano por propiciar o ambiente necessário para minha aprendizagem e conseqüentemente por meu desenvolvimento pessoal e profissional.

Aos Docentes do Curso Técnico de Administração pela generosidade depositada em todos os momentos de compartilhamento de seus conhecimentos profissionais e humanos. Dedicamos aos nossos pais, que nos apoiaram durante toda a trajetória que levou a tão sonhada conquista.

“Tenho pensamentos que, se pudesse revelá-los e fazê-los viver, acrescentariam nova luminosidade às estrelas, nova beleza ao mundo e maior amor no coração dos homens.”

Fernando Pessoa.

RESUMO

Entender o mercado exterior, o comércio de carne bovina e as dificuldades que os exportadores têm em realizar este serviço, e também a necessidade de se contratar uma consultoria de exportação de carne bovina é um assunto complexo para as empresas de pequeno porte ou que pensam em iniciar nesse ramo de atividade. Tem-se como objetivo deste trabalho descrever como é realizada uma consultoria em exportação de carne bovina. Após um estudo de bibliografia especializada, partiu-se para pesquisa de campo através de um questionário para conhecer as necessidades do ramo de atividade. A pesquisa mostrou que há necessidade de se contratar uma consultoria de exportação de carne bovina para facilitar os processos de exportação e fazer com que os clientes tenham mais agilidade e ganho de tempo para se dedicar com outras atividades. Conclui-se que uma consultoria de exportação é necessária para empresas frigoríficas e agropecuaristas exportadoras. Devido as dificuldades encontradas ao longo dos processos, seria mais produtivo contratar uma consultoria de exportação de carne bovina, para auxiliar e potencializar os procedimentos adequados para o comércio exterior.

Palavras-chave: mercado exterior, comércio de carne bovina, consultoria.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Tabela do Simples Nacional	28
Figura 2 - Arranjo Físico	38
Figura 3 - Ferramenta Canvas	66

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Sexo	18
Gráfico 2 - Idade.....	19
Gráfico 3 - Consultoria empresarial.....	20
Gráfico 4 - Contratação de uma consultoria.....	20
Gráfico 5 - Serviços para serem contratados em uma empresa de consultoria	21
Gráfico 6 - Meio de comunicação mais eficaz.....	21
Gráfico 7 - Sistema de rastreamento.....	22
Gráfico 8 - Papel Semente	22
Gráfico 9 - Negociações de exportação	23
Gráfico 10 - Simulação de preços dos produtos.....	23

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 PESQUISA DE CAMPO	18
3 PLANO DE NEGÓCIOS	24
3.1 SUMÁRIO EXECUTIVO	24
3.2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA	25
3.2.1 Dados dos Fundadores e Empresários	25
3.2.2 Experiência Profissional e Atribuições	26
3.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO	26
3.3.1 Missão e Visão da Empresa.....	27
3.3.2 Setor de Atividade	27
3.3.3 Forma Jurídica	28
3.3.4 Enquadramento Tributário.....	28
3.4 CAPITAL SOCIAL	29
3.5 FONTE DE RECURSOS	29
3.6 ANÁLISE DE MERCADO	29
3.6.1 Análise dos Clientes.....	29
3.6.2 Análise dos Concorrentes	32
3.6.3 Análise dos Fornecedores.....	33
3.7 PLANO DE MARKETING	34
3.7.1 Descrição dos Principais Produtos ou Serviços	34
3.7.2 Preço.....	35
3.7.3 Estratégias Promocionais.....	35
3.7.4 Estrutura de Comercialização	36
3.7.5 Localização da Empresa	36
3.8 PLANO DE OPERACIONAL	37
3.8.1 Layout ou Arranjo Físico	37
3.8.2 Capacidade Produtiva	39
3.8.3. Necessidade de Pessoal.....	39
3.9 INVESTIMENTOS	40
3.9.1 Investimentos	40
3.9.2 Capital de giro	41

3.9.3 Investimentos pré-operacionais	44
3.9.4 Investimento total	44
3.10 PLANO DE CUSTOS/FINANCEIRO	45
3.10.1 Custo do Serviço	45
3.10.3 Custo Variável	47
3.10.4 Apuração do Custo Total Serviço	48
3.10.5 Preço de venda	48
3.10.6 Demonstrativo de resultados	49
3.10.7 Ponto de Equilíbrio	49
3.11 INDICADORES FINANCEIROS	50
3.11.1 Lucratividade	50
3.11.2 Rentabilidade	50
3.11.3 Prazo de retorno do investimento	51
3.12. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	51
REFERÊNCIAS	55
APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL	60
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS DA ETEC PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO	64
APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS	66

1 INTRODUÇÃO

O comércio de carne bovina, vem tendo um grande aumento atualmente, movendo a economia do país.

Um dos grandes motivos deste aumento é o comércio exterior de carne bovina, por conta das dificuldades da criação de gado em outros países teve uma grande procura para a exportação deste produto para suprir esta necessidade.

Porem por conta da ocorrência de informações sobre algumas empresas fraudulentas de exportação de carne no Brasil, como a operação “carne fraca” muitas empresas de pequeno porte de exportação tiveram de fechar suas portas devido a negatividade que ficou marcada para os compradores de outros países.

Segundo Lourenço (2014) o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) ainda não divulgou os números de 2014, mas quem trabalha no ramo sabe que o processo de concentração das exportações brasileiras em poucos atores intensificou-se neste ano, seguindo um ritmo que já foi considerável em 2013, quando 1,3% das empresas tornou-se responsável por 79% dos US\$ 242 bilhões obtidos com vendas ao exterior. Os dados mais recentes indicam que, nos últimos sete anos, mais de duas mil empresas abandonaram a atividade exportadora no Brasil: em 2007, 20,8 mil empresas exportaram, número que caiu para 18,8 mil em 2013. (LOURENÇO, 2014)

De acordo com Lourenço (2014) a dificuldade do Brasil vem da má fama do que o país leva por conta das fraudes cometidas por frigoríficos exportadores, levando aos investidores perderam a confiança para comprar carne bovina do Brasil, por conta de todas as investigações muitas empresas preferem não ter contato para não se prejudicar.

Portanto, qual a melhor maneira para se realizar uma consultoria de exportação em meio a falta de confiança dos compradores?

No caso da área financeira muitas empresas de exportação estão buscando empréstimos para sustentar suas empresas em meio as dificuldades, assim como também muitas empresas podem realizar uma drástica diminuição em sua exportação para se manter no mercado.

Assim como na pesquisa de Barone (2016), no caso Segdas importações, os resultados das medidas adotadas puderam ser vistos no encarecimento de empréstimos. (BARONE, 2016)

“Frigoríficos tem de tomar cuidado na hora de exportar, analisar a viabilidade e a segurança de todo o processo pois os custos para exportação brasileiros estão entre um dos mais caros do mundo”. (BARONE, 2016)

De acordo com Barone (2016) no que se refere as empresas que atuam no comércio exterior, resta fazer uso extensivo de planejamento e de gestão para manter e elevar suas atividades. “Apesar das dificuldades de acesso, o mercado internacional permanece como solução”.

Segundo Barone (2016) deve-se realizar um cronograma para que a empresa não passe por futuras dificuldades financeiras, como por falta de inovação a busca por inovação deve sempre estar ativa, pois o mercado pede inovação.

Criando-se então algumas hipóteses que poderia auxiliar a empresa ao seu crescimento, como por exemplo:

Com a diminuição de impostos, taxas e contribuições obrigatórias sobre produtos, o sistema tributário venderia mais barato e em maior quantidade.

- A parte burocrática é um dos motivos para a dificuldades da exportação, os exportadores nem sempre compreendem as documentações e as leis para a realização do contrato necessário para se exportar.
- As barreiras tarifárias obrigatórias, atrapalham no tempo de chegada do produto e os recursos que são investidos nas taxas de viagem, poderiam ser investidos em mais produtos.
- Se os financiamentos de exportação fossem aumentados para os exportadores poderem vender seus produtos onde e quando quisessem, o reembolso seria muito maior, pois o fluxo de transporte aumentaria e consecutivamente o capital recebido.
- Para não cair na mesmice, nós sempre estamos procurando inovar, por isso temos um grupo de pesquisa e desenvolvimento que está sempre procurando atender a demanda

Tem-se como objetivo desta pesquisa descrever como é realizada uma consultoria de exportação de carne bovina, se aprofundando ainda mais em: Analisar o funcionamento do mercado externo; identificar os padrões exigidos pelas empresas; explorar uma consultoria para exportação; Identificar formas, e métodos mais eficientes para agilizar o processo de exportação; Oportunidade de mercado em transições internacionais.

A exportação é uma atividade que reflete diretamente no crescimento de produção de uma empresa. Muitas empresas precisam prever o impacto no processo de produção antes de entrar no mercado internacional. A negociação de matéria prima pode ser alterada e o custo de produção pode vir a variar, de acordo com os padrões de exigência dos clientes externos.

Devido à falta de confiança dos países a consultoria de exportação desenvolverá uma estratégia vinculada a um cronograma de maneira a se abordar em primeiro lugar, os mercados menos regulamentados, ajustando-se o processo em um cronograma sustentável para então estabelecer voos maiores.

Analisar a qualidade do produto para que o produto seja da qualidade aceita pelas empresas; viabilidade da exportação, se no momento é viável exportar para que não aja perda financeira; conservação do produto, ter cuidado para que o produto chegue ao seu destino final com sua qualidade de acordo com toda a documentação.

Apresentar uma empresa de confiança e de preços acessíveis para futuras exportações com segurança. Documentação de acordo com as leis de ambos os países para que não ocorra volta do produto evitando perda financeira e uma satisfação.

Segundo o Ministério da Agricultura (2017), até 2020, a expectativa é que a produção nacional de carnes suprirá 44,5% do mercado mundial. Já a carne de frango terá 48,1% das exportações mundiais e a participação da carne suína será de 14,2%. Essas estimativas indicam que o Brasil pode manter posição de primeiro exportador mundial de carnes bovina e de frango. (MINISTERIO DA AGRICULTURA, 2017)

Cabe ao Ministério da Agricultura, por intermédio da Secretaria de Defesa Agropecuária, regulamentar e controlar mercadorias. (MINISTERIO DA AGRICULTURA, 2017)

“Toda e qualquer exportação de animais vivos ou produtos de origem animal é submetida ao cumprimento de requisitos regulamentados pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA”. (MINISTERIO DA AGRICULTURA, 2017)

“A comprovação da sanidade animal varia de acordo com o país importador. Informações sobre documentação e procedimentos necessários para exportar produtos de origem animal, são fornecidas”. (MINISTERIO DA AGRICULTURA, 2017)

Sendo Henrique (2010) a exportação é uma das melhores formas de uma empresa alavancar seu crescimento. Boa parte das empresas que iniciam seu processo de exportação tem um crescimento considerável perto das empresas concorrentes que não exportam.

De acordo com Henrique (2010) quando se consegue explorar um novo mercado externo, você aumenta a demanda por seus produtos, e com isto reduz os custos fixos da produção. Além de obter vantagens na aquisição de algumas variáveis, como a matéria-prima, aumentado assim além das vendas, o lucro.

De acordo com Henrique (2010) com a exportação dos produtos, a empresa fica menos vulnerável às mudanças drásticas de demanda do mercado interno, fazendo com que a diversificação de mercados faça a mais forte contra mudanças dentro do seu ambiente externo.

“Com a exportação a empresa pode facilmente diminuir sua capacidade ociosa, aproveitando, assim, a redução de seus custos fixos na produção”. (HENRIQUE, 2010)

Será preciso funcionários com a capacidade de falar e compreender outros idiomas, para que estabeleça relação com outros países.

