

FACULDADE SÃO JOSE
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

JEFFERSON DE OLIVEIRA
LUIZ FELIPE DA CUNHA MOREIRA

ASSESSORIA CADASTRAL TRÊS AMIGOS

Rio de Janeiro
2017

JEFFERSON DE OLIVEIRA
LUIZ FELIPE DA CUNHA MOREIRA

ASSESSORIA CADASTRAL TRÊS AMIGOS

Projeto de pesquisa apresentado para a
Disciplina de TCC II, Plano de Negócio sob a
orientação do prof. Rafael Perpétuo.

Rio de Janeiro
2017

SUMÁRIO

1- INTRODUÇÃO.....	05
1.1 Objetivos.....	06
1.1.2 Objetivos Geral.....	06
1.1.3 Objetivo Específico.....	06
2- SUMARIO EXECUTIVO	07
2.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio.....	08
2.2 Visão.....	08
2.3 Missão.....	08
2.4 Valores	08
2.5 Dados dos empreendedores e do Empreendimento.....	09
2.6 Setores de Atividade	10
2.7 Forma Jurídica	10
2.8 Capital dos Sócios.	10
2.9 Fonte de Reserva	10
3- ANÁLISE DE MERCADO.....	11
3.1 Estudo dos Clientes.	11
3.2 Público Alvo.	11
3.3 Área Demográfica	12
3.4 Estudo dos Concorrentes.....	12

4-PLANO DE MARKETING.	13
4.1 Descrição dos Principais Produtos de Serviços.	13
4.2 Preço.....	14
4.3 Estratégias Promocionais.	14
4.4 Estrutura de Comercialização.	14
4.5 Localização do Negócio.	15
 5-PLANO DE OPERACIONAL.	 16
5.1 Layout ou Arranjo Físico.....	16
5.2 Capacidade Produtiva.....	16
5.3 Processos Operacionais.....	16
5.4 Necessidade de Pessoal.....	16
 6-PLANO FINANCEIRO	
6.1 Estimativa de Investimento.....	17
6.1.1 Maquinas e Equipamentos.....	17
6.1.2 Móveis e Utensílios.....	17
6.2 Capital de Giro.....	18
6.2.1 Cálculo do prazo médio de serviço.....	19
6.2.2 Cálculo do prazo médio de compra.....	20
6.2.3 Cálculo da Necessidade líquida de capital de giro em dia.....	21
6.2.4 Caixa Mínimo.....	21
6.3 Investimentos pré-operacionais.....	22
6.4 Investimentos Resumo.....	22
6.5 Estimativa de faturamento mensal.....	22
6.6 Estimativa de custo unitário de matéria prima.....	23
6.7 Estimativa de custo de comercialização.....	23
6.8 Apuração dos custos de serviços prestados.....	23
6.9 Estimativa do custo de mão de obra.....	24

6.10 Estimativa do custo de depreciação.....	24
6.11 Estimativa dos custos fixos operacionais.....	25
6.12 Demonstrativo de resultado.....	26
6.13 Indicadores de Viabilidade.....	26
6.13.1 Ponto de equilíbrio.....	27
6.13.2 Viabilidade.....	27
6.13.3 Rentabilidade.....	28
6.13.4 Prazo de retorno de investimento.....	28
7- Cenário.....	28
7.1 Avaliação Estratégica.....	29
7.2 Análise de matriz F.O.F.A.....	29
8- Considerações finais e avaliação do plano de negócio.....	29
9- Referências Bibliográficas.....	29

INTRODUÇÃO

O presente trabalho mostra a importância e os riscos na hora de analisar uma ficha cadastral para locação de um imóvel, quando se trata em alugar um imóvel, os inquilinos interessados buscam imobiliárias para receber maiores informações do empreendimento desejado. Com isso as imobiliárias mandam o perfil dos interessados para assessorias cadastrais com intuito de fazer uma pré-análise da ficha de cadastro do mesmo. Essa análise é feita através de conhecimento específico e confiabilidade para obter segurança, elaborar e manter uma política de qualidade e agilidade na aplicação dos ativos dos seus clientes. Com base na lei nº 8.245, de 1991 da Constituição Federal, possibilitou-se o levantamento das informações claras e precisas na hora de transmiti-las às imobiliárias.

O aluguel se tornou uma ótima alternativa para quem busca conforto e comodidade, mas que ainda não está pronto para comprar sua casa, sendo assim, o ramo de empreender em assessorias de análise cadastral, de fato é muito importante, para auxiliar as imobiliárias e locadores a encontrarem e escolherem o locatário certo, colocando em prática a famosa Lei do inquilino, que garante em seus incisos 22 e 23 as obrigações que o locador e o locatário devem cumprir no processo de locação.

Nos últimos anos as cidades sofreram grandes mudanças em relação oferta e demanda. Os novos negócios no mercado imobiliário estão trazendo como consequência uma elevação de demanda de serviços de outras naturezas vinculadas, tais como, a realização de análise de ficha cadastral para locação. Esses serviços, em relação à realização de negócios imobiliários são pertinentes a novos modelos de negócios no mercado, buscando evitar prejuízos para o mesmo, como ocorrido em épocas passadas.

