

**CENTRO UNIVERSITÁRIO SÃO JOSÉ
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

CRISTIANE SANTOS
JACIARA DOS SANTOS RAMOS MARINHO
RODRIGO DE FARIAS TORRES

**PLANO DE NEGÓCIOS PARA CONSULTORIA E ASSESSORIA EM
PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO PARA AS EMPRESAS.**

Rio de Janeiro

2021

CRISTIANE SANTOS
JACIARA DOS SANTOS RAMOS MARINHO
RODRIGO DE FARIAS TORRES

**PLANO DE NEGÓCIOS PARA CONSULTORIA E ASSESSORIA NO
PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO PARA AS EMPRESAS.**

Projeto de pesquisa apresentado para a
Disciplina de TCC II, Plano de Negócios
sob a orientação da profa. Ma.: Maria de
Lourdes Ferraz Heleodoro

Rio de Janeiro

2021

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
1.1. Objetivos.....	5
1.2. Geral.....	5
1.3. Específicos.....	5
2. SUMÁRIO EXECUTIVO	6
2.1. Resumo dos principais pontos do plano de negócios.....	6
2.2. Logomarca.....	6
2.3. Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições.....	6
2.4. Dados do empreendimento.....	7
2.5. Missão, Visão e Valores da empresa.....	8
2.6. Setores de atividade.....	8
2.7. Forma jurídica.....	8
2.8. Enquadramento Tributário.....	8
2.9. Capital social.....	8
2.10. Fonte de recursos.....	9
3. ANÁLISE DE MERCADO	9
3.1. Consumidor.....	9
3.2. Fornecedor.....	10
3.3. Concorrente.....	10
4. PLANO DE MARKETING	11
4.1. Descrição dos principais serviços.....	11
4.2. Preço.....	12
4.3. Estratégias promocionais.....	12
4.4. Estrutura de comercialização.....	13
4.5. Localização do negócio.....	13
5. PLANO OPERACIONAL	13
5.1 Layout.....	14
5.2 Capacidade Produtiva.....	15
5.3 - Necessidade de Pessoal.....	15
5.3 – Processos Operacionais.....	15
6. PLANO FINANCEIRO	16
6.1. Estimativa dos Investimentos Fixos.....	16
6.2 Capital de Giro.....	17
6.3 Investimentos Pré-Operacionais.....	17
6.4 Investimento Total.....	17
6.5 Estimativa de Faturamento Mensal.....	18
6.6 Estimativa dos Custos com Mão de Obra.....	18

6.7 Custos com depreciação.....	19
6.8 Custos Fixos Operacionais Mensais.....	19
6.9 Demonstrativo do Resultado do Exercício.....	20
7. INDICADORES DE VIABILIDADE.....	20
8. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	20
8.1 Análise SWOT.....	21
8.2 Pontos Fortes.....	22
8.3 Pontos Fracos.....	22
8.4 Oportunidades.....	22
8.5 Ameaças.....	23
9. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS.....	23
10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	24

1. INTRODUÇÃO

A empresa de Consultoria e Assessoria em Planejamento Tributário é de grande importância para as instituições, consistindo na forma legal de reduzir o recolhimento de tributos e os custos das obrigações acessórias por meio de análises profundas da Legislação Tributária, buscando interpretar os fatos administrativos, os ordenamentos jurídicos, fiscais e econômicos que são aplicados ao negócio da empresa. Silvio Crepaldi afirma que “o planejamento, de um modo geral, é imprescindível para o alcance e a manutenção de bons resultados”.

Esta pesquisa está fundamentada no Princípio da Legalidade¹ e da Especificidade Conceitual Fechada, que são informadores do direito tributário brasileiro, ao definirem que será lícita toda conduta que busque a economia de tributos, desde que não vedada pelo legislador. Assim sendo, não se pode confundir as ações da gestão tributária, que incluem o planejamento tributário - também denominado elisão fiscal - com ações de sonegação tributária ou evasão fiscal.

Diante do exposto, por meio de um *plano de negócios*², será criada uma Consultoria e Assessoria em Planejamento Tributário, a fim de analisar o possível desempenho dos negócios e viabilizar decisões vitais para o crescimento das empresas.

1.1 - Objetivos

¹ O art. 5º, II, CF prescreve que: “Ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei”.

² Ferramenta utilizada para aumentar a possibilidade de sucesso do empreendimento.