Segundo o site Terra (2017):

As exportações de carne bovina in natura do Brasil para todos os destinos tiveram aumento de 38,5 por cento na comparação com julho de 2016, alcançando 451 milhões de dólares. Em volume foram mais de 106 mil toneladas, o que representa uma alta de 29,5 por cento sobre o total dos embarques realizados no mesmo mês do ano passado. Nos sete primeiros meses deste ano, nas exportações de carne bovina in natura do Brasil atingiram mais de 2,6 bilhões de dólares, alta de 3,1 por cento sobre o faturado no mesmo período de 2016. (TERRA,2017)

Nos últimos anos, impulsionado pela política do governo federal, nas gestões de Lula e Dilma, de criar grupos "campeões nacionais", a concentração no setor de carnes aumentou consideravelmente. Os dois principais frigoríficos brasileiros, JBS e Marfrig, receberam um grande empurrão do BNDES para fazer aquisições de empresas menores e provocar uma consolidação no setor. A política sempre recebeu muitas críticas de especialistas, por dar condições desiguais de crescimento para alguns grupos escolhidos pelo governo. (RADOVICZ,2017)

Um artigo assinado pelo governador Confúcio Moura (2017) em parceria com a veterinária, Carolina Cadamuro, mostrou a importância dos pequenos frigoríficos principalmente no momento de crise onde os de grande porte foram violentamente afetados. Moura, aproveitou a oportunidade para ressaltar a produtividade agrícola do estado que poderia abastecer as mesas dos brasileiros que vivem na região norte do país. (MOURA, 2017)

Inicialmente, Moura lembrou que o controle sanitário criado no Governo Getúlio Vargas foi o ponta pé para a regularização e controle do que se comia no país. Com essas regras impostas, surgiram os frigoríficos de grande porte e é claro os cartéis a qual o gestor classificou como "coisa de horror". (MOURA, 2017)

Em seguida, anunciou o "renascimento" dos pequenos frigoríficos e ressaltou a importância desses serviços para o estado. "Agora, chegou a hora, do renascimento dos pequenos frigoríficos, aqui em Rondônia. Chega de aguentar a supremacia de poucos sobre muitos. Os pequenos são importantes para o abastecimento interno. E juntando com outros, podem também vender para fora do país. É uma oportunidade nova", anunciou. (MOURA, 2017)

Segundo os estudos da Sociedade Nacional de Agricultura a compilação efetuada pelo MAPA junto à Secex/MDIC mostra que apenas a carne bovina vem tendo desempenho negativo no mercado externo. (Sociedade Nacional de Agricultura, 2017)

Felizmente, as perdas param por aí. Porque, considerados apenas os valores relativos, a carne de peru acumula aumentos de 58% no volume, de 26% no preço médio e de 101% na receita. A suína, de, respectivamente, 17%, 30% e 52%. E a carne de frango de 8%, 18% e 28%. (Sociedade Nacional de Agricultura, 2017).

De acordo com o site da Sociedade Nacional da Agricultura (2017) sob esse aspecto, a carne de frango tem evolução inferior à das outras duas carnes.

Mas, em relação ao total exportado, respondeu por 64% do volume embarcado e por quase a metade (49,11%) da receita cambial do período.

De acordo com Isaac (2009) de 2000 a 2008 as exportações brasileiras de carne bovina cresceram 268%, sendo que a produção aumentou 45%. A importância do mercado externo, portanto, quase triplicou. (ISAAC, 2009)

Ano passado, porém, as vendas externas registraram retração significativa. A produção também diminuiu, mas em menor proporção (mesmo considerando que esse número ainda pode ser revisto para baixo). Dessa forma, o mercado externo perdeu um pouco de sua importância. (ISAAC, 2009)

Esse quadro pode se intensificar em 2009. Apesar de não haver ainda estatísticas de abate/produção atualizadas, é provável que as vendas externas estejam mantendo um ritmo de queda mais acentuado em relação ao ajuste que se observa para os abates. (ISAAC, 2009)

Afinal, além do problema do crédito, é preciso considerar que, internamente, as quedas que veem sendo registradas para a carne bovina têm sido relativamente mais comedidas do que no mercado internacional. (ISAAC, 2009)

Por tanto esta pesquisa tem como caráter descritivo e exploratório, visto o seu objetivo geral, realizou-se uma pesquisa bibliográfica em sites.

Buscará entrevistar um profissional da área de frigoríficos, em busca de informações sobre o produto e dificuldades existentes para a área.

Aplicou-se um formulário de pesquisa para 60 pessoas, na Etec Prof. Massuyuki Kawano da cidade de Tupã, realizado no dia 20 de outubro de 2017. Cada formulário possuía dez questões, com o intuito de questionar a viabilidade da empresa.

Utilizou-se o Microsoft e Excel para tabular e planilhar as respostas dos 60 formulários aplicados, sendo analisado a cada questão separadamente e em seguida como um todo, utilizou-se também o PowerPoint para a visualização e a apresentação dos dados obtidos.

2 PESQUISA DE CAMPO

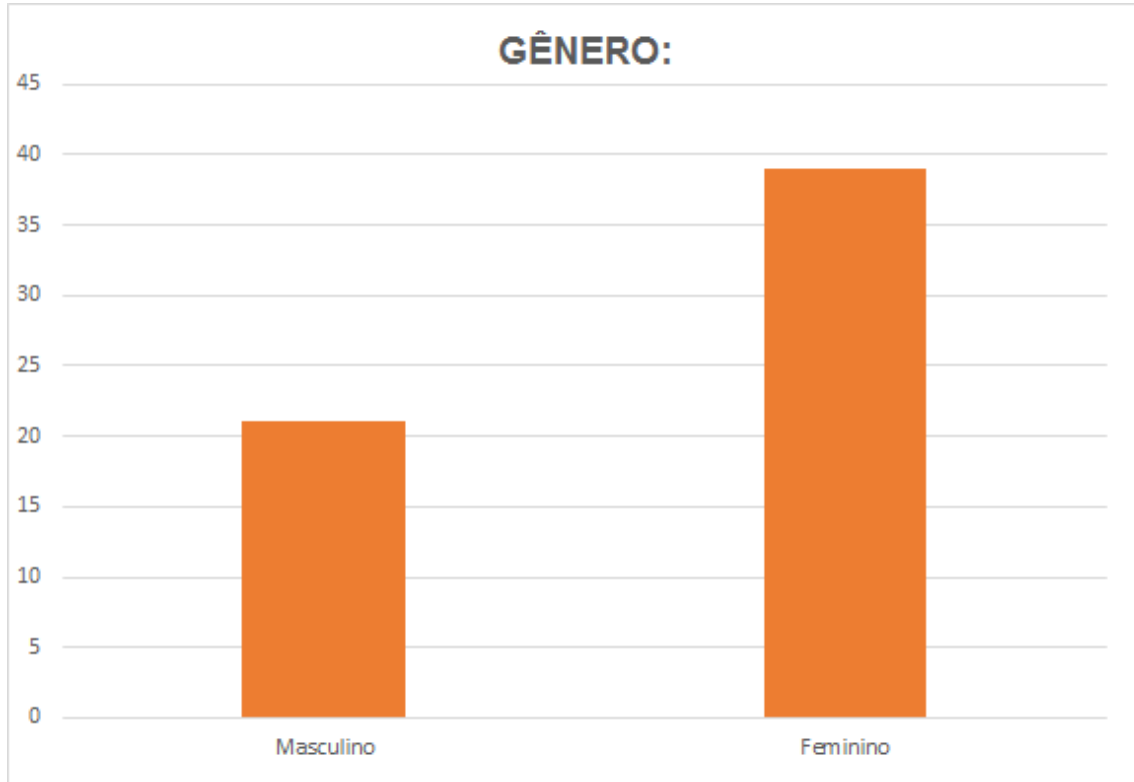
Sabe-se que existe uma grande carencia de carne em alguns países.

No entanto o Brasil por sua grande produção de carne bovina tem a capacidade de exportar este produto, dando então a oportunidade aos pequenos empreendedores. Criando a necessidade de uma consultoria para a exportação, para o auxilio das empresas para que possam crescer e ser reconhecida.

Porém para se colocar um serviço deste tipo, exige conhecimento pelo publico e aceitação sobre a consultoria, assim foi realizada uma pesquisa na escola ETEC Prof. Massuyuki Kawano, com o objetivo de ter por base, a viabilidade do investimento e ao serviço prestado.

A pesquisa foi realizada aos alunos de diferentes áreas, dentro de suas próprias salas, sendo assim, realizados por meio de questionários quantitativos, contendo alternativas de multiplas escolhas.

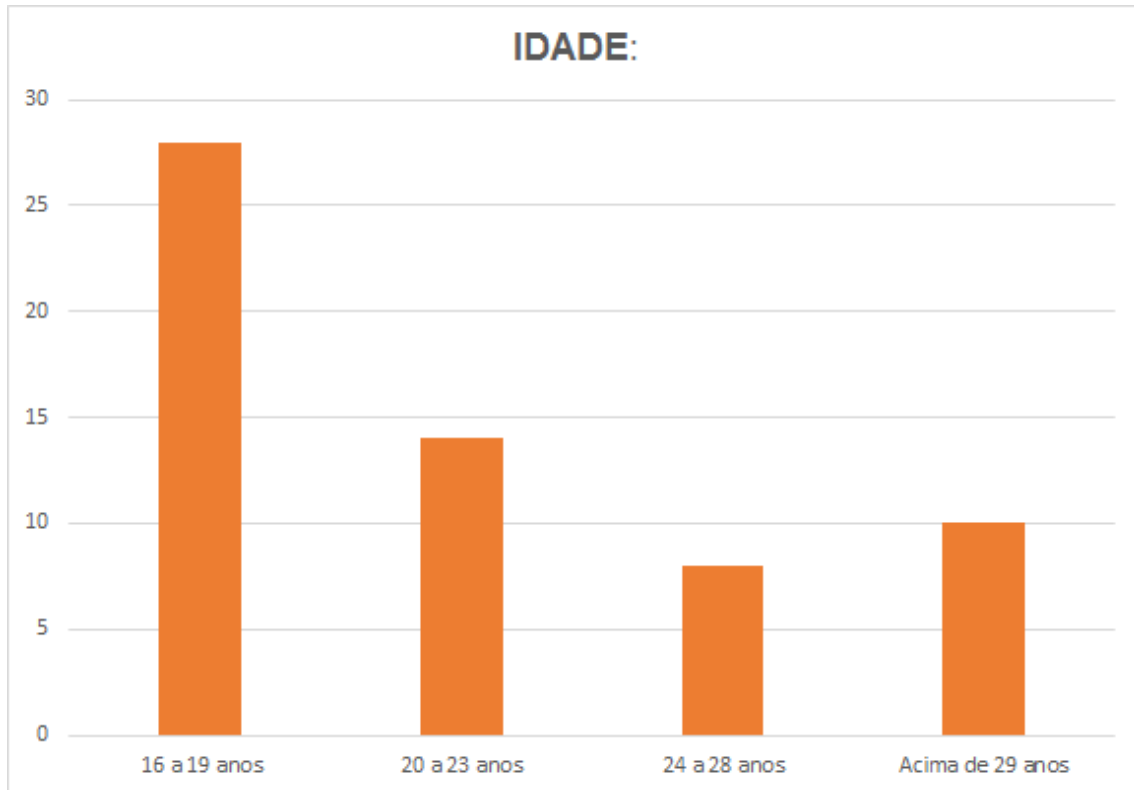
Gráfico 1 - Sexo



FONTE: Elaborado por autores

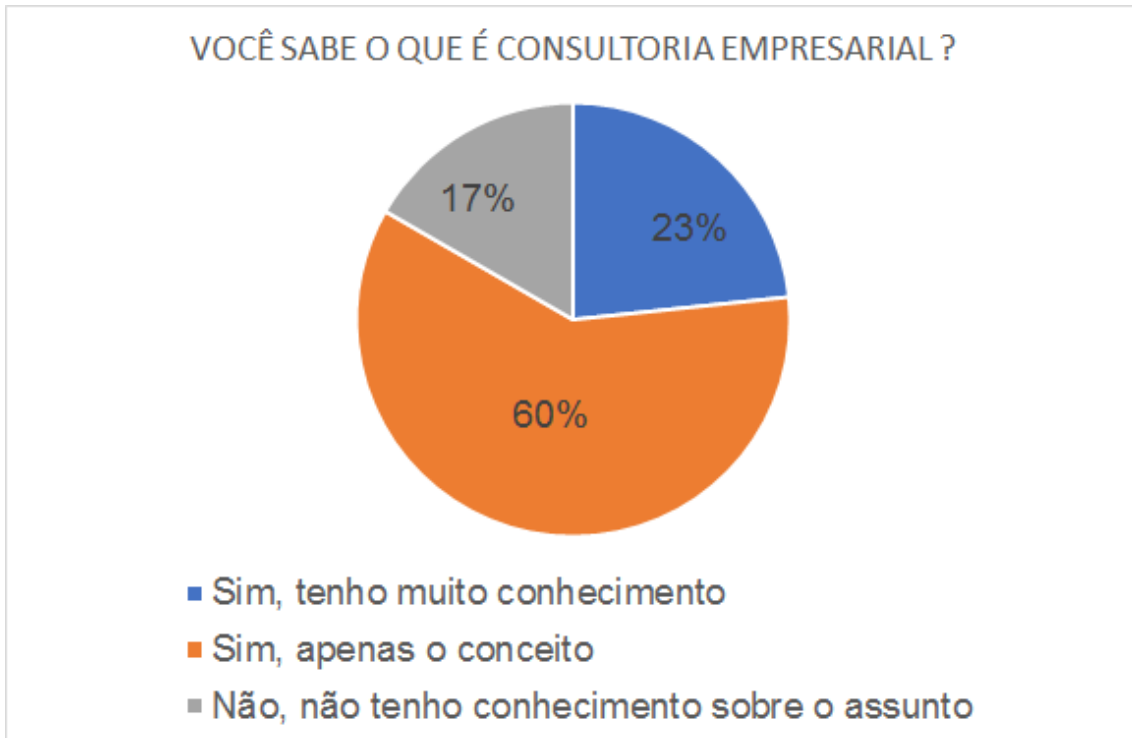
De acordo com a pesquisa aplicada o total de entrevistados que participaram da pesquisa somaram 60 alunos, sendo 21 de gênero masculino e 39 femininos.