Antes para cada imóvel oferecido havia no mínimo três pretendentes em condições de locação. O proprietário podia escolher entre os interessados os que oferecessem as melhores condições. Nos dias de hoje a realidade é bem diferente, o que se vê são imóveis vazios esperando por bons pretendentes, que tenha o perfil exigido pelo locador.

Este trabalho busca abordar os aspectos do processo da análise de uma ficha cadastral, e os cuidados na hora da sua aprovação, demonstrando as principais informações dos inquilinos e os estados financeiros para as imobiliárias, e contar com o poder de barganha e subterfúgio vindo dos seus clientes exigindo desconto e agilidade. Basta ver que todo processo é analisado de forma sinuosa sem negligência, com intuito de desburocratizar e fornecer um bom atendimento com tratamento diferenciado.

1.1 OBJETIVOS

1.2 Objetivos Geral

O objetivo geral deste trabalho é demonstrar a importância de uma empresa em análise técnica de ficha cadastral para uma locação de imóvel, esclarecer os pontos mais importantes que devem compor uma completa análise de pretendentes a locação. Além de facilitar a compreensão do relatório supracitado.

1.3 Objetivos específico

- Características e definição do negócio;
- Visão;
- Missão;
- Valores;
- Análise SWOT;
- Definição dos pontos negativos e positivos da ferramenta estratégica do serviço especializado.

2 - SUMÁRIO EXECUTIVO



“SE ALUGAR É OBJETIVO, RECEBER É A FINALIDADE”.

2.1- Resumos dos principais pontos do plano de negócios

Ao enfrentar o desafio de pesquisa uma pequena empresa, tem-se como meta principal, tirar o máximo proveito do mínimo de recurso que existem. Devido ao seu pequeno porte, são várias as limitações e dificuldades, principalmente no que tange a recurso (humano, financeiro e tecnológico), não podemos esquecer também, que os pequenos empresários atem então, agiam pela intuição, deslumbram outro cenário de mudanças, instigando a reagir eficazmente para se manter no mercado.

Essa nova conjuntura econômica, onde a competitividade se torna fator de vida ou morte, para qualquer porte de empresa, a ordem é entender, aceitar e procurar e vencer os obstáculos como parte integrante dessa nova postura de organização.

Considerando esses desafios esses, que a cada dia se impõe a capacidade empreendedora das empresas de pequeno porte nosso foco no estudo será analisar a viabilidade de um empreendimento na área de serviços comerciais, através de um plano de negócio apresentado pelo SEBRAE.

Uma empresa especializada em analisar ficha cadastral para locação, que planeja mostrar eficiência, praticidade e rapidez que se estabiliza no mercado de locação de imóveis, com propósito de trazer a seus clientes mais orientação, seguranças e transparência hora de fechar o negócio.

Sua atividade principal é a prestação de serviço.

2.2- Dados dos empreendedores, experiências profissionais e atribuições.

O quadro administrativo da empresa será composto por dois (2) sócios majoritários atuando nas funções estratégicas da empresa, e terão o nível tático nas áreas gerencias.

Sócio 1

Sendo Jefferson de Oliveira, residente e domiciliado no Condomínio Líber residencial club, Rua Prefeito Jorge Júlio da Costa, Nº1000 Bl 6 Ap102, Belford Roxo, Rio de Janeiro-RJ.

Atualmente, Estagiando, Setor de Intendência na Capitania dos Portos do Rio de Janeiro, Formado em Técnico de Administração, cursando Ciências Contábeis/ 7º período, na Faculdade São Jose.

Será sócio correspondente a 50% do capital da empresa. Atribuindo com o profissionalismo e o uso dos recursos financeiros, físicos, tecnológicos e humanos da empresa, buscando soluções para todo tipo de problema administrativo. Criar métodos, planejar atividade, organizar o funcionamento dos vários setores da empresa.

Sócio 2

Sendo Luiz Felipe da Cunha Moreira, residente na Rua Limites Nº 109, Realengo, Rio de Janeiro-RJ.

Atualmente, Estagiando no escritório de contabilidade – Rede Manaus, Cursando Ciências Contábeis/ 7º período, na Faculdade São Jose.

Será sócio correspondente a 50% do capital da empresa, responsável em abordar questões relativas não apenas à administração, mas também às rotinas da empresa, como as despesas e também, quem faz o que dentro das tarefas executivas.

2.3 - MISSÃO VISÃO E VALORES DA EMPRESA

2.3.1- Missão

Investir continuamente, na capacitação de nossa equipe. Este é o principal diferencial competitivo, consequentemente oferecemos melhores serviços e satisfação aos clientes, além de maximizar valor dos nossos serviços e a fidelização dos nossos clientes. Sendo assim nosso lema é “Alugar é o objetivo, receber é a finalidade”.

2.3.2- Visão

Ser uma empresa inovadora em análise cadastral, que proporciona um atendimento diferencial para seus clientes, buscando a desburocratização, rapidez e agilidade no atendimento, sem ferir os critérios básicos da garantia do aluguel. Priorizando sempre a gestão de relacionamento com cliente, que passa a ser um grande diferencial. Com a meta de fazer parceria em todo território Brasileiro.

2.3.3– Valores.