1.2 - Geral

Elaborar um plano de negócio de uma empresa de Consultoria e Assessoria em Planejamento Tributário direcionado a pessoas jurídicas prestadoras de serviços ou fornecedoras de produtos.

1.3 - Específicos

Elaborar um plano de negócio conforme conceituado anteriormente com o objetivo de constatar se os procedimentos adotados pelas empresas estão seguindo a legislação tributária em vigor.

Conforme Everson Luiz Breda Carlin (2008) *são objetivos desta ferramenta* as alíneas de a/f :

- a) reduzir, de forma eficaz, a carga tributária **e os custos das obrigações acessórias** (grifo nosso);
- b) melhorar os resultados das operações;
- c) aproveitar as oportunidades disponíveis na lei;
- d) elaborar planos e programas para avaliar a melhor forma para apuração e recolhimento dos tributos;
- e) eliminar pontos vulneráveis internos e externos na empresa;
- f) analisar constantemente os impactos das ideias planejadas, prevenindo eventuais problemas;
- g) selecionar o fornecedor de produtos ou serviços necessários ao objeto das empresas, levando-se em consideração o ente federativo (Estados ou Municípios) onde se localizam, a fim de se evitar um aumento da carga tributária ou das obrigações acessórias;
- h) auxiliar as empresas a se adequarem a Reforma Tributária em tramitação no Congresso Nacional.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1 – Resumo dos principais pontos do plano de negócio

A sociedade adotará o nome empresarial **C J R CONSULTORIA EMPRESARIAL LTDA**, tendo como nome fantasia **CONSULTORIA & ASSESSORIA EM PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO**, com sede e domicílio na Avenida Presidente Vargas, 148, Sala 501, Edifício Vargas, Centro da Cidade, Rio de Janeiro, RJ, possuindo três sócios e iniciará suas atividades no mês de janeiro de 2021.

O foco da empresa será atuar no Departamento de consultoria e assessoria no planejamento Tributário, buscando a redução da carga tributária e a minimização dos riscos de contingências fiscais.

2.2 – Logomarca



Figura 1 – Elaboração própria

2.3 – Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições

Sócio 1

Nome: Jaciara dos Santos Ramos Marinho

Endereço: Rua General Sezefredo 342, Realengo, Rio de Janeiro, RJ.

Telefone: 3463-8942

Perfil: Formada em Ciências Contábeis, MBA em Planejamento Tributário com experiência na área fiscal executando trabalhos na coordenação, planejamento e controle, estabelecendo em conjunto com a gerência políticas de gestão dos recursos, estruturação do setor, implantação de projetos para atender os objetivos da organização.

Atribuições: Irá atuar no Planejamento Tributário das empresas.

Sócio 2

Nome: Rodrigo de Farias Torres

Endereço: Rua General Heitor Borges 456, Padre Miguel, Rio de Janeiro, RJ.

Telefone: 96434-1412

Perfil: Formado em Administração de Empresas, MBA em Finanças e Controladoria, com experiência desenvolvida na áreas Comercial, Administrativas e Financeiras. Expertise no setor Comercial com expressiva atuação na prospecção e captação de novos clientes nomeadamente no segmento financeiro, bem como no excelente atendimento ao cliente, quanto a resolução de suas dúvidas e na eliminação de problemas. Forte condução nos processos de agendamento de visitas de clientes e equipes com a utilização de itinerários bem elaborados através de planejamento lógico e racional, visando a melhor produtividade e qualidade no atendimento.

Atribuições: Irá atuar no Setor Comercial da empresa.

Sócio 3

Nome: Cristiane Santos

Endereço: Rua Comandante Santos Porto, 54 A - Realengo, Rio de Janeiro, RJ.

Telefone: 96415-0181

Perfil: Formado em Administração de Empresas, MBA em Finanças, com experiência no planejamento e controle das atividades administrativas e financeiras da empresa, gestão de equipes, contratação e negociação com terceiros, manutenção e elaboração de contratos, suporte no desenvolvimento de projetos, realização de análises e pesquisas de mercado, entre outras atividades. Interface com diversas áreas da empresa visando auxiliar a gestão de unidades e filiais. Responsável pelo controle e planejamento da área financeira, gerenciando a rotina e as atividades referentes a operações bancárias, rotinas de contas a pagar e receber.

Atribuições: Irá atuar no Setor Financeiro da empresa.