Gráfico 2 - Idade



FONTE: Elaborado por autores

A maioria dos entrevistados tem idade entre 16 e 19 anos totalizando 28 alunos, de 20 a 23 anos totalizando 14 alunos, de 24 a 28 anos totalizando 8 alunos e acima de 29 anos totalizando 10 alunos.

Gráfico 3 - Consultoria empresarial

FONTE: Elaborado por autores

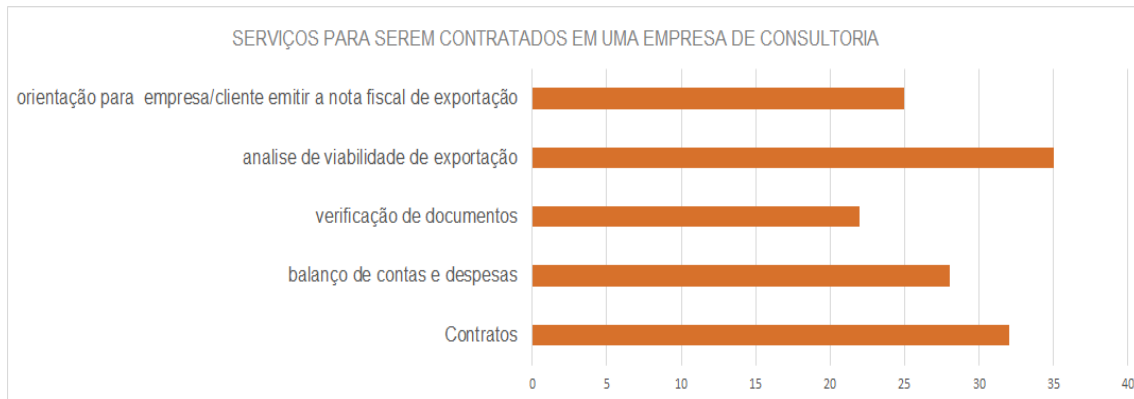
Segundo a pesquisa 60% dos alunos conhecem apenas o conceito do que se trata uma consultoria empresarial, 23% possuem muito conhecimento e apenas 17% não possuem nenhum conhecimento sobre o assunto.

Gráfico 4 - Contratação de uma consultoria

FONTE: Elaborado por autores

A pesquisa revelou que 88% dos entrevistados contratariam sim uma consultoria empresarial e apenas 12% não contratariam uma consultoria.

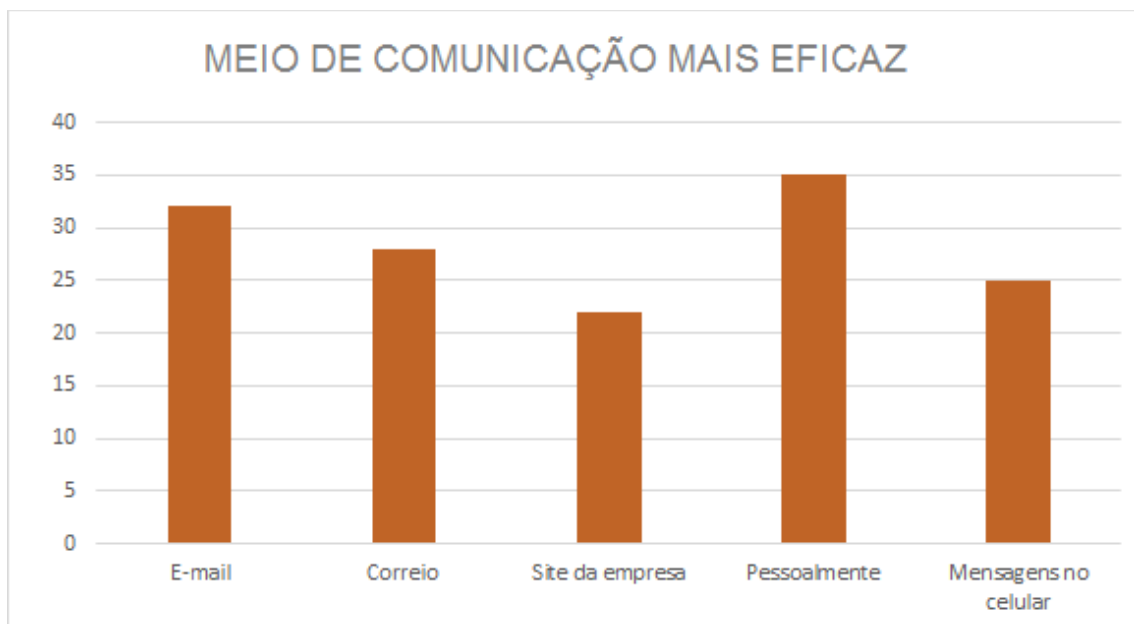
Gráfico 5 - Serviços para serem contratados em uma empresa de consultoria



FONTE: Elaborado por autores

De acordo com a pesquisa aplicada com a oportunidade de se assinalar até 3 opções, serviço o qual seria mais contratado dentro da empresa seria a análise de viabilidade de exportação, seguindo-se por formular contratos.

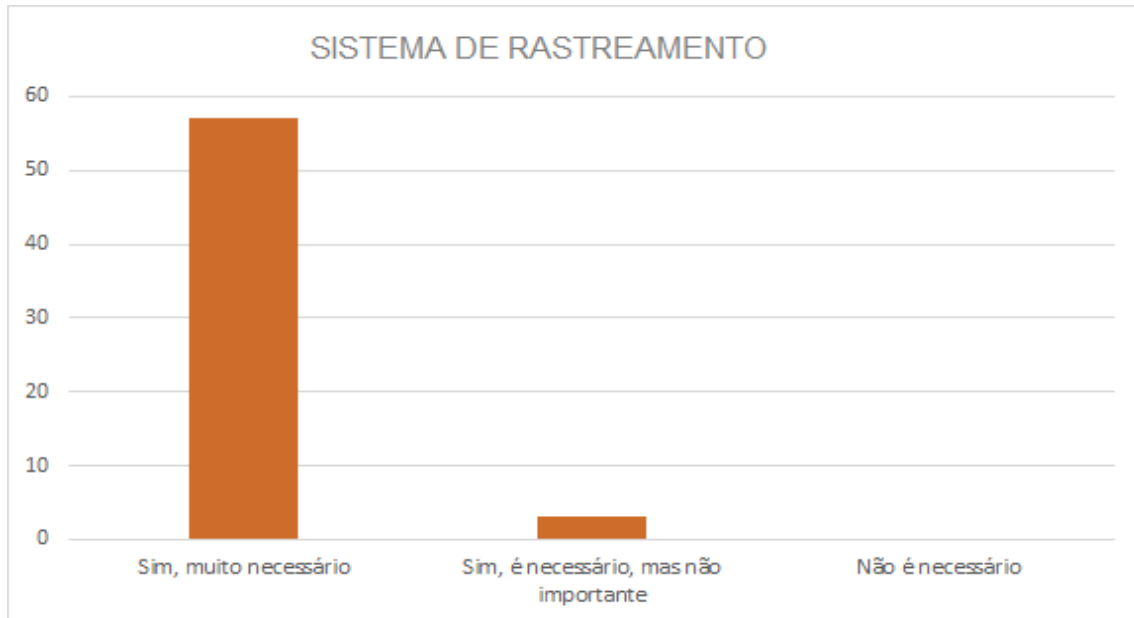
Gráfico 6 - Meio de comunicação mais eficaz



FONTE: Elaborado por autores

A pesquisa revela que o melhor meio de comunicação todos são bem pareados, mas segundo os entrevistados o meio mais eficaz é pessoalmente, logo em seguida por e-mail.

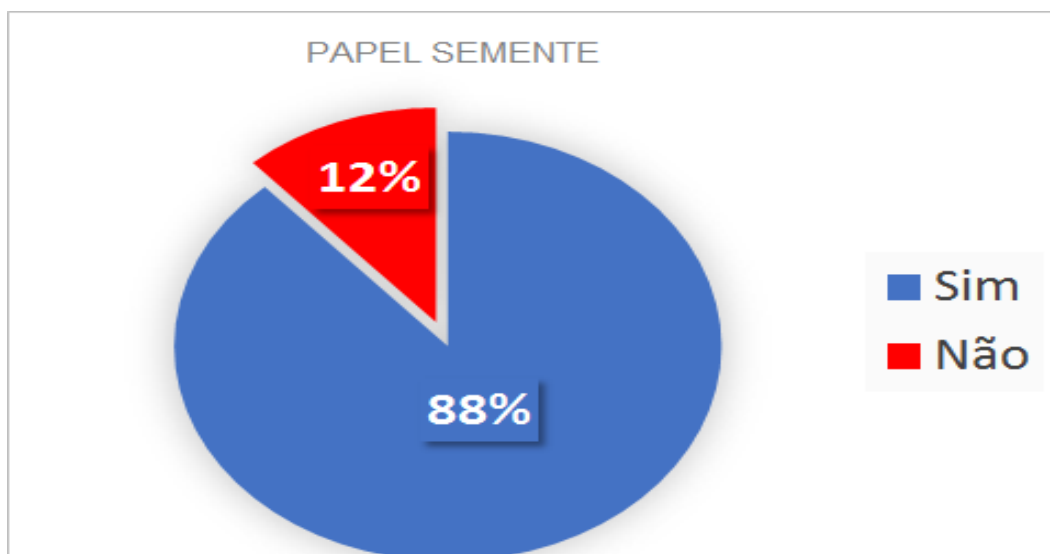
Gráfico 7 - Sistema de rastreamento



FONTE: Elaborado por autores

Os entrevistados concordam que o sistema de rastreio é sim muito necessário para a empresa.

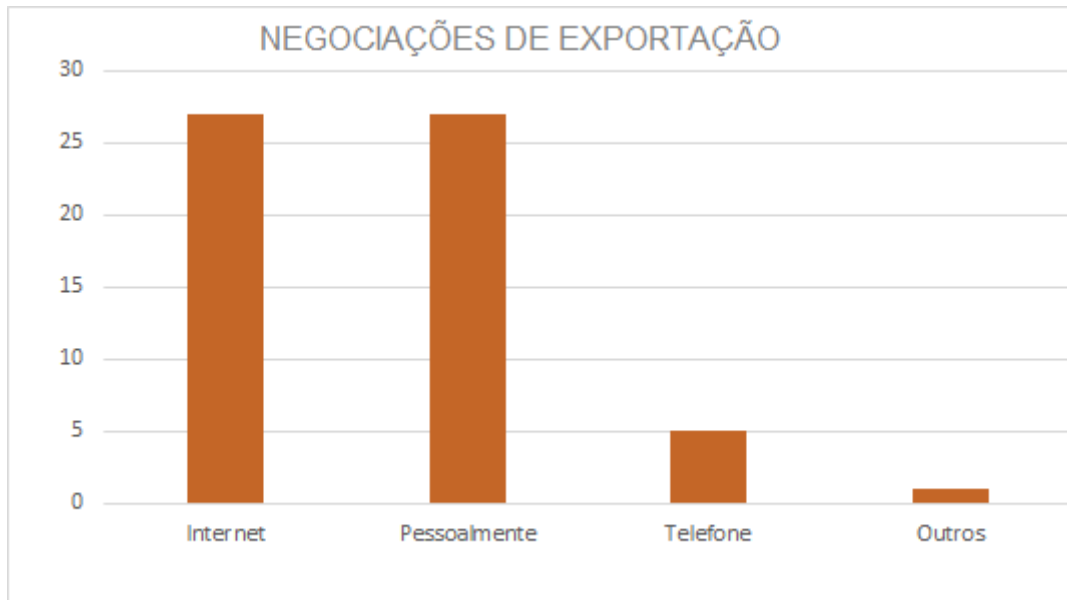
Gráfico 8 - Papel Semente



FONTE: Elaborado por autores

Em relação a plantação do papel semente que se seria utilizado para a divulgação e inovação 88% iria sim plantar as sementes e os outros 12% não.

Gráfico 9 - Negociações de exportação



FONTE: Elaborado por autores

O método mais eficaz para a negociação da exportação está empatado entre dois quesitos, via internet ou pessoalmente segundo a pesquisa realizada, seguindo logo após por telefone.

Gráfico 10 - Simulação de preços dos produtos



FONTE: Elaborado por autores

Apenas 2% não buscaria o site da empresa para a simulação do valor de seus produtos e 98% dos entrevistados simularia sim o valor de seus produtos pelo site da empresa.