- Incentivar a demanda dos serviços;
- Geração de emprego;
- Sustentabilidade;
- Respeito com nossos clientes.

2.4- Dados do Empreendimento

Nome da Empresa: Assessoria Cadastral Três Amigos

CNPJ/CPF: 19.199.423-0001-17

2.5 – Setores da atividade

Serviços:

Uma empresa prestadora de serviços, oferecendo serviços de qualidade para locação de imóveis.

2.6 – Formas Jurídicas

Aspectos jurídicos e legais estão relacionados as normas e leis que regem o ambiente em que a empresa está inserida, o que existe entre outros, que uma série de obrigações legais e tributárias sejam cumpridas para seu funcionamento.

Assessoria Cadastral Três Amigos enquadra-se, por dois ou mais sócios que visam a exploração de atividades no comércio.

A responsabilidade de cada sócio é limitada a importância do capital social, obedecendo a composição em quotas distribuídas entre os sócios. Neste tipo de sociedade, cabe ressaltar a necessidade de confecção de um contrato social, cujo modelo é fornecido pela junta comercial do estado do Rio de Janeiro (JUCERJA).

Sociedade limitada, composta por dois sócios, pessoa física, com responsabilidade solidariamente pela integralização do capital social.

2.7 – Capital Social

O quadro Societário do empreendimento será composto por Jefferson de Oliveira e Luiz Felipe da Cunha Moreira, sendo capital social composto por quotas de igual valor – ambos com 50 por cento.

2.8 – Fonte de recuso

Implantação da empresa será obtida com recursos próprios que envolvem a aplicação por partes dos proprietários.

A origem dos recursos utilizado para a abertura da empresa será referente a venda dos veículos particulares de propriedade dos sócios.

3.0 ANÁLISE DE MERCADO

3.1 Estudo dos clientes:

O centro do Rio de Janeiro tem 6.490 milhões de habitantes, e conta com a primeira renda per capita entre os diversos bairros da cidade, dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística/2016).

Com alto nível de qualidade de vida, a região mantém ritmo acelerado de desenvolvimento, e está ampliando sua infraestrutura nas áreas de saneamento básico e transporte. Segundo um levantamento feito pelo Sindicato de Habitação (Sicovi-RJ) em 2016, observou um crescimento das empresas investindo o seu dinheiro para construção de imóveis. Só no Rio de Janeiro teve mais de 70% de procuras por imóveis para alugar.

3.2 Público Alvo

Nosso foco são as imobiliárias ou instituições que utilizam frequentemente pesquisas cadastrais para venda, locação, emprego e outras finalidades.

Segundo o Conselho Regional dos Corretores de Imóveis (Creci-Rj), a valorização do mercado imobiliário do Rio de Janeiro, alguns fatores foram fundamentais para que o setor chegasse no elevado patamar onde se encontra. Dentre eles, podemos citar os grandes investimentos em infraestrutura no Rio e Grande Rio, uma nova política de segurança pública e a perspectiva dos grandes eventos que a cidade e realizará.

Através desses agentes, diferentes zonas da cidade foram impactadas, alcançando excelente destaque para o mercado de imóveis. Bairros tradicionais que antes viviam em estado de esquecimento, violência contínua e degradação, foram revitalizados, não só no quesito da urbanização em si, mas também no sentimento de quem é morador e na visão da sociedade. Além disso, localidades que já vinham em forte crescimento, ganharam mais fôlego e agora caminham a passos firmes na direção de maior valorização.

Não há como negar. A zona oeste é, hoje, a maior responsável pelo crescimento do setor imobiliário carioca. Formada por bairros em pleno desenvolvimento urbano e com terrenos disponíveis para a construção civil, a antes isolada região, se tornou a mais nova queridinha do mercado de imóveis na capital fluminense.

Para se tiver uma ideia da representatividade do local, segundo dados da Associação dos Dirigentes do Mercado Imobiliário (Ademi), mais de 60% das unidades habitacionais lançadas em 2012 se concentra na região: Jacarepaguá (3.254), Recreio (2.361), Barra da Tijuca (1.342) e Campo Grande (722).

PERFIL DOS CLIENTES SÃO IMOBILIARIAS

GASTOS MÉDIOS POR MÊS COM FICHA PARA ANALISE R\$ 500,00

70% SÃO IMOBILIARIAS ASSOCIADOS COM A EMPRESA

3.3– Área Demográfica

O Rio de Janeiro com sua beleza natural e por ser uma cidade maravilhosa, sempre atraem muitos empresários, turistas e pessoas a desfrutar as mais belas paisagens. Sendo assim cresce a demanda de compras e alugues de imóveis. De acordo com análise feita em 2016 pela Revista Exame, o Rio de Janeiro ocupa o 3^a lugar no ranking das cidades brasileiras com mais atrativos para investir em imóveis. Para os consumidores levam em consideração determinados critérios para a avaliação de compra, como qualidade, estilo, preço, indicação e inovação.