2.4 – Dados do empreendimento

- **Razão Social:** C J R Consultoria Empresarial LTDA.
- **Nome Fantasia:** Consultoria & Assessoria em Planejamento Tributário.
- **Ramo de atividade:** (6920-6/02) Atividades de consultoria e auditoria contábil e tributária.
- **Número de funcionários:** 5 funcionários e novas contratações conforme a necessidade e adaptação ao mercado.

2.5. – Missão, Visão e Valores da empresa

Missão: Prestar Consultoria e Assessoria em Planejamento Tributário direcionado a pessoas jurídicas prestadoras de serviços ou fornecedoras de produtos a fim de reduzirem seus custos e aumentarem seus lucros, com confiabilidade para movimentar os negócios com total segurança.

Visão: Ser referência em Consultoria e assessoria em Planejamento Tributário, buscando incansavelmente resultados positivos e atrativos para os negócios dos nossos clientes.

Valores da empresa: Prestar serviços com transparência, excelência e ética profissional.

2.6 – Setores de atividade - Prestação de Serviços.

2.7 – Forma jurídica - Sociedade Empresária Limitada.

2.8 – Enquadramento tributário - Optante pelo Simples Nacional.

2.9 – Capital social: R\$ 100.000 (Cem Mil Reais) dividido em 100.000 (Cem Mil) quotas de valor nominal de R\$ 1,00 (Um Real), totalmente subscrito e integralizado, neste ato, ESPÉCIE, distribuído entre os sócios da seguinte forma:

Nome dos Sócios:	Nº de quotas	Valor em R\$
Jaciara dos Santos Ramos Marinho	40.000	40.000,00
Rodrigo de Farias Torres	30.000	30.000,00
Cristiane dos Santos	30.000	30.000,00
Total	100.000	100.000,00

3.0. – Fonte de recursos

Capital Próprio.

3. ANÁLISE DE MERCADO

A análise do mercado deve sempre levar em conta fatores como economia, cultura, tecnologia, demanda do setor e concorrência, que nada mais são do que a verificação de três setores: a) mercado consumidor; b) fornecedores; c) concorrentes.

3.1 – Consumidor

A captação de clientes está direcionada a empresas que visam reduzir o recolhimento de tributos e os custos das obrigações acessórias, sendo a melhor forma de divulgação a utilização de plataformas digitais como Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, dentre outras e a indicação dos próprios clientes satisfeitos com os serviços, bem como a realização de parcerias com empresas de consultoria externa via internet e telefone, para dar suporte as possíveis dúvidas dos funcionários em matérias relacionadas a legislação tributária e contábil, aumentando a confiabilidade das informações repassadas aos clientes.

3.2 – Fornecedor

Percebe-se que os avanços na automação, aliados à inteligência artificial e as mudanças geopolíticas estão redesenhando o ambiente de trabalho, razão pela qual serão firmados contratos com os seguintes fornecedores:

a) de Tecnologia da Informação, capazes de instalar sistemas otimizados para atender seus anseios, permitindo a integração de dados, bem como colaborando na agilidade e qualidade dos serviços prestados;

b) de software capazes de aferir possíveis clientes em potencial, por meio da análise de seus perfis de consumo e visualizações na internet.

c) de mídias como **newsletter**³, haja vista as transformações político-econômicas mundiais que geram a necessidade de estar constantemente bem informado a fim de possibilitar a adequação as mudanças.

Por fim, os demais fornecedores necessários ao funcionamento das atividades da empresa estão ligados a materiais de escritório, materiais de uso e consumo, serviços de telefone, água, energia elétrica, alimentação.

3.3 - Concorrentes

São empresas de contabilidade estabelecidas a muito tempo no mercado e com preços competitivos mas que deixaram de se atualizar em relação as mudanças tecnológicas e estruturais, uma vez que seus sistemas de informação já estão defasados e seus gestores deixaram de investir nos empregados que estão acomodados e desestimulados, gerando uma grande rotatividade que causa perda de conhecimento e credibilidade no mercado.

Torna-se mister ressaltar que para enfrentar a concorrência a empresa deve se manter conectada as mudanças do mercado, buscando profissionais resilientes, capazes de se adequar a um mundo de conhecimento fluídico. Assim, baseado no estudo desenvolvido pelo **Workforce of the Future – the competing forces**

³ newsletter é bastante parecido com a assinatura de jornal ou revista. Ela é como uma assinatura online, que chega na caixa de entrada de clientes ativos ou potenciais que manifestaram a intenção de receber esse conteúdo.

shaping 2030, da PwC constata-se que as **startups**⁴ têm possibilidade de ganhar escala e conquistar influência em termos globais. Enquanto plataformas digitais, como o **crowdfunding**⁵, são cada vez mais utilizadas na criação de novos negócios.