Aplicou-se um formulário de pesquisa para 60 pessoas, na Etec Prof. Massuyuki Kawano, cada formulário possuía dez questões. Com o intuito de questionar a viabilidade da empresa, e foi analisado que a grande maioria das pessoas que foram entrevistadas comprariam, e acreditam que é necessária uma consultoria de exportação

3 PLANO DE NEGÓCIOS

3.1 SUMÁRIO EXECUTIVO

Com base em pesquisas foram encontradas dificuldades das empresas que produzem carne bovina na área de exportação, a ideia de negócio é uma consultoria de exportação de carne bovina para que as empresas entreguem os produtos com melhor qualidade, resolvendo problemas como falta de qualificação de serviços documentação e burocracia.

A empresa será responsável tanto pela parte de exportação, como pela parte dos documentos facilitando este processo e o serviço será feito de forma sustentável como embalagens recicláveis.

Analisando a viabilidade de exportação e os custos, visando obter melhores resultados, todo o processo será feito com segurança e utilizando as ferramentas necessárias, identificará os clientes no país de interesse, fazendo o fechamento de câmbio e a negociação com os clientes internacionais, sendo assim a consultoria ficará responsável por todos esses serviços, facilitando todo o processo de exportação, oferecendo um serviço com transparência, de qualidade e bem administrado.

Portanto, pensando em uma forma de ajudar estas empresas, que serão futuros clientes, também obterá um meio de lucratividade, fazendo este auxílio para as companhias responsáveis pela exportação.

3.2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

3.2.1 Dados dos Fundadores e Empresários

Fundador 01	
Nome: Ana Caroline Felisbino	
Endereço: Mandaguaris nº1557	Cidade/Estado: Tupã – SP
E-mail: aninha_felisbino@hotmail.com	Telefone: (14)997999665

Atribuição do Fundador 01

Gestor Financeiro: administrar todo o fluxo da empresa, entrada e saída de dinheiro.

Fundador 02	
Nome: Guilherme Henrique Alves Moreira	
Endereço: Av. Comendador José Giorgi	Cidade/Estado: Quatá – SP
E-mail: gui_moreira17@outlook.com	Telefone: (18)997410179

Atribuição do Fundador 02

Gestor de Pessoas: cuidará da Documentação para que os documentos estejam todos corretos de acordo com as leis de ambos os países para a exportação, não deixando que o produto volte por problemas de documentos.

Fundador 03	
Nome: João Vitor Veroneze	
Endereço: Rua Iacri nº 98	Cidade/Estado: Tupã – SP
E-mail: joavitorveroneze@hotmail.com	Telefone: (14) 982314009

Atribuição do Fundador 03

Gestor em Relações Internacionais: mantem o contato com outros países, fazendo a negociação da venda de acordo com as leis em outro idioma se necessário.

Fundador 04	
Nome: Matheus Vinicius Lopes dos Santos	
Endereço: Zico Macorim nº53	Cidade/Estado: Tupã – SP
E-mail: mvls54@outlook.com	Telefone: (14) 991923271

Atribuição do Fundador 04

Gestor de Marketing: definir as estratégias de atuação de uma empresa, estudar as necessidades dos clientes, desenvolver produtos e serviços para atendê-los e planejar as vendas;

Fundador 05	
Nome: Sara Alves Marques	
Endereço: Av. Brasil nº1030	Cidade/Estado: Herculândia – SP
E-mail: saraalveesmarques@gmail.com	Telefone: (14)996714581

Atribuição do Fundador 05

Gestor de Logística – Cuida da entrada e saída de mercadorias, buscando a melhor forma de manusear o produto, com a melhor embalagem para que não ocorra danos ao produto e menos custoso possível.

3.2.2 Experiência Profissional e Atribuições

Perfil do Fundador 01 – Ana Caroline Felisbino: nascida em 28/12/1996, trabalhou em Bordados Millenium em 2015/2016, trabalha em P&P Comercio varejista de utilidades até atualmente, cursando um curso técnico de administração.

Perfil do Fundador 02 - Guilherme Henrique Alves Moreira: Nascido em 01/02/2001, e cursa técnico em Administração, ensino médio a concluir.

Perfil do Fundador 03 - João Vitor Veroneze: Nascido em 19/12/2000, ensino médio a concluir e cursa o técnico em administração.

Perfil do Fundador 04 - Matheus Vinicius Lopes dos Santos:

Nascido em 26/12/2000, e cursa técnico em Administração, ensino médio a concluir.

Perfil do Fundador 05 - Sara Alves Marques: Nascida em 24/05/2001, ensino médio incompleto, cursando Técnico em Administração.

3.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO

Nome da Empresa/Nome Fantasia: AgroBeff Consultoria.

CNPJ: 538.672.656/3333-90

3.3.1 Missão e Visão da Empresa

Missão:

Auxiliar e ajudar outras empresas a fazerem exportações de forma mais fácil, prático e seguro, processos burocráticos desde a documentação, até a nota fiscal de exportação.

Visão:

- Tornar-se uma empresa de Consultoria de Exportação de classe mundial

- Crescer no ramo de Consultoria de exportações

- Fazer parcerias comerciais

- Aumentar o número de clientes

Valores:

- Proximidade ao cliente

- Respeito

- Responsabilidade

- Sustentabilidade

- Comprometimento

- Respeito

- Ética

- Transparência

3.3.2 Setor de Atividade

A empresa se enquadra no setor de serviços para os agropecuaristas, atendendo as dúvidas e gerando documentações para uma futura exportação de carne bovina para outros países.

Auxiliando aos empresários de pequeno e médio porte, com relação a negociação entre as empresas existira vários métodos, na documentação será trabalhado tudo conforme as leis democráticas, logo após guardado na empresa com todo o consentimento do cliente, será realizado pesquisas para saber se a exportação será viável ou não e se aquele é um bom momento para se exportar, sendo realizado uma pesquisa para determinar o valor correto para se exportar o produto, o

empreendedor será informado sobre todos os processos da exportação e sobre a economia do mundo.

3.3.3 Forma Jurídica

Empreendimento deve-se ser uma Microempresa (ME). Para formalização é necessário optar entre uma das formas de tributação como o Simples Nacional e realizar o registro em uma Junta Comercial. Não há restrições para o desempenho de serviços, no entanto, é importante ter o controle do faturamento a partir do registro correto do fluxo de caixa. Se o lucro ultrapassar o limite para ME, o contrato social deve ser revisto, alterando também o regime tributário do empreendimento.

3.3.4 Enquadramento Tributário

Figura 1 - Tabela do Simples Nacional

Receita Bruta em 12 meses (em R\$)	(r)<0,10	0,10=<(r) e (r) < 0,15	0,15=<(r) e (r) < 0,20	0,20=<(r) e (r) < 0,25	0,25=<(r) e (r) < 0,30	0,30=<(r) e (r) < 0,35	0,35=<(r) e (r) < 0,40	(r) >= 0,40
De R\$ 0,00 a R\$ 180.000,00	17,50%	15,70%	13,70%	11,82%	10,47%	9,97%	8,80%	8,00%
De R\$ 180.000,01 a R\$ 360.000,00	17,52%	15,75%	13,90%	12,60%	12,33%	10,72%	9,10%	8,48%
De R\$ 360.000,01 a R\$ 540.000,00	17,55%	15,95%	14,20%	12,90%	12,64%	11,11%	9,58%	9,03%
De R\$ 540.000,01 a R\$ 720.000,00	17,95%	16,70%	15,00%	13,70%	13,45%	12,00%	10,56%	9,34%
De R\$ 720.000,01 a R\$ 900.000,00	18,15%	16,95%	15,30%	14,03%	13,53%	12,40%	11,04%	10,06%
De R\$ 900.000,01 a R\$ 1.080.000,00	18,45%	17,20%	15,40%	14,10%	13,60%	12,60%	11,60%	10,60%
De R\$ 1.080.000,01 a R\$ 1.260.000,00	18,55%	17,30%	15,50%	14,11%	13,68%	12,68%	11,68%	10,68%
De R\$ 1.260.000,01 a R\$ 1.440.000,00	18,62%	17,32%	15,60%	14,12%	13,69%	12,69%	11,69%	10,69%
De R\$ 1.440.000,01 a R\$ 1.620.000,00	18,72%	17,42%	15,70%	14,13%	14,08%	13,08%	12,08%	11,08%
De R\$ 1.620.000,01 a R\$ 1.800.000,00	18,86%	17,56%	15,80%	14,14%	14,09%	13,09%	12,09%	11,09%
De R\$ 1.800.000,01 a R\$ 1.980.000,00	18,96%	17,66%	15,90%	14,49%	14,45%	13,61%	12,78%	11,87%
De R\$ 1.980.000,01 a R\$ 2.160.000,00	19,06%	17,76%	16,00%	14,67%	14,64%	13,81%	13,15%	12,28%
De R\$ 2.160.000,01 a R\$ 2.340.000,00	19,26%	17,96%	16,20%	14,86%	14,82%	14,17%	13,51%	12,68%
De R\$ 2.340.000,01 a R\$ 2.520.000,00	19,56%	18,30%	16,50%	15,46%	15,18%	14,61%	14,04%	13,26%
De R\$ 2.520.000,01 a R\$ 2.700.000,00	20,70%	19,30%	17,45%	16,24%	16,00%	15,52%	15,03%	14,29%
De R\$ 2.700.000,01 a R\$ 2.880.000,00	21,20%	20,00%	18,20%	16,91%	16,72%	16,32%	15,93%	15,23%
De R\$ 2.880.000,01 a R\$ 3.060.000,00	21,70%	20,50%	18,70%	17,40%	17,13%	16,82%	16,38%	16,17%
De R\$ 3.060.000,01 a R\$ 3.240.000,00	22,20%	20,90%	19,10%	17,80%	17,55%	17,22%	16,82%	16,51%
De R\$ 3.240.000,01 a R\$ 3.420.000,00	22,50%	21,30%	19,50%	18,20%	17,97%	17,44%	17,21%	16,94%
De R\$ 3.420.000,01 a R\$ 3.600.000,00	22,90%	21,80%	20,00%	18,60%	18,40%	17,85%	17,60%	17,18%

<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/anexo-5-simples-nacional>

A nossa empresa se enquadra nas atividades Simples Nacional, com o número do Concla e CNAE 7020-4/00, no qual são as atividades de consultoria de exportação em gestão empresarial, nestas empresas se enquadram o Anexo V da Tabela Simples Nacional.

3.4 CAPITAL SOCIAL

O capital social é representado por todos os recursos (dinheiro, equipamentos, ferramentas etc.) colocado(s) pelo(s) proprietário(s) para a montagem do negócio.

Nomes do Fundador	Valor do Capital Integralizado
Fundador 01 - Ana Caroline Felisbino	R\$ 45.000,00
Fundador 02 - Guilherme Henrique Alves Moreira	R\$ 45.000,00
Fundador 03 - João Vitor Veroneze	R\$ 45.000,00
Fundador 04 - Matheus Vinicius Lopes dos Santos	R\$ 45.000,00
Fundador 05 - Sara Alves Marques	R\$ 45.000,00

3.5 FONTE DE RECURSOS

Os recursos necessários poderão ser da aplicação dos próprios proprietários, ou ainda de investidores que queiram investir na abertura da empresa em questão, e poderão também ser feito através de empréstimos junto a uma instituição financeira.

Os recursos necessários, como o imóvel comercial, seriam alugados, e os demais produtos como computadores, rede de internet, equipamentos para escritório como mesas, cadeiras, impressoras, papéis, canetas, lápis, borrachas e veículo seriam comprados com o valor do capital social, investido pelos proprietários, ou investidores da empresa.

3.6 ANÁLISE DE MERCADO

3.6.1 Análise dos Clientes

Os clientes são frigoríficos e agropecuaristas no caso autônomo com interesse de lucrar e começar o próprio negócio.

Os frigoríficos de pequeno e médio porte verão uma necessidade por exportar seus produtos para que a sua empresa seja reconhecida por todo o mundo, deixando de ser anônimas ou apenas um frigorífico local, além do lucro que a empresa irá obter auxiliando no crescimento da empresa, estes clientes estarão em frigoríficos da região onde se localizara a empresa.

A empresa buscara parcerias com feiras agropecuárias, para promover a empresa e chamar a atenção dos agropecuaristas para que possam aumentar a sua renda, realizando então uma consultoria para avaliar se seria viável, este cliente também poderá ver o quanto está valendo o produto, e se informar sobre as novidades da empresa, este cliente se encontrara ao redor da empresa como por exemplo em uma fazenda ou até mesmo aquele que mora na cidade, mas que possui uma criação de gado.

Os clientes são frigoríficos e agropecuaristas no caso autônomo com interesse de lucrar e começar o próprio negócio.