Desde 2009 com o início das obras, o Centro passa por uma nova fase onde as pessoas acreditam mais na região como oportunidade de negócios. Com isso, as salas comerciais chegaram a 55% de valorização em 2011, uma das maiores dos últimos anos. Os empresários voltaram a olhar com boas perspectivas a área central do município. No Final de 2012, a zona portuária, passou por uma grande revitalização, inclui obras de habitação, infraestrutura e cultura como o Museu de Arte do Rio, inaugurado em março de 2013, e o Museu do Amanhã, importante porta de entrada da cidade.

Nesta região estão sendo erguidos novos prédios comerciais, faz com que uma forte migração de empresas que possuem sedes em outras regiões do centro, abrindo espaços para outras corporações e aquecendo ainda mais o mercado. Em relação aos imóveis residenciais, a valorização dos imóveis chegou a 30% ao ano. Houve um aumento da procura de cerca de 50% pelos imóveis da região proporcionados pelo maior conforto de residir próximo ao trabalho. Devido ao pouco espaço para novas construções, quando há lançamentos residenciais no Centro do Rio, as unidades são rapidamente vendidas.

3.4 Estudos dos Concorrentes

Temos como principais concorrentes a Empresa de análise cadastral, FICHA CERTA, localizada na Av. Rio Branco, 123 – Gr. 1610 Centro- Rio de Janeiro, tais como: NOVAIS IMOVEIS s, na Av. Presidente Vargas, Nº 3600 Centro – Rio de Janeiro e também a LCI – LOCAL CONSULTORIA DE IMOVEIS S.A, situada na Rua 1º de Março, Nº 576 Praça-XV, Centro – Rio de Janeiro. Toda tem os mesmos segmentos de trabalho.

4- PLANO DE MARKETING

Marca da empresa



A empresa irá oferecer produtos e serviços que trarão benefício aos seus clientes, e se empenhar para fazer a diferença no mercado. Para isto, irá pesquisar novidades ao mercado, para atender a melhor necessidade não satisfeita, as demandas latentes e as tendências futuras.

Um dos grandes segredos do marketing é a competência do profissional em atender necessidades dos clientes. Para isto, a empresa irá ter sensibilidade para atender às necessidades dos clientes.

Dentro deste novo cenário mundial onde empresas, em números cada vez maiores estão competindo entre si, à sobrevivência organizacional da empresa fala mais alto. É dentro desse contexto que é fundamental o marketing.

4.1- Descrição dos Principais Produtos e Serviços

Os principais serviços serão Análise Cadastral Pessoa física, Análise Cadastral Pessoa Jurídica, Análise Cadastral Restritiva (mini-ficha) Pessoa Física.

A empresa irá utilizar a Internet sabendo que é uma ótima ferramenta de marketing, embora a televisão ainda seja o meio predileto, o hábito de acessar sites de instituições ou de relacionamentos têm se mostrado uma prática cada vez mais comum na vida dos brasileiros. De acordo com dados colhidos da Pesquisa Brasileira de Mídia de 2014, realizada pela Secretaria de Comunicação Social (Secom) da Presidência da República, de segunda a sexta-feira, os internautas ficam, em média, três horas e trinta e nove minutos na internet, enquanto os telespectadores passam três horas e vinte e nove minutos vendo TV.

Sendo assim, disponibilizará promoções e produtos em blogs, elaborará publicação e artigos em sites, e irá criar um grande banco de dados para envio periódico de Newsletter, e terá participação em diversas comunidades de profissionais de muitos outros recursos que a internet possibilita.

4.1.1 Telemarketing

A empresa terá um telemarketing de excelência, para atrair clientes de potencial e os antigos, utilizará um pequeno roteiro de como irá falar, e como irá oferecer os serviços, além de colocar os serviços à disposição daqueles clientes em potencial.

4.2 – Preço

O preço varia de acordo com a necessidade do cliente, o que menos importa quando se fala de um serviço de excelente qualidade, segue o valor: de R\$ 90,00 para ficha cadastral.

4.3 – Estratégias Promocionais

Todo esforço se direcionara me promover um serviço diferente em meios de comunicações, entre os quais se destacam prioritariamente as mídias digitais, além de participação em feiras e eventos e propaganda impressa. Dentre os principais benefícios de se investir em mídias sociais, destacam-se a interatividade e a ausência de barreiras geográficas e temporais.

Realizara investimento em um site chamado, (locaweb) tem a função de manter as informações atualizadas na internet, oferecendo uma loja virtual, disponibilizando nosso site e serviços e promoções, localidade, para passar uma imagem de confiança e credibilidade.