4 – PLANO DE MARKETING

O plano de Marketing é uma ferramenta estratégica sobre promover o seu negócio, buscando com isso, assertividade na colocação no mercado e no contato com seus futuros clientes, passando credibilidade e segurança.

4.1 – Descrição dos principais serviços

Diante da imensa quantidade de impostos existentes no Brasil e por tratar-se de uma empresa de Consultoria e Assessoria em Planejamento Tributário presta-se serviços nas áreas de:

- a) Planejamento tributário, orientando para que a empresa crie estratégias para reduzir a carga tributária em suas operações, dentro do que permite a legislação, inclusive para operações especiais, como aquisição ou venda de ativos;
- b) Análise e avaliação de procedimentos fiscais, buscando oportunidades para que a empresa possa economizar no recolhimento de seus impostos;
- c) Aproveitamento de incentivos fiscais, sejam eles federais ou regionais, com vistas a reduzir o pagamento de impostos através das aplicações financeiras e investimentos;
- d) Revisão fiscal dos procedimentos adotados pela empresa, para realinhá-los com a realidade fiscal, acompanhando as modificações na legislação, inclusive a Reforma Tributária, em tramitação no Congresso Nacional;
- e) Consultoria sobre preços de transferências, apuração e revisão de cálculos de preços praticados em operações fiscais, estudos de operações com

⁴ startup se trata de uma empresa em fase inicial que possui uma proposta de negócio inovadora e com um grande potencial de crescimento.

⁵ Crowdfunding, consiste na obtenção de capital para iniciativas de interesse coletivo através da agregação de múltiplas fontes de financiamento, em geral pessoas físicas interessadas na iniciativa.

empresas vinculadas para evitar ajustes tributários, alterações na margem da lucratividade, defesas administrativas sobre tributação;

f) Consultoria fiscal sobre questões tributárias, com revisão periódica de procedimentos fiscais;

g) Recuperação de créditos fiscais e identificação de créditos não apropriados na contabilidade;

h) Procedimentos para utilização de créditos fiscais não utilizados;

i) Elaboração de consulta ao fisco nos níveis federal, estadual e municipal sobre divergências, com esclarecimento de dúvidas e enquadramento nas classificações fiscais da atividade empresarial;

j) Elaboração de pedidos para concessão de regime especial, quando possível e necessário.

4.2 – Preço

Os preços de serviços a serem executados, considera a complexidade da empresa/cliente, além de tomar como base de orientação do preço mínimo, os preços praticados no mercado pelas outras empresas contábeis, ou as tabelas propostas pelos sindicatos e associações profissionais.

Outrossim, para estabelecer os honorários, existem outros fatores que influenciam na formação dos preços como o valor do faturamento dos clientes, o tipo de tributação desenvolvida e a atividade econômica dessas organizações.

4.3 – Estratégias promocionais

Opta-se por atuar com marketing digital a fim de gerar resultados satisfatórios, por ser mais amplo e com menos custos.

Para tanto, deve-se investir em estratégias inovadoras, que façam com que haja destaque em relação a concorrência, pois hoje os clientes estão cada vez mais exigentes e o mercado mais competitivo.

Além do nosso site corporativo investiremos nas seguintes redes sociais: Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, WhatsApp, YouTube, entre outros.

Também, deve-se utilizar o Google Adwords, software capaz de aferir possíveis clientes em potencial, por meio da análise de seus perfis de consumo e visualizações na internet, uma vez que ao escolher as palavras-chave certas, garante-se que os anúncios da empresa sejam posicionados nos primeiros resultados de busca.

Assim, haverá um fortalecimento da marca, a conquista de novos clientes e a fidelização daqueles que já utilizam nossos serviços.

Por outro lado, também deve-se investir no Marketing direto, por meio das seguintes ferramentas: a) telemarketing⁶; b) e-mail Marketing Direto⁷; c) mala direta⁸.

4.4 – Estrutura de comercialização

A captação de clientes está direcionada a empresas que visam reduzir o recolhimento de tributos e os custos das obrigações acessórias por meio do marketing digital e direto, conforme supracitado.