Os frigoríficos de pequeno e médio porte verão uma necessidade por exportar seus produtos para que a sua empresa seja reconhecida por todo o mundo, deixando de ser anônimas ou apenas um frigorífico local, além do lucro que a empresa irá obter auxiliando no crescimento da empresa, estes clientes estarão em frigoríficos da região onde se localizara a empresa.

A empresa buscara parcerias com feiras agropecuárias, para promover a empresa e chamar a atenção dos agropecuaristas para que possam aumentar a sua renda, realizando então uma consultoria para avaliar se seria viável, este cliente também poderá ver o quanto está valendo o produto, e se informar sobre as novidades da empresa, este cliente se encontrara ao redor da empresa como por exemplo em uma fazenda ou até mesmo aquele que mora na cidade, mas que possui uma criação de gado.

A faixa etária das pessoas físicas são entre 27 a 55 anos, na maioria são homens, eles têm família de médio porte entre 3 a 4 filhos, seu trabalho é agropecuarista, ganham entre R\$1.500,00 e R\$2.800,00, entre a maioria estudaram

ensino fundamental e o médio e quase toda a maioria moram em fazendas fora das cidades.

As pessoas jurídicas (outras empresas) atuam em frigoríficos e gerenciamento desta área, eles oferecem carnes de vários tipos, possuem entre 100 a 2.000 empregados, a indústria frigorífica no Brasil surgiu na década de 1910 e eles tem uma ótima imagem apenas algumas que não.

A frequência que costumam comprar esse serviço é mensal, a maioria costuma comprar esse serviço pessoalmente e pagam entre R\$1.800,00 e R\$1.900,00.

Pelo fato de o valor ser mais em conta e pelo serviço ser de boa qualidade, a marca também pode influenciar na venda deste produto, no entanto o prazo de entrega pode não ser tão atraente para os clientes, o prazo de pagamento é o que chama atenção, pois hoje em dia as pessoas buscam prazos mais longos, o atendimento da empresa é o que cativa o cliente fazendo com que ganhe a confiança e faça que ele retorne novamente.

Atuará no mercado de pequeno e médio porte e agropecuaristas individuais, a empresa buscara atuar em todo país e em países exteriores e os clientes terão fácil acesso a empresa podendo entrar em contato via e-mail, por telefone e até mesmo pessoalmente.

3.6.2 Análise dos Concorrentes

	Qualidade do Produto/Serviço	Preço	Condições de Pagamento	Atendimento	Serviços Oferecidos
Agromais Consultoria	Boa qualidade.	R\$ 1.390,7	A vista 30 dias Anual	E-mail Telefone Ponto fixo aplicativo	<ul style="list-style-type: none"> • Acompanhamento econômico • Análises setoriais • Avaliações e perícias • Clube da Terra Construção de cenários
Lideri Consultoria	Excelência e de qualidade	Não apresenta preços	Não apresenta condições de pagamento	E-mail Telefone Ponto fixo	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboração e implantação de projeto • Viabilidade econômica • Análise de risco • Gestão Nutricional Compra de animais
SCOT Consultoria	Se diz ser de qualidade	Não apresenta preços, acredita na política de privacidade	Não apresenta condições de pagamento	E-mail Telefone Ponto fixo	<ul style="list-style-type: none"> • Compra de animais • Fornecedor de carne bovina • Exportador

Conclusão da Análise dos Concorrentes: Conclui-se que os concorrentes dificultam o acesso a algumas informações essenciais para que o futuro consumidor de seu serviço ou produto, como também o entendimento do cliente podendo fazer com que perda o interesse pela empresa buscando outro fornecedor.

3.6.3 Análise dos Fornecedores

Ordem	Nome do Fornecedor	Descrição do Item	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega	Localização do Fornecedor
1	Chamex	Papel sulfite 500 folhas	R\$ 21,90	A vista Parcelado	20 dias	Unidade centro Unidade Joinville Unidade Centro
2	Contabilista	Caneta 50 um.	R\$ 38,99	A vista ou parcelado	15 a 20 dias	São Paulo
3	Loja HP	Cartuchos HP	R\$ 47,90	A vista Parcelado até 4 vezes	15 a 30 dias	São Caetano
4	Contabilista	Envelopes 250un.	R\$ 41,90	A vista ou no cartão	20 dias	Unidade centro Unidade Joinville Unidade Centro
5	Staples	Posti-it 4 blocos de 50 folhas	R\$ 5,49	A Vista	15 a 20 dias	São Paulo
6	Staples	Grampeador de mesa	R\$ 10,75	A vista	15 a 20 dias	São Paulo
7	Fribal	Grampos 5000un.	R\$ 3,51	A vista ou no cartão	20 a 30 dias	Espirito Santo do pinhal

3.7 PLANO DE MARKETING

3.7.1 Descrição dos Principais Produtos ou Serviços

Viabilidade de exportação: analisa de várias formas como economicamente, clientes potenciais, custos de exportação e se compensa naquele determinado momento.

Procedimentos Burocráticos: são feitos os documentos necessários para a exportação, como os contratos e as emissões de nota fiscal.

Identificar os padrões exigidos pelas empresas: Identificará quais são os padrões exigidos pelas empresas na questão de carne bovina, como as exigências sanitárias, de qualidade e de impostos.

Analisar o funcionamento do mercado externo: é necessário analisar o funcionamento do mercado externo, para estar por dentro de informações de possíveis clientes, as novidades no ramo de negócios e também a mudanças no mercado.

Análise de Viabilidade de Custos: será feito todo o levantamento de custos e despesas para o cliente, justamente para informa-lo corretamente sobre os gastos dele com o processo de exportação.

Segurança no processo de exportação: será feito vastos processos de segurança, para que não acha problemas na hora de exportar, como o sistema de QR CODE, no qual permiti uma maior segurança para o cliente.

Transparência de informações: durante todo o processo de documentação e exportação, será passado para o cliente todas as informações do ocorrido, desde o contrato até o desembarque da mercadoria.

Acessória para fechamento de câmbio de exportação: fará todo o processo de câmbio de moeda para o cliente, o cliente terá a opção de qual a empresa fechar a acessória de câmbio entre outras demais informações.

Orientação para o cliente emitir nota fiscal da exportação: esse é um processo opcional para o cliente, mas em todo caso ajudará o cliente a emitir nota fiscal, pois o processo de complicado e demorado.

3.7.2 Preço

PREÇO DE EXPORTAÇÃO		
Serviço/Produto	Valor	Forma de Pagamento
Documentação	R\$ 800,00	A vista ou parcelado no cartão
Consultoria de exportação	R\$ 2.800,00	A vista ou parcelado no cartão Cheque para 20 e 30 dias

3.7.3 Estratégias Promocionais

Utilizaremos os meios de redes sociais, anúncios de rádio, propagandas de televisão, e panfletos e cartazes espalhados pelas cidades para anunciar nossos serviços.

Através de redes sociais, faríamos várias postagens com imagens e vídeos sobre nossos serviços, como funcionam cada um e também deixando várias formas de entrar em contato com a empresa para a contratação dos serviços.

Os anúncios de rádio, teriam um uma mensagem publicitária através de um jingle, com refrão simples e de curta duração, para que o cliente sempre associe bem aquele jingle com a empresa.

As propagandas de televisão, mostrariam nossos serviços de uma forma que fique claro ao cliente que a empresa tem compromisso com aquilo que faz, e se possível mostraria também alguns de nossos clientes de maior influência, no qual poderia se interessar em financiar estas propagandas.

Os panfletos entregues na cidade, seriam feitos de papel semente, no qual seria explicado ao cliente o porquê, daquele papel, mostrando para o cliente que a empresa é preocupada com o meio ambiente e tentaria trazer a conscientização para plantar mais plantas, trazendo assim para próximo da nossa empresa, pessoas que trabalhem com isso, fazendo assim, também um meio de divulgação da empresa deles, através da nossa, fazendo com que eles financiem também este meio de divulgação.

Os cartazes teriam o nome da empresa, a logotipo e também uma frase que demonstre o que a nossa empresa traz de serviços, eles seriam espalhados

pelas cidades onde tem possíveis clientes, justamente para atrair o cliente a comprar os serviços da nossa empresa.

3.7.4 Estrutura de Comercialização

Após anunciar a empresa, com a estratégias promocionais, citadas acima, o cliente que tiver interesse nos nossos serviços, entrará em contato com a nossa empresa, através dos dados de contato deixados em cada uma das formas de anúncio, durante o atendimento ao cliente seria informado para eles, todas as informações necessárias para a contratação do serviço, descrição dos serviços e como seriam feitos cada um desses serviços, assim que contratado o serviço, será passado para o cliente todas as informações de como será efetuado o pagamento, se será a prazo, a vista, da melhor forma para o cliente, e todo suporte técnico do serviço seria oferecido para o cliente, assim também como seria feito um contrato, onde será feito todas as especificações do serviço.

3.7.5 Localização da Empresa

Em se tratando de exportação, foi analisada cidades como Andradina, São José do Rio Preto, Ribeirão Preto e Botucatu, ambas no estado de São Paulo (SP), mas em se tratando de localização, a melhor cidade para abrir nossa empresa foi Ribeirão Preto (SP). Esta cidade e também em torno dela, é onde se encontram maior número de Frigoríficos e também Agropecuaristas, pensando nisto seria inteligente ter nossa empresa ali, com o intuito de ficar próximo de possíveis clientes, e em se tratando de mão de obra também há em torno dessas cidades, boas universidades e várias instituições de ensino, que podem nós fornecer mão de obra qualificada, enquanto os materiais que serão utilizados para realizar os serviços, não são de difícil acesso, e podem ser encontrados com facilidade dentro da própria cidade.

Endereço da Empresa: Avenida Eduardo Gomes de Souza, nº50	
Bairro: City Ribeirão	Cidade/Estado: Ribeirão Preto – SP
Telefone/Fax: (16) 3366-7070	

Dentro da cidade, uma boa localização, seria perto do centro industrial e comercial da cidade, próximo a grandes avenidas, ao analisar a região, encontramos um edifício comercial em uma avenida movimentada, e próxima do centro e também perto de universidades como o campus da USP de Ribeirão Preto e algumas outras.

3.8 PLANO DE OPERACIONAL

3.8.1 Layout ou Arranjo Físico

A empresa conta com três almoxarifados, um que conta com os documentos da empresa como, contratos e folhas de pagamento, o outro com equipamentos de escritório, e o último com os produtos de limpeza.

Dentro do escritório conta com um hall de entrada, onde se encontra a uma secretária, também terá uma sala de reuniões, uma sala operacional, onde será feito os serviços da empresa, também contará com dois banheiros, o masculino e o feminino e uma cozinha para atender as necessidades dos funcionários, no lado de fora da empresa também deve contar com vagas de estacionamento.

Tudo com os devidos instrumentos de segurança de trabalho, como os indicadores de entrada e saída e extintores de incêndio, mas também deve-se tomar cuidado em onde ficará os documentos, pois ali tem que ter cuidados específicos para que não ocorra risco de perder documentos importantes como os dados dos funcionários entre outros.

Como mostrado na imagem abaixo:

Figura 2 - Arranjo Físico



Equipamento de segurança coletiva

- Extintores de Incêndio: extintores de água e pó químico nas entradas e saídas da empresa para a proteção dos trabalhadores contra incêndios.
- Faixa de sinalização, para alertar o limite de segurança.
- Caixa de primeiros socorros, caixa com itens de primeiros socorros para caso de acidente.
- Placas:
 - Sinalizador de saída de emergência, localizadas nas portas e locais de fácil visão para a sinalização das saídas de emergência;
 - Sinalizador de extintores de incêndio, sinalizando aonde se encontra os extintores e de qual tipo;
 - Sinalizador de energia elétrica, para alertar locais onde se possui corrente elétrica como por exemplo painéis de energia;
 - Sinalizador de proibido fumar, placa a qual sinaliza a proibição de fumar no interior da empresa;
 - Placas sinalizadoras de sanitários masculino e feminino;

- Placa dobrável piso escorregadio, para o alerta aos clientes de piso escorregadio para ter mais atenção;
- Sinalizador de entrada e saída de veículos, para orientar e alertar sobre a entrada e saída de veículos;
- Placa de sinalização para vaga de pessoa com deficiência.

3.8.2 Capacidade Produtiva

Com a estrutura da organização pode se ser atendido até 2 clientes por vez, mas com uma sala de espera sendo possível acomodar até 5 clientes e um recepcionista para já acelerar o processo de reconhecimento do cliente e sobre qual o serviço por ele desejado.

Em nosso escritório pode-se trabalhar até 5 funcionários, realizando suas tarefas como documentação e pesquisas de mercado, possuindo uma sala para reuniões com os clientes.

O prédio terá uma cozinha para atender as necessidades alimentícias dos funcionários e clientes, como também possuirá sanitários para ambos os sexos.