4.4 – Estruturas de Comercialização

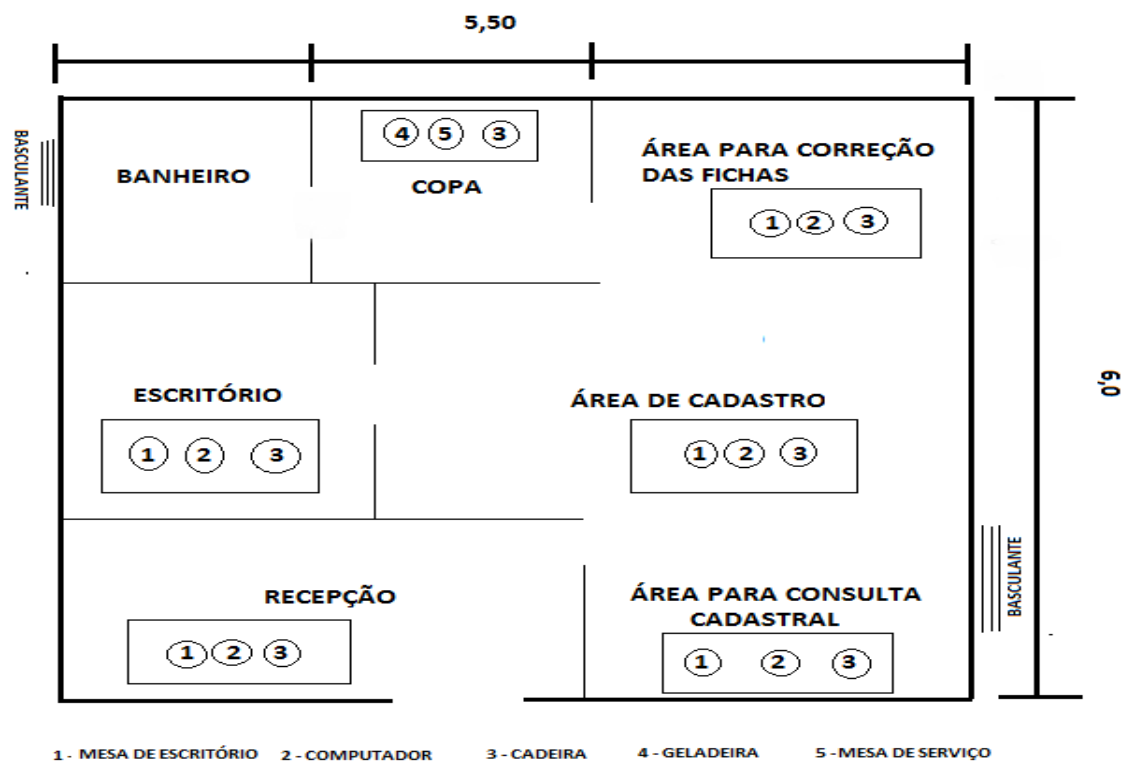
Temos empresas contratadas para manter nosso site (página) ativo na internet, e para a manutenção, para que possa estar sempre atualizada com informações necessárias.

4.5 – Localizações do Negocio

Nossa empresa ficará situada na Avenida Senador Dantas, Nº 2700-Centro/RJ.

5-PLANO OPERACIONAL

5.1 – LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO



5.2 - CAPACIDADE PRODUTIVA / COMERCIAL / SERVIÇOS

A produção do serviço será de acordo com a demanda, sendo que inicialmente a empresa estima um volume médio pela procura do serviço.

5.3 - PROCESSOS OPERACIONAIS

Funcionário 1: Visualizar, imprimir os e-mails, fazer as consultas como no itinerário, colocar em um caixa para o Funcionário 2 digitar e imprimir, enviando para o funcionário 3 corrigir (analisar), colocar em uma pasta, logo depois na mesa do itinerário de ser entregue aos clientes, Funcionário 4 fica responsável de resolver todas as pendências das fichas e ir ao cartório.

Todas as principais atividades do negócio serão documentadas e passarão por avaliação sobre sua eficácia e eficiência de tempos em tempos, visando assim sua melhoria contínua.

5.4 - NECESSIDADE DE PESSOAL

<u>CARGO</u>	<u>FORMAÇÃO</u>
DIRETORIA	ENSINO SUPERIOR
GERENTE	ENSINO MÉDIO
ANALISTA	ENSINO MÉDIO
AUXILIAR	ENSINO MÉDIO

6- PLANO FINANCEIRO

6.1-ESTIMATIVAS DE INVESTIMENTOS

6.1.1- MAQUINAS E EQUIPAMENTOS

DESCRIÇÃO	QTDE	VALOR UNIT	TOTAL
SERVIDOR	2	1.500,00	R\$ 3.000,00
COMPUTADOR	5	1.200,00	R\$ 6.000,00
IMPRESSORA MULT	2	950,00	R\$ 1.900,00
			<u>SUBTOTAL: R\$ 10.900,00</u>

6.1.2- MÓVEIS E UTENSÍLIOS

DESCRIÇÃO	QTDE	VALOR UNIT	TOTAL
MESA PARA ESCRITÓRIO	5	85	R\$ 425,00
CADEIRA PARA ESCRITÓRIO	5	65	R\$ 325,00
ARMÁRIO PARA ESCRITÓRIO	1	150	R\$ 150,00
APARELHO DE TELEFONE	2	50	R\$ 100,00
			<u>SUBTOTAL: R\$ 1.000,00</u>