4.5 – Localização do negócio

A empresa está localizada no Centro da cidade do Rio de Janeiro, de fácil acesso para funcionários e clientes.

O contrato de locação é renovável automaticamente, caso uma das partes não demonstre interesse em encerrar.

O edifício possui uma boa estrutura segura com ambiente agradável.

⁶ Telemarketing, utilização do telefone e demais meios de telecomunicação pelo marketing de bens ou serviços.

⁷ E-mail marketing direto, uma técnica que ocorre quando as campanhas de e-mails são enviadas diretamente para os clientes em potencial.

⁸ Mala direta, é um tipo de ação de marketing que consiste em um envelope ou pacote físico que uma empresa envia para o endereço dos clientes.

5. PLANO OPERACIONAL

Conforme o autor Wildauer (2011) o Plano Operacional contempla o estabelecimento de objetivos e a discussão sobre as expectativas voltadas para a empresa e seus funcionários, a partir da análise de possíveis cenários previstos a longo ou curto prazo.

5.1- Layout

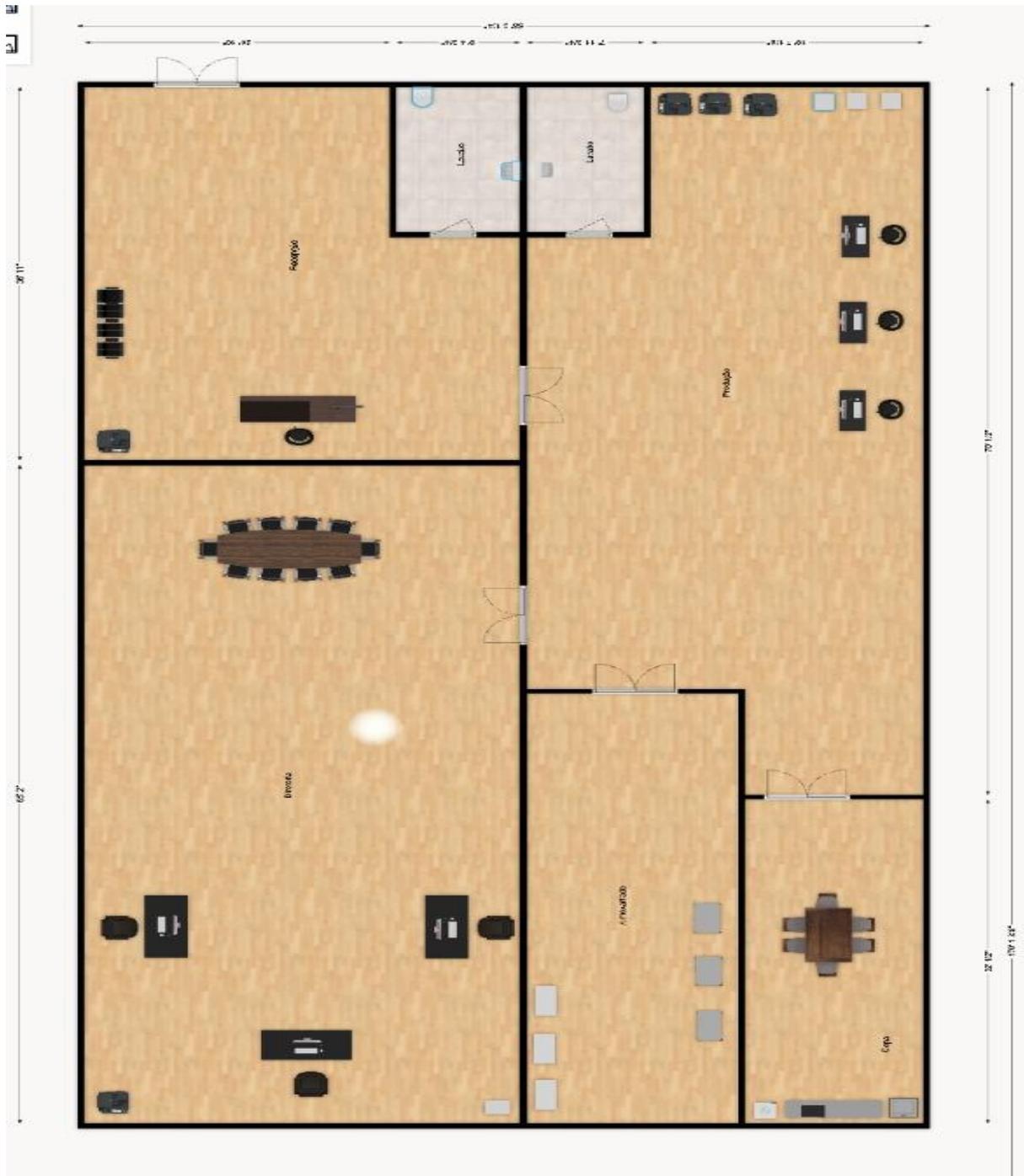


Figura 2 – Elaboração Própria

5.2 - Capacidade Produtiva

A capacidade produtiva da organização é ampla, sendo possível atender vários clientes por meio de um planejamento eficaz, caracterizado pelo agendamento antecipado que deverá ser precedido por uma entrevista referente aos principais pontos a serem abordados.

5.3 - Necessidade de Pessoal

A **C J R CONSULTORIA EMPRESARIAL LTDA** é composta por três sócios cada uma com as suas respectivas atribuições e quatro funcionários: um na Recepção, um no Setor Serviços Gerais de Limpeza e três funcionários da produção que terão os seguintes pré-requisitos:

Quadro 1 - Descrição de cargo

Cargo: Assistente Fiscal
Grau de instrução: ensino superior em Contabilidade
Conhecimentos exigidos: Atuação no cumprimento de obrigações acessórias
Cargo: Auxiliar fiscal
Grau de instrução: ensino superior em contabilidade - cursando
Conhecimentos exigidos: auxílio na emissão e lançamento de notas fiscais, apura impostos diretos e indiretos e confere escrituração de livros fiscais.

Fonte: Elaboração própria

5.3 - Processos Operacionais

A Consultoria e Assessoria no Planejamento Tributário terá a política de ir até as empresas e realizar o diagnóstico organizacional. Essa etapa será essencial para que seja elaborada uma proposta correta e adequada à organização. Na fase de