Possuindo um local para a análise de mercadorias recebidas, para o funcionamento da empresa, e salas de armazenagem para os produtos de limpezas, documentos e materiais de escritórios.

3.8.3. Necessidade de Pessoal

Cargo	Função	Qualificação Necessária
Faxineiro	Limpeza	Nenhuma
Analista de Comércio Exterior	Mantem o contato com outros países, fazendo a negociação da venda de acordo com as leis em outro idioma se necessário.	Superior Completo
Administrador	administrar todo o fluxo da empresa, entrada e saída de dinheiro	Superior completo, ou técnico em Administração

Gestor de Pessoas	Cuidará da Documentação para que os documentos estejam todos corretos de acordo com as leis de ambos os países para a exportação, não deixando que o produto volte por problemas de documentos.	Superior completo, ou técnico em Administração
Gestor em Marketing	definir as estratégias de atuação de uma empresa, estudar as necessidades dos clientes, desenvolver produtos e serviços para atendê-los e planejar as vendas;	Superior completo, ou técnico em Administração
Gestor em Logística	Cuida da entrada e saída de mercadorias, buscando a melhor forma de manusear o produto, com a melhor embalagem para que não ocorra danos ao produto e menos custoso possível	Superior completo, ou técnico em Administração
Contador	especialista que gerencia todas as atividades contábeis, trabalhistas, econômicas, patrimoniais e tributárias, além de desenvolver relatórios financeiros, de risco e ajudar no seu controle do seu fluxo de caixa.	Superior Completo
Arquivista	Profissional que tem na sua formação acadêmica os requisitos necessários que lhe dão a condição de compreender o complexo contexto da sociedade da informação na qual as habilidades devem se voltar para o planejamento do processo de informatização e para a administração da informação arquivista como recursos estratégico e econômico.	Superior completo, ou técnico

3.9 INVESTIMENTOS

3.9.1 Investimentos

	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
1	Computadores	5	R\$ 994,08	R\$ 4.970,40
2	Veículo	1	R\$ 36.425,00	R\$ 36.425,00

3	Sofás	1	R\$ 322,08	R\$ 322,08
4	Cadeiras	7	R\$ 119,90	R\$ 839,30
5	Mesas	5	R\$ 110,00	R\$ 550,00
6	Prateleiras	6	R\$ 299,99	R\$ 1.799,94
7	Gaveteiros	7	R\$ 338,90	R\$ 2.372,30
	Total de investimentos fixos			R\$ 47.279,02

3.9.2 Capital de giro

O capital de giro é o montante de recursos necessário para o funcionamento normal da empresa, compreendendo a compra de matérias-primas ou mercadorias, financiamento das vendas e o pagamento das despesas.

A – Estimativa do estoque inicial

	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
1	Folha sulfite 500 folhas	3	R\$ 21,90	R\$65,70
2	Caneta 50 unidades	2	R\$ 38,99	R\$ 77,98
3	Grampeador de mesa	5	R\$ 10,75	R\$53,75
4	Grampos 5.000 unidades	4	R\$ 3,51	R\$14,04
5	Envelopes 250 unidades	3	R\$ 41,90	R\$125,70
6	Cartuchos	2	R\$ 47,90	R\$95,80
7	Lápis 12 unidades	2	R\$7,90	R\$15,80
8	Borracha 60 unidades	2	R\$11,87	R\$23,74
	Total de estoques			R\$ 472,51

B – Caixa mínimo

É o capital de giro próprio necessário para movimentar seu negócio.

Representa o valor em dinheiro que a empresa precisa ter disponível para cobrir os custos até que as contas a receber de clientes entrem no caixa. Corresponde a uma reserva inicial de caixa. Para que você calcule a necessidade líquida de capital de giro é preciso definir os prazos médios de vendas, compras e

estocagem. Essas informações podem ser pesquisadas junto a concorrentes e fornecedores e serão utilizadas na apuração do capital de giro, já que nas vendas financiamos os clientes por meio dos prazos concedidos e somos financiados pelos fornecedores por meio dos prazos para pagamento negociados. Acompanhe o exemplo a seguir e aprenda como calcular a necessidade de capital de giro próprio e o caixa mínimo. Posteriormente, faça o mesmo no quadro Hora de Praticar, utilizando os dados específicos da sua atividade.

1º passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

É a média do prazo de financiamento a clientes, ou seja, do prazo concedido aos clientes para que estes efetuem o pagamento do que compraram.

Prazo médio de vendas	(%)	Número de Dias	Média ponderada em dias
A vista	20%	0	0
A prazo (1)	40%	30	12
A prazo (2)	30%	30	9
A prazo (3)	30%	60	18
A prazo (4)	5%	90	4,5
		Prazo médio total	43,5 dias

2º passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de Dias	Média ponderada em dias
A vista	50%	0	0
A prazo (1)	50%	30	15
A prazo (2)	30%	15	4,5
A prazo (3)	40%	30	12
A prazo (4)	40%	20	8
		Prazo médio total	39,5 dias

3º passo: Estoques – Cálculo da necessidade média de estoques

É preciso manter o estoque em média a cada 5 dias, pois os itens necessários para a realização do serviço são bens duráveis, não precisam ser trocados com tanta frequência e são itens de fácil acesso.

4º passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Compreende a diferença entre os recursos da empresa que se encontram fora do seu caixa (contas a receber + estoques) e os recursos de terceiros no caixa da empresa (fornecedores). Se positivo, o resultado indica o número de dias em que o caixa ficará descoberto, se negativo pode apontar que os recursos financeiros originados pelas vendas entram no caixa antes que sejam efetuados os pagamentos.

	Número de dias
Recursos da Empresa fora do seu caixa	
1. Contas a Receber – Prazo médio das vendas	43,5 dias
2. Estoques – necessidade média de estoque	5 dias
Subtotal 1 (1+2)	48,5 dias
Recursos de terceiro no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio das compras	39,5 dias
Subtotal 2	39,5 dias
Necessidade líquida de capital de giro em dias (Subtotal 1 – subtotal 2)	9 dias

B – Caixa mínimo representa a reserva em dinheiro necessária para que a empresa financie suas operações iniciais.

1. Custo fixo mensal	R\$ 36.168,51
2. Custo variável mensal	R\$ 23.320,88
3. Custo total da empresa (1+2)	R\$ 39.416,80
4. Custo total diário (item 3/ 30 dias)	R\$ 1.982,97

5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (quadro anterior)	9 dias
Total de B – Caixa mínimo (item 4x5)	R\$ 17.846,73

A partir dos dados fornecidos acima o caixa mínimo necessário para a cobertura dos custos da empresa para um período de 26 dias é de R\$ 11.825,04.

Resumo do capital de Giro

Investimentos Financeiros	R\$
A – Estoque Inicial	R\$ 472,51
B – Caixa mínimo	R\$ 17.846,73
Total do capital de giro	R\$ 18.319,24

3.9.3 Investimentos pré-operacionais

Compreendem os gastos realizados antes do início das atividades da empresa, isto é, antes que ela abra as portas e comece a vender. São exemplos de investimentos pré-operacionais: despesas com reforma (pintura, instalação elétrica, troca de piso, etc.) ou mesmo as taxas de registro da empresa.

INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$
Despesas de legalização	R\$ 400,00
Obras ou reformas	R\$ 2.000,00
Divulgação	R\$ 600,00
Cursos e treinamentos	R\$ 750,00
Total	R\$ 3.750,00

3.9.4 Investimento total

Em seguida será avaliado se o capital para criação da empresa será feito a partir de recursos próprios (investimento dos proprietários) ou de terceiros (pessoas externas ou instituições financeiras).

Descrição dos Investimentos	Valor R\$	(%)
1. Investimentos Fixos	R\$ 47.279,02	68,17%
2. Capital de Giro	R\$ 18.319,24	26,42%
3. Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 3.750,00	5,41%
Total (1+2+3)	R\$ 69.348,26	100%
FONTES DE RECURSOS		
Fontes de Recursos	Valor R\$	(%)
1. Recursos próprios	R\$ 69.348,26	100 %
2. Recursos de Terceiros	R\$ 0	0%
3. Outros	R\$ 0	0%
Total (1+2+3)	R\$ 69.348,26	100%

3.10 PLANO DE CUSTOS/FINANCEIRO

3.10.1 Custo do Serviço

3.10.1.1 Mão de obra

Todos esses valores devem ser somados e divididos pela quantidade de horas trabalhadas no mês para que seja encontrado o número do custo do serviço, como a tabela abaixo:

CUSTO DO SERVIÇO	
Total Salário Funcionários	R\$ 17.569,91
Total de Encargos 30%	R\$ 5.270,97
Cesta básica	R\$ 480,00
Custo total	R\$ 23.320,88

Custo Mão Obra = 23.320,88

220 horas

Custo Mão Obra = R\$ 106,04 por hora

3.10.1.2 Cálculo dos Materiais Diretos

Item	Quantidade	Valor unitário	Total
Papel semente	100 unidades	R\$ 9,90	R\$ 990,00
Lápis	20 unidades	R\$ 1,00	R\$ 20,00
Borracha	20 unidades	R\$ 0,85	R\$ 10,00
Caneta	20 unidades	R\$ 2,00	R\$ 40,00
Régua	05 unidades	R\$ 0,50	R\$ 2,50
Carimbo	05 unidades	R\$ 20,00	R\$ 100,00
Apontador	10 Unidades	R\$ 1,50	R\$ 15,00
Grampeador	05 Unidades	R\$ 38,90	R\$ 194,50
Folha sulfite	01 pacotes (100 folhas)	R\$ 23,90	R\$ 23,90
Cartucho	01 Unidades	R\$ 20,00	
TOTAL	Unidades	R\$	R\$ 1.422,90

3.10.1.3 Custo total do serviço

Exportação de carne Bovina	
Itens	Valores
Custo da mão-de-obra	R\$ 23.320,88
Custo dos materiais diretos	R\$ 1.422,90
Total do serviço	R\$ 24.743,78

3.10.2 CUSTO FIXO

São assim tratados todos os gastos que acontecem independentemente de serviços terem sido executados. São valores gastos com o funcionamento da empresa, isto é, a estrutura montada para prestar serviços, exceto os gastos com os funcionários que executam os serviços diretamente, porque este valor já está considerado no custo da mão-de-obra.

1º passo: apurar o valor total mensal desses custos fixos e discriminar em uma planilha.

CUSTOS FIXOS	
Custos	Valores
Aluguel	R\$ 3.500,00
Outros Salários	R\$ 17.569,91
Contador	R\$ 3.500,00
Energia elétrica	R\$270,00
Água	R\$180,00
Contas de telefone	R\$225,00
Material de escritório	R\$472,51
Propaganda	R\$500,00
Manutenção	R\$750,00
Gastos com os outros funcionários	R\$3.201,09
Treinamento dos funcionários	R\$1.000,00
Remuneração dos donos da empresa	R\$5.000,00
Total	R\$ 36.168,51

Valor mensal das despesas fixas = R\$ 36.168,51

Horas mensais trabalhadas = 220 horas

Custo Fixo = R\$ 36.168,51 ÷ 220 horas

Custo Fixo = R\$ 164,40,0 por hora

Esse valor é aplicado aos serviços de acordo com a estimativa do total de horas que serão utilizadas para realização de cada serviço.

3.10.3 Custo Variável

São os valores gastos quando se realiza vendas de serviços. Normalmente, são considerados como custos variáveis em serviços os impostos sobre a venda e a comissão de vendedores, caso essa seja uma condição existente em sua empresa de serviços. Porém, em cada empresa é preciso avaliar os valores gastos em função do valor da venda e considerá-los como custos variáveis. Por exemplo: taxa de administração sobre as vendas realizadas através de cartões de crédito, comissão de franquadoras etc.

Suponhamos que sua empresa de serviço possua apenas como custo variável os impostos e que esteja enquadrada no regime com as alíquotas:

Aqui, serão registrados os gastos com impostos e comissões de vendedores ou representantes. Esse tipo de despesa incide diretamente sobre as vendas e, assim como o custo com materiais diretos ou mercadorias vendidas, é classificado como um custo variável. Para calculá-los, basta aplicar, sobre o total das vendas previstas, o percentual dos impostos e de comissões.

DESCRIÇÃO	%	FATURAMENTO ESTIMADO	CUSTO TOTAL (R\$)
1. IMPOSTOS			
Simplex	17,55%	R\$ 70.000,00	R\$ 1.228,50
TOTAL		R\$ 70.000,00	R\$ 1.228,50

Então, se o preço do serviço for de R\$ 70.000,00 incidirá sobre ele 17,55 % de impostos num total de R\$ 1.228,50 de custo variável por serviço.

3.10.4 Apuração do Custo Total Serviço

Custo total do serviço = R\$62.140,79, resultado de (R\$23.320,88 + R\$1.422,90 + R\$36.168,51 + R\$1.228,50).