TOTAL DE INVESTIMENTOS FIXOS: R\$ 11.900,00

6.2- CAPITAL DE GIRO

6.2.1-CÁLCULO DO PRAZO MÉDIO DE SERVIÇO

PRAZ MÉD.SERVIÇOS	%	Nº DE DIAS	MÉDIA PONDERADA
A VISTA	30	0	0
A PRAZO	70	30	21

PRAZO MÉDIO: 21 DIAS

6.2.2 CÁLCULO DO PRAZO MÉDIO DE COMPRAS

PRAZ MÉD. SERVIÇOS	%	Nº DE DIAS	MÉDIA PONDERADA
A VISTA	50	0	0
A PRAZO	50	30	15

PRAZO MÉDIO: 15 DIAS

6.2.3- CÁLCULO DA NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO

EM DIAS

	Nº DE DIAS
RECURSOS DA EMPRESA FORA DE SEU CAIXA	
CONTAS A RECEBER – PRAZO MÉD DE VENDAS	21
SUBTOTAL	21
RECURSOS DE TERC NO CAIXA DA EMPRESA	
FORNCEDORES – PRAZO MÉD DE COMPRAS	15
SUBTOTAL	15
<u>NECESSIDADE LÍQ DE CAP DE GIRO EM DIAS</u>	<u>6</u>

6.2.4- CAIXA MÍNIMO

CUSTO FIXO MENSAL	12.940,12
CUSTO VARIÁVEL MENSAL	16.868,89
CUSTO TOTAL DA EMPRESA	29.809,01
CUSTO TOTAL DIÁRIO	993,63
NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO EM DIAS	6
CAIXA MÍNIMO	= 5.961,78

CAPITAL DE GIRO RESUMO	
INVESTIMENTOS FINANCEIROS	VALOR R\$
CAIXA MÍNIMO	5.961,78
CAPITAL DE GIRO	5.961,78

6.3- INVESTIMENTOS PRÉ OPERACIONAIS

INVESTIMENTOS PRÉ OPERACIONAIS	VALOR R\$
DESPESAS COM LEGALIZAÇÃO	2.000,00
DIVULGAÇÃO	800,00
OUTRAS DESPESAS	7.000,00
TOTAL	9.800,00

6.4 – INVESTIMENTOS RESUMOS	VALOR R\$
INVESTIMENOS FIXOS	11.900,00
CAPITAL DE GIRO	5.961,78
INVESTIMENTOS PRÉ OPERACIONAIS	9.800,00
TOTAL	27.661,78

FONTES DE RECURSOS	VALOR	%
---------------------------	--------------	----------

RECURSOS PRÓPRIOS	27.661,78	100%
RECURSOS DE TERCEIROS	0	0
OUTROS	0	0
TOTAL	27.661,78	100%

6.5 - ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL

SERVIÇO	QUANTIDADE	PREÇO	FATURAMENTO
ANÁLISE	450	90,00	40.500,00
CADASTRAL			
TOTAL			R\$ 40.500,00

6.6 ESTIMATIVA DE CUSTO UNITÁRIO DE MATÉRIA PRIMA

MATERIAL	QUANTIDADE	PREÇO
CUSTO TOTAL	1	5,00

6.7 ESTIMATIVA DE CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO

DESCRIÇÃO%	%	FAT. ESTIMADO	CUSTO TOTAL
1-IMPOSTOS			
IMPOSTOS FEDERAIS			
CPP	4,07 %	486.000,00	19.780,20
IRPJ	0.48%	466.219,80	2.237,86
PIS	0,35%	463.981,94	1.623,94
COFINS	1,43%	462.358,00	6.611,72
CSLL	0,43%	455.746,28	1.959,71

IMPOSTOS MUNICIPAIS

ISS-IMPOSTOS S / SERV	3,50 %	453.786,57	15.882,53
-----------------------	--------	------------	-----------

SUBTOTAL 1 **R\$ 48.095,96**

GASTO COM SERVIÇOS

Comissão	1%	437.904,04	4.379,04
Propaganda	1%	433.525,00	4.335,25
Taxa de adm cartão de cred	1,9%	429.189,75	8.154,60

SUBTOTAL 2 **4%** **R\$ 16.868.89**

6.8-APURAÇÃO DOS CUSTOS DE SERVIÇOS PRESTADOS

SERVIÇO	CUSTO	CSP (\$)
---------	-------	----------

Avaliação cadastral 200 90 18.000

6.9 ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE MÃO DE OBRA

FUNÇÃO	Nº DE EMPREGADOS	SALÁRIO MENSAL	(%) ENCARGOS SOCIAIS	ENCARGOS SOCIAIS R\$	TOTAL
GERENTE	1	R\$ 2.000,00	33,77	R\$ 675,40	R\$ 2.675,40
ANALISTA	2	R\$ 2.600,00	33,77	R\$ 878,02	R\$ 3.478,02
AUXILIAR	2	R\$ 3.000,00	33,77	R\$ 1.013,10	R\$ 4.013,10
TOTAL					R\$ 10.166,52

6.10 - ESTIMATIVA DO CUSTO DE DEPRECIAÇÃO

ATIVOS FIXOS	VALOR DO BEM R\$	VIDA UTIL EM ANOS	DEPRECIAÇÃO ANUAL R\$	DEPRECIAÇÃO MENSAL R\$
MAQUINAS E EQUIPAMENTOS	R\$ 8.000,00	10	R\$ 800,00	R\$ 66,66
MÓVEIS	R\$ 900,00	10	R\$ 90,00	R\$ 7,50
TOTAL			R\$ 890,00	R\$ 74,16