envio da Proposta, esta poderá ser entregue e apresentada pessoalmente, de acordo com a necessidade do cliente e da complexidade da proposta. Caso o cliente não aceite a proposta, ele terá a opção de nos dar um feedback do motivo e, assim, a empresa tentará reter o cliente e entender as causas de não fechamento.

6. PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro é um meio essencial a fim de aferir a viabilidade do empreendimento, demonstrando por meio de números a abrangência do plano de negócios, sendo base de orientação para tomada de decisões para investimento e financiamento, como dito por Gitman (2004).

6.1 - Estimativa dos Investimentos Fixos

No início das atividades empresariais é essencial o investimento, como se verifica no quadro abaixo:

Quadro 2 - Máquinas e Equipamentos

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
Ar condicionado	3	R\$1500,00	R\$ 4.500,00
Telefone	3	R\$30,00	R\$ 90,00
Frigobar	1	R\$500,00	R\$ 500,00
Cafeteira	1	R\$100,00	R\$ 100,00
Filtro de água	1	R\$300,00	R\$ 300,00
Computadores	5	R\$1200,00	R\$ 6.000,00
Impressoras	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
TOTAL			R\$ 12.290,00

Quadro 3 – Móveis e Utensílios

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
Mesas	5	R\$300,00	R\$1.500,00

Cadeiras	10	R\$50,00	R\$500,00
Armários	1	R\$200,00	R\$200,00
Prateleiras	1	R\$200,00	R\$200,00
TOTAL			R\$2.400,00

Fonte: Modelo Sebrae

6.2 - Capital de Giro

Devido a empresa não necessitar de estoque inicial, foi mensurado somente o capital de giro, que corresponde a R\$ 30.000,00 que é de recurso próprio dos sócios.

6.3 - Investimentos Pré-Operacionais

Quadro 4 – Investimentos Pré-Operacionais

Descrição	Valor	(%)
Despesas com Legalização	R\$ 1.200,00	32,43
Divulgação de Serviços	R\$ 1.500,00	40,54
Reforma da Sala	R\$ 1.000,00	27,03
TOTAL	R\$ 3.700,00	100

Fonte: Modelo Sebrae

6.4 - Investimento Total

O investimento financeiro necessário para a abertura da empresa é um ponto importante para tornar viável ou não a sua implantação. A estimativa de investimento fixo será no valor de R\$ 14.690,00, e a estimativa de investimentos pré-operacionais, R\$ 3.700,00, ambos os valores extraídos do capital de giro inicial de R\$ 30.000,00 restando uma reserva de caixa no valor de R\$ 11.610,00.