Custo total da hora: $62.140,79/220 = R\$ 282,46$

Valor total dos Custos dos Serviços = R\$62.140,79 (R\$23.320,88 + R\$1.422,90 + R\$36.168,51 + R\$1.228,50).

3.10.5 Preço de venda

Definição da Margem de Lucro

CONSULTORIA DE EXPORTAÇÃO	
Horas de trabalho	8 horas
Custo da hora	R\$ 282,46

Total do custo	R\$ 2.259,68
Margem de lucro 23,91%	R\$ 540,32
Preço de venda	R\$ 2.800,00

DOCUMENTAÇÃO PARA EXPORTAÇÃO	
Horas de trabalho	2,5 horas
Custo da hora	R\$ 282,46
Total do custo	R\$ 706,15
Margem de lucro 13,29%	R\$ 93,85
Preço de venda	R\$ 800,00

3.10.6 Demonstrativo de resultados

Após reunir as informações sobre as estimativas de faturamento e os custos totais (fixos e variáveis), é possível prever o resultado da empresa, verificando se ela possivelmente irá operar com lucro ou prejuízo

DESCRIÇÃO	R\$	(%)
Receita total com vendas	R\$ 70.000,00	100%
(-) Custos dos serviços	R\$62.140,79	88,77%
LUCRO DO PERÍODO	R\$ 7.859,21	11,23%

3.10.7 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio representa o quanto a empresa precisa faturar para pagar todos os seus custos em um determinado período.

$$\text{Índice da Margem de Contribuição} = \frac{70.000,00 - 24.548,5}{70.000,00}$$

$$\text{Índice da Margem de Contribuição} = 45.451,50 / 70.000,00 = 0,65 = 65\%$$

$$\text{PE (Ponto de Equilíbrio)} = \frac{36.168,51}{0,65}$$

$$\text{PE} = \text{R\$ } 55.643,86$$

Ou seja, no mês para não ter nem lucro nem prejuízo a empresa precisa vender/faturar R\$ 55.643,86. Acima disso passa a ter lucro.

3.11 INDICADORES FINANCEIROS

3.11.1 Lucratividade

É um indicador que mede o lucro líquido em relação às vendas. É um dos principais indicadores econômicos das empresas, pois está relacionado à sua competitividade. Se a empresa possui uma boa lucratividade, ela apresentará maior capacidade de competir, isso porque poderá realizar mais investimentos em divulgação, na diversificação dos produtos e serviços, na aquisição de novos equipamentos etc.

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

$$\text{Lucratividade} = \frac{7.859,21}{70.000,00} \times 100 = 11,22 \%$$

Isso quer dizer que sobre os R\$ 70.000,00 de receita total “sobram” R\$ 7.859,21 na forma de lucro, depois de pagas todas as despesas e impostos, o que indica uma lucratividade de 11,22 % ao mês.

3.11.2 Rentabilidade

É um indicador de atratividade dos negócios, pois mede o retorno do capital investido aos sócios. É obtido sob a forma de percentual por unidade de tempo

(mês ou ano). É calculada através da divisão do lucro líquido pelo investimento total. A rentabilidade deve ser comparada com índices praticados no mercado financeiro.

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

$$\text{Rentabilidade} = \frac{7.859,21}{69.348,26} \times 100 = 11,33\% \text{ ao mês}$$

Isso significa que, a cada mês, o empresário recupera 11,33 % do valor investido através dos lucros obtidos no negócio.

3.11.3 Prazo de retorno do investimento

Assim como a rentabilidade, também é um indicador de atratividade. Indica o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu em seu negócio.

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

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{69.348,26}{7.859,21} = 8,82 \text{ meses}$$

Isso significa que em, 8 meses e 25 dias, após o início das atividades da empresa, o empreendedor terá recuperado, sob a forma de lucro, tudo o que gastou com a montagem do negócio.

3.12. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Fazer a Análise SWOT do Plano de Negócio Descritivo desenvolvido.

	Fatores Internos (Controláveis)	Fatores Externos (Incontroláveis)
Pontos Fortes	Forças <ul style="list-style-type: none"> • Qualidade no atendimento. • Ética e Respeito. • Acompanhamento contínuo do serviço. • Transparência com o cliente. • Funcionários especializados na área de atuação. • Contato direto com o cliente. 	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> • Ampliação do mercado na área de exportação. • Criação de filiais. • O aumento da demanda de clientes. • Reconhecimento Empresarial.
Pontos Fracos	Fraquezas <ul style="list-style-type: none"> • Ramo de negócio pouco conhecido. • Dificuldades de entrega, por conta dos modais de transporte. • Falta de Inovação. • Falta de funcionários formados e capacitados 	Ameaças <ul style="list-style-type: none"> • Clientes não utilizarem os serviços de consultoria. • Crise econômica e financeira. • Aumento de impostos sobre as prestações de serviços. • Falta de confiabilidade dos clientes. • Rivalidade no ramo de negócio.

Conclusão da Análise SWOT: Foi totalmente observado que a empresa, tem seus pontos fortes e seus pontos fracos, no qual em sua maioria pode ser resolvido pela própria empresa, mas em contrapartida as ameaças, nos quais a empresa corre são riscos como qualquer outra empresa pode ter, e para resolve-los a companhia deve criar medidas para evitá-las.

Análise SWOT avançada:

Forças x oportunidades:

- Qualidade no atendimento, contato direto com o cliente e capacidade de pesquisa e desenvolvimento, auxiliando na ampliação de mercado pois uma ótima relação com os clientes ajudaria a mostrar para eles que somos uma empresa que é determinada no que faz. Na parte de pesquisa e desenvolvimento mostra que a nossa empresa está sempre à procura de novos métodos de atender as necessidades do cliente.

- Com o avanço da tecnologia a empresa se adequa a nova era facilitando os processos e conquistando um número mais elevado nas vendas,

facilitando os e conquistando um número mais elevado nas vendas, facilitando a comunicação entre vendedor, consultor e comprador.

- Funcionários especializados no ramo, a alta do dólar e aumento na produção de carne, acreditamos que com funcionários especializados neste ramo ajudaria quando houver um aumento na produção da carne, pois eles saberiam como agir. O aumento do dólar iria favorecer nossa empresa, pois ela também lucraria com este aumento.

Forças x Ameaças

- A transparência com o cliente pode deixar o cliente mais confortável para analisar e contratar a empresa fazendo com o que o cliente perca o medo e adquira confiança com a empresa.

- O plano de carreira e o contato direto com o cliente e comprador ajudará a empresa contra as empresas rivais, o contato direto com o cliente aproxima a empresa dando confiança e a transparência.

- A capacidade de pesquisa e desenvolvimento ira auxiliar a empresa para que ela não se abale ao aumento de impostos assim como também a ligação com a era digital facilitaria o desenvolvimento da empresa causando aumento nas vendas de serviço.

Oportunidade x Fraquezas

- A ampliação do mercado na área de exportação pode ser um grande avanço para a empresa fazendo com que o público busque mais por este tipo de serviço exigindo a qualidade a qual nossa empresa possui. O aumento da procura destes serviços pode aumentar o número da produtividade da empresa.

- A criação de filiais da nossa empresa fara com que ela se torne mais conhecida, pois assim a marca e serviços estarão expostos em uma maior localização aumentando o conhecimento das pessoas.

Fraquezas x Ameaças

- A empresa irá sempre se especializar em sua área, expandir em novos conhecimentos inovando em nossos serviços criando um diferencial para com as outras empresas.

- Com a crise econômica e os preços elevados a empresa deverá analisar sua tabela de preço e todo seu serviço para que não prejudique a empresa, ela deverá fazer balanços mensalmente analisando cada passo da empresa.

REFERÊNCIAS

ABREU, Ricardo. **a importância da consultoria de exportação**. Disponível em: <http://www.rimaconsul.com/site/a-importancia-da-consultoria-de-exportacao/>. Acessado em 04 de outubro de 2017.

AGROMAS BRASIL **Área de atuação** Disponível em: <http://www.agromassbrasil.com.br/index.asp?pag=Agromass>. Acessado em 18 de abril de 2018.

AGROMAS BRASIL. **Parceiros**. Disponível em: <http://www.agromassbrasil.com.br/index.asp?pag=Parceiros>. Acessado em 18 de abril de 2018.

AGROMAS. **Contato**. Disponível em: <http://www.agromassbrasil.com.br/index.asp?pag=Contato>. Acessado em 18 de abril de 2018.

ALEXANDRE, Mário Jesiel de Oliveira. **A construção do trabalho científico**: um guia para projetos, pesquisas e relatórios científicos. Rio de Janeiro: Forense, 2003.

BARBOSA, Vanessa. **o que atrapalha o comércio exterior no brasil – em 6 dados**. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/economia/o-que-atrapalha-o-comercio-exterior-no-brasil-em-6-dados/>. Acessado em 04 de outubro de 2017.

BARONE, Lígia. **terminais portuários e logística, dificuldades enfrentadas pelo comércio exterior no brasil**. Disponível em: <http://www.rochalog.com.br/dificuldades-enfrentadas-pelo-comercio-exterior-no-brasil/>. Acessado em 04 de outubro de 2017.

BUNDUKY, Ricardo. **Consultorias ensinam empresas a diminuir gastos com água e luz**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/09/1816343-consultorias-ensinam-empresas-a-diminuir-gastos-com-agua-e-luz.shtml>. Acessado em 25 de abril de 2018.

CONFÚCIO, Moura. **confúcio anuncia o 'renascimento' dos pequenos frigoríficos em rondônia**. Disponível em: <http://www.news Rondônia.com.br/noticias/confucio+anuncia+o+renascimento+dos+pequenos+frigorificos+em+rondonia/97407>. Acessado em 28 de outubro de 2017.

CONTÁBEIS. **Simples Nacional Anexo V**. Disponível em: <http://www.contabeis.com.br/tabelas/simples2018/anexo5>. Acessado em 25 de abril de 2018.

CONTABILIZEI. **Tabela do Simples Nacional**. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/anexo-6-simples-nacional>. Acessado em 18 de abril de 2018.

CORAL. **Sobre a cidade de Santa Maria.** Disponível em: <http://coral.ufsm.br/seminariobioetica/index.php/inicio/cidade-sm>. Acessado em 04 de abril de 2018.

FEA JUNIOR. Disponível em: <http://feajr.com/quemsomos/>. Acessado em 18 de abril de 2018.

FILHO, Albino Luchiari. **Produção de carne Bonina no Brasil qualidade, quantidade ou ambas?** Disponível em: <http://www.abccriadores.com.br/images/upload/produo%20de%20carne%20bovina%20no%20brasil.pdf>. Acessado em 22 de outubro de 2017.

FLORES, Mariana. **as 10 maiores dificuldades enfrentadas pelas empresas brasileiras na hora de exportar.** Disponível em <http://www.portaldaindustria.com.br/agenciacni/noticias/2016/06/as-10-maiores-dificuldades-enfrentadas-pelas-empresas-brasileiras-na-hora-de-exportar-1>.

FORMIGONI, Ivan. **O Farmnews atualiza os dados dos preços médios anuais da carne bovina brasileira para exportação, em valores Reais e em Dólares.** Disponível em: <http://www.farmnews.com.br/mercado/carne-bovina-brasileira-para-exportacao/>. Acessado em 28 de março de 2018.

FREIRE E ALMEIDA. **fluxograma de exportação.** Disponível em: <http://www.lawinter.com/302008dfalawinter.htm>. Acessado em 27 de outubro 2017.

HABITISSIMO. **Manutenção de condomínios.** Disponível em: <https://preco.habitissimo.com.br/manutencao-condominios>. Acessado em 25 abril de 2018.

HENRIQUE, Cláudio. **Internacionalização – Vantagens e desvantagens da exportação.** Disponível em: <http://www.sobreadministracao.com/internacionalizacao-vantagens-e-desvantagens-da-exportacao/>. Acessado em 28 de outubro de 2017.

HOUAISS, A. **Novo dicionário Folha Webster's: inglês/português, português/inglês.** Co-editor Ismael Cardim. São Paulo: Folha da Manhã, 1996. Edição exclusiva para o assinante da Folha de S. Paulo.

ISAAC, Fábio I. **Carne Bovina: Mercado interno x mercado externo.** Disponível em: <https://www.scotconsultoria.com.br/noticias/todas-noticias/4597/carne-bovina:-mercado-interno-x-mercado-externo.htm>. Acessado em 28 de outubro de 2017.

ISAAC, Fábio I. **dificuldades na exportação em pequenas e microempresas.** Disponível em: https://googleweblight.com/?lite_url=https://www.scotconsultoria.com.br/noticias/todas-noticias/1017/&ei=VF3XJ_r_&lc=pt-BR&s=1&m=730&host=www.google.com.br&ts=1504623317&sig=ANTY_L10hIQaKZDgCCX64BuMfXNZnaNk8g&lite_refresh=1504630929300. Acessado em 04 de outubro de 2017.