6.11 – ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS

DESCRIÇÃO	Custo Total Mensal
-----------	--------------------

Aluguel	R\$1.000,00
Condomínio	R\$200,00
Água	R\$150,00
Energia Elétrica	R\$400,00
Telefone	R\$100,00
Manutenção de Equipamentos	R\$150,00
Salários + Encargos	R\$10.166,12
Material de Limpeza	R\$150,00
Material de Escritório	R\$300,00
Depreciação	R\$74,00
Outras Despesas	R\$250,00
Total	R\$12.940,12

6.12 – DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

	ANUAL	%
1- RECEITA TOTAL COM SERVIÇO	486.000	100
2- CUSTO VARIÁVEIS TOTAIS		
(-) CUSTO SOBRE SERVIÇO	216.000	44
(-) IMPOSTOS SOBRE SERVIÇO	48.095,96	10
(-) GASTOS COM SERVIÇO	16.868,89	4
SUBTOTAL 2	280.964,85	58
3- MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO (1-2)	205.035,15	42
4- CUSTOS FIXOS TOTAIS	92.626,63	
5- RESULTADO OPERACIONAL	112.408,52	

6.13 - INDICADORES DE VIABILIDADE

6.13.1 – PONTO DE EQUILÍBRIO

(RECEITA TOTAL – CUSTO VARIÁVEL)/ RECEITA TOTAL

$486.000 - 280.964,85 = 205.035,15 / 486.000 = 0,421...$
PORTANTO O PE = $92.626,63 / 0,421 = 220.015,75$

6.13.2 – LUCRATIVIDADE

(LUCRO LIQUÍDO/RECEITA TOTAL) *100

$112.408,52 / 486.000 = 23,1 \text{ \% AO ANO}$

6.13.3 – RENTABILIDADE

(LUCRO LIQUÍDO/INVESTIMENTO TOTAL) * 100

$112.408,52 / 27.661,78 = 4,05 \text{ \% AO ANO}$

6.13.4 – PRAZO DE RETORNO DE INVESTIMENTO

(INVESTIMENTO TOTAL/LUCRO LIQUÍDO)

$27.661,78 / 112.408,52 = 24 \text{ MESES} = 2\text{anos}$

7 – CENÁRIO

QUADRO	DESCRIÇÃO	CENÁRIO PROVÁVEL		CENÁRIO PESSIMISTA		CENÁRIO OTIMISTA	
		VALOR \$	%	VALOR \$	%	VALOR \$	%
5.5	RECEITA TOTAL COM VENDAS	R\$ 486.000,00	100	R\$ 145.800,00		R\$ 630.000,00	
	CUSTO VARIÁVEIS TOTAIS						
5.8	(-) CUSTO COM MATERIAS DIRETOS E OU CMV	R\$ 216.000,00	44	R\$ 151.200,00		R\$ 280.800,00	
5.7 (TOTAL1)	(-) IMPOSTOS SOBRE VENDAS	R\$ 48.095,96	10	R\$ 33.666,50		R\$ 62.524,75	
5.7 (TOTAL2)	(-) GASTOS COM VENDAS	R\$ 16.868,89	4	R\$ 11.808,22		R\$ 21.929,56	
	SUBTOTAL 2	280.964,85	58	R\$ 196.674,72		R\$ 365.254,31	
	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO (1 - SUBTOTAL 2)	R\$ 366.200,00	42	R\$ 256.340,00		R\$ 470.000,00	
5.11	(-) CUSTOS FIXOS TOTAIS	R\$ 80.235,15		R\$ 80.235,15		R\$ 80.235,15	
	LUCRO / PREJUÍZO OPERACIONAL (3-4)	0,79%		0,53%		0,86%	

7.1- AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

A análise SWOT pode contribuir para a elaboração de uma boa estratégia competitiva da organização através da identificação das forças, fraquezas, ameaças e oportunidades presentes no contexto organizacional em que é aplicada na implantação da nova empresa no cenário nacional e internacional. Na empresa estudada foi identificado como principais pontos fortes o interesse pelo planejamento estratégico em estudo, busca pela contratação de profissionais, localização e qualidade do serviço.

Para minimizar as dificuldades encontradas, o uso de ferramentas como a Análise SWOT se faz necessário, uma vez que possibilita maior controle das variáveis envolvidas no ambiente da organização, já que mapeia e escreve o cenário no qual a mesma está inserida, pois proporcionará um direcionamento para elaboração de estratégias de direção dos negócios da empresa.

O plano estratégico escolhido pela Assessoria Cadastral Três Amigos, focalizará em gerar resultados nos pontos fortes e nos pontos fracos e descrever a tarefa a ser realizada pelos colaboradores, indispensável para o alcance dos objetivos da empresa. Por se tratar de uma prestadora de serviços, seu plano operacional será agilidade no atendimento a cliente, aumentar o aproveitamento do seu espaço físico e a melhoria na comunicação entre setores pessoais. Também serão avaliados os procedimentos que a empresa terá, assim como a definição dos recursos humanos, com necessidade de pessoal, cronograma e necessidade de atividade em aperfeiçoamento.

7.2- ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A

7.2.1- Forças

Busca pela contratação de profissionais com experiência no segmento; Busca por profissionais qualificados; A união da Equipe; certa quantidade de ativo (imóveis equipamentos modernos, etc.); Localização privilegiada.