Quadro 5 - Investimento total

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos	R\$ 14.690,00	79,88
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 3.700,00	20,12
TOTAL	R\$ 18.390,00	100,00

Fonte: Modelo Sebrae

6.5 - Estimativa de Faturamento Mensal

A estimativa do faturamento corresponde a quantidade de serviços prestados mensalmente com base nos honorários decorrente da consultoria tributária.

Quadro 6 - Serviços

Serviços	Preço unitário (R\$)	Faturamento Mensal total (R\$)
Honorário de Serviços (14 contratos)	R\$ 2.500,00	R\$ 35.000,00
Total	R\$ 2.500,00	R\$ 35.000,00

Fonte: Modelo Sebrae

6.6 - Estimativa dos Custos com Mão de Obra

No início da atividade empresarial, serão contratados cinco funcionários, estimando uma despesa mensal de R\$ 5.412,00. Compõe a referida despesa: salário mensal e os encargos sociais.

Quadro 7 - Custos com mão de obra

Função	Salário Mensal Total	Encargos Sociais (%)	Encargos sociais	Total
---------------	-----------------------------	-----------------------------	-------------------------	--------------

Recepcionista	R\$ 1.200,00	32%	R\$ 384,00	R\$ 1.584,00
Assistente Fiscal	R\$ 1.800,00	32%	R\$ 576,00	R\$ 2.376,00
Aux. Serviços Gerais	R\$ 1.100,00	32%	R\$ 352,00	R\$ 1.452,00
TOTAL	R\$ 4.100,00		R\$ 1.312,00	R\$ 5.412,00

6.7 - Custos com Depreciação

O quadro abaixo representa os gastos com depreciação dos bens adquiridos pela empresa.

Quadro 8 - Depreciação

Ativos Fixos	Valor do Bem (R\$)	Vida Útil	Deprec. Mensal (R\$)	Deprec. Anual (R\$)
Computadores	R\$6.000,00	5 anos	R\$100,00	R\$1.200,00
Móveis e Utensílios	R\$3.050,00	10 anos	R\$25,42	R\$305,04
Ar Condicionado	R\$4.500,00	10 anos	R\$37,50	R\$450,00
TOTAL			R\$162,92	R\$1.955,04

Fonte: Modelo Sebrae

6.8 - Custos Fixos Operacionais Mensais

Custos Fixos são as despesas que não variam em função da produção.

Quadro 9 - Custos fixos

Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 1.500,00
Condomínio	R\$ 400,00
Depreciação	R\$ 1.955,04
Energia elétrica	R\$ 400,00
IPTU	R\$ 25,00
Material de escritório	R\$ 150,00
Material de limpeza / higiene	R\$ 120,00
Salários + Encargos	R\$ 5.412,00
Telefone + internet	R\$250,00

Software	R\$150,00
Total:	R\$ 10.362,04

Fonte: Modelo Sebrae

6.9 - Demonstrativo do Resultado do Exercício

Quadro 10 - DRE

Descrição	Valor	Valor Anual
1. Receita Total com Serviços	R\$ 35.000,00	R\$ 420.000,00
2. Custos Variáveis Totais	R\$ 2.100,00	R\$ 25.200,00
2.1 (-) Impostos sobre serviços	R\$ 2.100,00	-
3. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 10.362,04	- R\$ 124.344,48
= Resultado Líquido	R\$ 22.537,96	R\$ 270.455,52

Fonte: Modelo Sebrae

7. INDICADORES DE VIABILIDADE

Quadro 11- Indicadores

Indicador	Fórmula	Resultado
ICM	$ICM = (RT - CV) / RT$	0,94
Ponto de Equilíbrio	$PE = CF / ICM$	11.023,45
Lucratividade	Lucro Líquido / Receita Total	64,39%
Rentabilidade	Lucro Líquido / Investimento Total	$0,1 * 100 = 100\%$
Prazo de Retorno de Investimento (PRI)	Investimento total / Lucro Líquido	$(18.390 / 22.537,96) = 9$ meses

Fonte: Elaboração Própria

Legenda: PE: Ponto de Equilíbrio; CF: Custo Fixo; ICM: Índice Margem de Contribuição; RT: Receita Total; CV: Custo Variável

8. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

A avaliação estratégica se refere ao estudo do ambiente interno e externo de uma empresa, com o objetivo de avaliar seus componentes presentes e futuros.