JÚNIOR, Luiz Carlos Vieira; RIBEIRO, Felipe Azevedo; FACTORI, Marco Aurélio. **artigo: percepções atuais do comércio da carne bovina.** Disponível em: http://www.grupocultivar.com.br/ativemanager/uploads/arquivos/artigos/01-02-12_pecuaria.pdf. Acessado em 22 de outubro de 2017.

LOURENÇO, Milton. **dificuldades para exportar.** Disponível em: <http://www.fiorde.com.br/wordpress/blog/dificuldades-para-exportar/>. Acessado em 04 de outubro de 2017.

LOVE MONDAYS. **Servente de limpeza.** Disponível em: <https://www.lovemondays.com.br/salarios/cargo/salario-servente-de-limpeza>. Acessado em 28 março de 2018.

MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica.** São Paulo: Atlas, 2000.

MEZZAROBA, Orides; MONTEIRO, Cláudia Servilha. **Manual de metodologia da pesquisa no Direito.** São Paulo: Saraiva, 2003.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA. **documentação e procedimentos.** Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sanidade-animal-e-vegetal/saude-animal/arquivos-exportacao/produtos-de-origem-animal-comestiveis.pdf>. Acessado em 27 de outubro 2017.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA. **exportação e requisitos sanitários.** Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sanidade-animal-e-vegetal/saude-animal/exportacao>. Acessado em 27 de outubro 2017.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA. **instrução normativa n °34, de 06 de novembro de 2009.** Disponível em: <http://extranet.agricultura.gov.br/sislegisconsulta/consultarLegislacao.do?operacao=visualizar&id=20975>. Acessado em 27 de outubro 2017

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses.** 2.ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1999.

RECEITA FEDERAL. **Anexo 6 da Tabela.** Disponível em: <http://idg.receita.fazenda.gov.br/orientacao/tributaria/cobrancas-e-intimacoes/contribuicao-previdenciaria-anexo-iv-do-simples-nacional>. Acessado em 28 de março de 2018.

RECEITA FEDERAL. **Subsecretaria de Arrecadação e Atendimento. Contribuição Previdenciária - Anexo IV do Simples Nacional.** Disponível em: <http://idg.receita.fazenda.gov.br/> Acesso em 18 de abril de 2018.

RODOVICZ, Estefan. **governo estuda incentivo para pequenos frigoríficos após crise na jbs.** Disponível em: Link: <http://odia.ig.com.br/brasil/2017-05-26/governo-estuda-incentivo-para-pequenos-frigorificos-apos-crise-na-jbs.html>. Acessado em 28 de outubro 2017.

SCOT CONSULTORIA. **Mercado sem rodeios.** Disponível em: <https://www.scotconsultoria.com.br/>. Acessado em 18 de abril de 2018

SINE. **Auxiliar de limpeza**. Disponível em: <https://www.sine.com.br/media-salarial-para-auxiliar-de-limpeza>. Acessado em 28 março de 2018.

SINE. **Média salarial**. Disponível em: <https://www.sine.com.br/media-salarial-para-gerente-de-marketing>. Acessado em 18 abril de 2018.

SINE. **Média salarial**. Disponível em: <https://www.sine.com.br/media-salarial-para-contador>. Acessado em 18 de abril de 2018.

SINE. **Média salarial**. Disponível em: <https://www.sine.com.br/media-salarial-para-arquivista>. Acessado em 18 de abril de 2018.

SINE. **Média salarial**. Disponível em: <https://www.sine.com.br/media-salarial-para-administrador>. Acessado em 18 abril de 2018.

SINE. **Média salarial**. Disponível em: <https://www.sine.com.br/media-salarial-para-gerente-de-logistica>. Acessado em 18 de abril de 2018.

SINTEAC. **Tabela Salarial**. Disponível em: <http://www.sinteacjf.com.br/textos/tabela-salarial/67/>. Acessado em 28 de março de 2018.

SINTEAC. **Tabela Salarial**. Disponível em: <http://www.sinteacjf.com.br/textos/tabela-salarial/67/>. Acessado em 28 de março de 2018.

SOMAN, Gabriela Stocco Marcia. **Consultorias lucram ao oferecer serviço para reduzir conta de energia**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/09/1683469-consultorias-lucram-ao-oferecer-servico-para-reduzir-conta-de-energia.shtml>. Acessado em 25 de abril de 2018.

SUBMARINO. **Computador Intel Dual Core**. Disponível em: https://www.submarino.com.br/produto/14206902/computador-intel-dual-core-com-monitor-15-6-led-2gb-320gb-hdmi-3green?pfm_carac=Computadores%20e%20All%20in%20One&pfm_index=22&pfm_page=category&pfm_pos=grid&pfm_type=vit_product_grid. Acessado em 18 de abril de 2018.

SUBMARINO. **Impressora Multifuncional HP**. Disponível em: https://www.submarino.com.br/produto/124845591?pfm_carac=Multifuncional%20a%20Jato&pfm_index=3&pfm_page=category&pfm_pos=grid&pfm_type=vit_product_grid. Acessado em 18 de abril de 2018.

TERRA, **exportação de carne bovina do brasil cresce 22,9% em julho**. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/brasil/exportacao-de-carne-bovina-do-brasil-cresce-229-em-julho-tem-melhor-mes-do-ano,0ad644a38fbc3e65276d6d80aa0e28bbyslz0d1l.html>. Acessado em 28 de outubro de 2017.

VICENIM, Maisa Modolo. **Frigoríficos: redução das escalas ou abate de animais com menor valor comercial?** Disponível em: <https://www.scotconsultoria.com.br/noticias/artigos/37967/frigorificos:-reducao-das->

escalas-ou-abate-de-animais-com-menor-valor-comercial. Acessado em 09 de maio de 2018.

VIVAREAL. **Imóvel comercial.** Disponível em: https://www.vivareal.com.br/imovel/imovel-comercial-centro-bairros-santa-maria-aluguel-RS9000-id-83641754/?__vt=suggestions:b. Acessado em 18 de abril de 2018.

WINDOWS 98: o melhor caminho para atualização. **PC World**, São Paulo, n. 75, set. 1998. Disponível em: <<http://www.idg.com.br/abre.htm>>. Acesso em: 10 set. 1998.

ZANLUCA, *Júlio*. Disponível em: <http://www.guiatrabalhista.com.br/tematicas/custostrabalhistas.htm>. Acessado em 18 abril de 2018.

APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL

MICROEMPRESA (ME)

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE UMA MICROEMPRESA

ANA CAROLINE FELISBINO, brasileira, nascida em Borborema/ SP no 28/12/1996, portadora do CPF nº 458.562.518-40, e do RG nº 52.145.058-5, SSP/SP (Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo), reside na Rua Mandaguaris nº1557, Centro, Tupã/SP, CEP= 17600-050.

GUILHERME HENRIQUE ALVES MOREIRA, brasileiro, nascido em Tupã no dia 01/02/2001, portador do CPF 464.155.588-54, e do RG nº 57.158.062-2, SSP/SP (Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo), reside na Avenida Comendador José Giorgi nº 205, Centro, Quatá/SP, CEP= 19780-000.

MATHEUS VINICIUS LOPES DOS SANTOS, brasileiro, nascido em Tupã/ SP, no dia 06/12/2000, portador do CPF nº 499.923.080-80, e do RG nº 56.412.921-5, SSP/SP (Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo), reside na Rua Zico Macorim nº53, Cecap, Tupã/SP, CEP= 17606-702.

JOÃO VITOR VERONEZE, brasileiro, nascido em Tupã/ SP, no dia 19/12/2000, portador do CPF nº 503.928.188-92, e do RG nº 50.295.401-2, SSP/SP (Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo), reside na Rua Iacri nº 98, Vila das Indústrias, Tupã/ SP, CEP:503.928.188-92.

SARA ALVES MARQUES, brasileira, nascida em Taubaté/ SP, no dia 24/05/2001, portadora do CPF nº 474.346.888-40, e do RG nº 57.939.803-1, SSP/SP (Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo), reside na Avenida Brasil nº 1030, Centro, Herculândia/ SP, CEP: 17650-000

ANA CAROLINE FELISBINO, GUILHERME HENRIQUE ALVES MOREIRA, MATHEUS VINICUS LOPES DOS SANTOS, JOÃO VITOR VERONEZE, SARA ALVES MARQUES, constituem uma microempresa (ME), mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial **AGROBEFF CONSULTORIA DE EXPORTAÇÃO** e terá sede e domicílio na Avenida Eduardo Gomes de Souza, nº50, City Ribeirão, Ribeirão Preto/SP, CEP=14021-030.

2ª O capital social será R\$ 225.000,00 (Duzentos e vinte e cinco mil reais) dividido em 225.000 quotas de valor nominal R\$ 1,00 (um real), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

ANA CAROLINE FELISBINO nº de quotas 45.000 (quarenta e cinco mil) no valor de R\$ 1,00 (um real) cada, totalizando R\$ 45.000,00 (quarenta e cinco mil reais).

GUILHERME HENRIQUE ALVES MOREIRA nº de quotas 45.000 (quarenta e cinco mil) no valor de R\$ 1,00 (um real) cada, totalizando R\$ 45.000,00 (quarenta e cinco mil reais).

MATHEUS VINICUS LOPES DOS SANTOS nº de quotas 45.000 (quarenta e cinco mil) no valor de R\$ 1,00 (um real) cada, totalizando R\$ 45.000,00 (quarenta e cinco mil reais).

JOÃO VITOR VERONEZE nº de quotas 45.000 (quarenta e cinco mil) no valor de R\$ 1,00 (um real) cada, totalizando R\$ 45.000,00 (quarenta e cinco mil reais).

SARA ALVES MARQUES nº de quotas 45.000 (quarenta e cinco mil) no valor de R\$ 1,00 (um real) cada, totalizando R\$ 45.000,00 (quarenta e cinco mil reais).

3ª O objeto será Consultoria de Exportação.

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 14/06/2018 e seu prazo de duração é indeterminado.

5ª As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

7ª A administração da sociedade caberá **GUILHERME HENRIQUE ALVES MOREIRA, ANA CAROLINA FELISBINO, JOÃO VITOR VERONEZE, MATHEUS VINICUS LOPES DOS SANTOS, E SARA ALVES MARQUES** com os poderes e atribuições de Gestor de Pessoas; Gestora Financeira; Gestor em Relações Internacionais; Gestor de Marketing; e Gestora de Logística autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

8ª ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas.

9ª nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(es) quando for o caso.

10 A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

11 Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de “pro labore”, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

12 Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

13 O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não estão impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

14 Fica eleito o foro de Ribeirão Preto para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em duas vias.

RIBEIRÃO PRETO, 14 de julho de 2018

aa) _____

ANA CAROLINE FELISBINO

aa) _____

GUILHERME HENRIQUE ALVES MOREIRA

aa) _____

MATHEUS VINICIUS LOPES DOS SANTOS

aa) _____

JOÃO VITOR VERONEZE

aa) _____

SARA ALVES MARQUES

Visto: _____ (OAB/SP)
JOSEF GUIMARÃES

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS DA ETEC PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO

1- Gênero:

A-) masculino

B-) feminino

2- Idade:

A-) 16 a 19 anos

B-) 20 a 23

C-) 24 a 28

D-) acima de 29

3- Você sabe o que é consultoria empresarial?

A-) sim, tenho muito conhecimento sobre o assunto

B-) sim, apenas o conceito

C-) não, não tenho conhecimento sobre o assunto

4- Se você fosse proprietário de um frigorífico exportador, contrataria os serviços de uma consultoria em exportação?

A-) sim

B-) não

5- Quais os serviços que você contrataria de uma empresa de consultoria? (assinale até 3 opções.)

A-) contratos

B-) balanço de contas e despesas

C-) verificação de documentos

D-) análise de viabilidade de exportação

E-) orientação para a empresa/cliente emitir a nota fiscal de exportação

6- Qual o meio de comunicação que você acredita ser mais eficaz para de receber as informações de uma consultoria? (assinale até 2 opções)

A-) e-mail

- B-) correio
- C-) site da empresa
- D-) pessoalmente
- E-) mensagens no celular

7- Você acredita que é necessário para a empresa utilizar um sistema de rastreamento das mercadorias?

- A-) sim, muito necessário
- B-) sim, é necessário, mas não importante.
- B-) não é necessário

8- Utilizamos como meio de divulgação e inovação, um papel que contém sementes frutíferas, neste papel vem explicado como plantar, você plantaria essas sementes?

- A-) sim
- B-) não

9- As negociações de exportação seriam melhores executadas por meio de:

- A-) internet
- B-) pessoalmente
- C-) telefone
- D-) outros_____

10- Você acessaria o site da empresa para fazer a simulação de preços dos produtos para exportação?

- A-) sim
- B-) não

APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS

Figura 3 - Ferramenta Canvas