7.2.2- Oportunidades

A empresa definirá as melhores práticas da gestão, e adaptá-las, de forma a medir seus resultados e repetir, com intuito melhorar seu desempenho para tornar a empresa líder em seu segmento; alinhar a empresa ao mercado e com a possibilidade de concorrência; criar novas competências de forma a corresponder a fatores de sucesso, explorando ao máximo as oportunidades oferecidas de mercado; buscando reputação como líder em qualidade do serviço em sua especialidade.

7.2.3- Fraquezas -

Custo alto de material Variáveis Internas

		FATORES INTERNOS				FATORES EXTERNOS			
PONTOS FORTES		FORÇAS				OPORTUNIDADES			
		PREÇO ACESSÍVEL				SERVIÇO DIFERENCIADO			
		HABILIDADE TÉCNICA				CRESCIMENTO NO MERCADO			
PONTOS FRACOS		FRAQUEZAS				AMEAÇAS			
		GRANDE VOLUME DE DADOS				CONCORRÊNCIA			
		FALTA DE PARCERIAS				INFRAESTRUTURA DE TELECOMUNICAÇÕES ^N			

8- CONSIDERAÇÕES FINAIS E AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGOCIO

Para as condições empregadas na presente pesquisa, pôde-se concluir que não importa a forma ou metodologias que são utilizadas para fazer o planejamento, o importante é que o empreendedor tenha um para guiá-lo e fazer com que a empresa seja direcionada para o caminho certo. Além disso, o planejamento feito antes da abertura do negócio é importante, porém ele deve continuar a ser feito e revisado durante toda a vida do empreendimento, visto que as circunstâncias mudam e é preciso estar atento a elas e se precaver para que elas não afetem a boa saúde do negócio.

Através das entrevistas foi possível perceber que os empreendedores que não fizeram Plano de Negócios afirmaram que gostariam de ter feito, isso se deve a já terem passado pela fase de implantação de um negócio e verem que ele pode fazer a diferença e facilitar as atividades desta fase. Com relação à necessidade do Plano de Negócios, todos os empreendedores acham interessante e importante ter este documento para se guiarem sem falhas e retrabalhos. Porém a maioria deles não tem um para seu empreendimento. Isto pode ser devido a: não conhecerem a ferramenta quando a empresa foi criada, verem o Plano de Negócios somente como uma fonte de informação para conseguir um financiamento, não querem dedicar tempo para planejar e já querem agir, com medo de estarem perdendo tempo e dinheiro.

O trabalho realizado buscou mostrar quais as etapas de um plano de negócios para implantação de uma empresa (escritório) de assessoria cadastral. Em atendimento ao objetivo geral, inicialmente foram definidos alguns serviços específicos: Análise Cadastral Pessoa física, Análise Cadastral Pessoa Jurídica, Análise Cadastral Restritiva (mini-ficha) Pessoa Física.

9 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- PESQUISA SOBRE NEGÓCIO

<http://www.dicasdegramado.com.br/2014/05/aluguel-apartamento-temporada-gramado.html>

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empREENDEDOR,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

Acesso em 22 maio de 2017

-ESTUDO DE CLIENTE

<http://www.ibge.gov.br/estadosat/perfil.php?sigla=r>

Acesso em 02 de Junho 2017

-INFORMAÇÕES SOBRE PÚBLICO ALVO

<http://Creci-Rj.Gov.Br/Quem-Somos/>

Acesso em 6 de março de 2017

-INFORMAÇÕES SOBRE ANÁLISE DE CRÉDITO:

https://pt.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lise_de_cr%C3%A9dito

Acesso em 17 de março de 2017

-MISSÃO, VISÃO E VALORES DE UMA EMPRESA

http://www.infoescola.com/administracao_/missao-visao-e-valores-os-principios-

Essenciais/

Acesso em 22 de março de 2017

-COMO DESENVOLVER ANÁLISE DE MERCADO

<https://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/rj/rio-de-janeiro/panorama>

Acesso em 09 de abril de 2017

- INFORMAÇÕES DO PLANO DE MARKETING

<http://marketingdeconteudo.com/como-fazer-um-bom-plano-de-marketing/>

Acesso em 13 de maio de 2017

INFORMAÇÃO JURIDICAS

<https://www.jucerja.rj.gov.br/JucerjaPortalWeb/Paginas/Legislacao/Enunciados.aspx>

Acesso 10 de Junho 2017

-ÁREA DEMOGRÁFICA

<http://brasilecola.uol.com.br/brasil/aspectos-populacao-estado-rio-janeiro.htm>Acesso

<http://creci-rj.gov.br/valorizacao-imobiliaria-rio/em> 24 de maio 2017

-FORMULÁRIOS NECESSÁRIO PARA A CONSULTA

<http://asempar.com.br/s/formularios/>

Acesso em 06 de junho de 2017

-INFORMAÇÕES PARA A FICHA COMPLETA:

<https://seguro.fichacerta.com.br/analise-cadastral-locacao/#ficha-rapida>

Acesso em 08 de junho de 2017

-INFORMAÇÕES SOBRE ANÁLISE SWOT:

<http://www.venki.com.br/blog/conceito-de-analise-swot/>

Acesso em 09 de junho de 2017