8.1 - ANÁLISE SWOT

Quadro – 12

		ANÁLISE SWOT	
		Forças	Franquezas
Interno	<input type="checkbox"/> Equipe com capacitação profissional; <input type="checkbox"/> Empresa com suporte tecnológico atualizado e excelente localização; <input type="checkbox"/> Flexibilidade de negociação de honorários e formas de pagamento com os clientes.	<input type="checkbox"/> Empresa em fase inicial; <input type="checkbox"/> Concentração do faturamento em poucos clientes; <input type="checkbox"/> Deficiência na estipulação de preço de acordo com os custos do serviço;	
	<input checked="" type="checkbox"/> Parcerias com empresas de consultoria externa; <input checked="" type="checkbox"/> Crescimento e ampliação de atividades em outras cidades e estados;	<input checked="" type="checkbox"/> Concorrentes com maior tradição; <input checked="" type="checkbox"/> Aumento da carga tributária da Consultoria Contábil em Planejamento Tributário; <input checked="" type="checkbox"/> Instabilidade econômica mundial causada pela Pandemia do Coronavírus;	
		Oportunidades	Ameaças

Análise SWOT (ou Matriz F.O.F.A.) corresponde as seguintes siglas: Forças (Strengths), Fraquezas (Weakness), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats).

8.2 - Pontos Fortes

a) Equipe com conhecimento e domínio técnico, dinamismo, comprometimento, união e investimento em capacitação profissional;

b) Empresa com estrutura física, excelente localização, capaz de antecipar cenários e personalizar o atendimento conforme o perfil dos seus clientes, com suporte tecnológico atualizado;

c) Flexibilidade de negociação de honorários e formas de pagamento com os clientes.

8.3- Pontos Fracos

a) Empresa em fase inicial tendo que desenvolver um trabalho árduo na divulgação da marca e serviços prestados;

b) Concentração do faturamento em poucos clientes;

c) Deficiência na estipulação de preço de acordo com os custos do serviço;

8.4 – Oportunidades

a) Parcerias com empresas de consultoria externa via internet e telefone,

para dar suporte as possíveis dúvidas dos funcionários em matérias relacionadas a legislação tributária e contábil, aumentando a confiabilidade das informações repassadas aos clientes;

b) Crescimento e ampliação de atividades em outras cidades e estados;

8.5 – Ameaças

a) Concorrentes com maior tradição;

b) Aumento da carga tributária da Consultoria Contábil em Planejamento Tributário;

d) Instabilidade econômica mundial causada pela Pandemia do Coronavírus;

9. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS

O objetivo deste plano de negócios é evidenciar a viabilidade de uma Consultoria e Assessoria em Planejamento Tributário, na intenção de projetar as atividades econômicas das empresas, visando com isso reduzir suas cargas tributárias por meio de elisões fiscais sem correr qualquer risco com o Fisco, razão pela qual é fundamental na implantação destas, pois representa todas as diretrizes que o empreendedor deverá levar em consideração para consolidar seu próprio negócio.

Outrossim, apresenta fatores positivos e negativos na perspectiva dos clientes, e avalia o mercado em relação a fornecedores e concorrentes, planejando estratégias competitivas, na gestão de marketing e finanças, analisando receitas, custos e despesas, para prever resultados e avaliar a viabilidade do empreendimento.

10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SEBRAE, **Modelo de plano de negócios**, portal AVA São José.

CARLIN, Everson Luiz Breda. **Auditoria, Planejamento e Gestão Tributária**. Curitiba: Juruá, 2008. 131 p.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Planejamento Tributário: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2018. 408 p.

MORAES, Tiago. **Como elaborar a Missão, Visão e Valores no E-Commerce**. Agência e Plus, 2017. Disponível em: <<https://www.agenciaeplus.com.br/como-elaborar-missao-visao-e-valores-do-seu-e-commerce/>>. Acesso em: 24 de set. de 2020;

CUNHA, Vinicius. **Os 6 mais importantes princípios do direito tributário**. Aurum, 2019. Disponível em: <<https://www.aurum.com.br/blog/principios-do-direito-tributario/>>. Acesso em: 5 de set. de 2020;

TOLEDO, Marcelo. **SWOT: Um pequeno guia**. Marcelo Toledo, 2014. Disponível em: <<http://marcelotoledo.com/swot-um-pequeno-guia/#:~:text=Escrita%20por%20Sun%20Tzu%2C%20no,%2Dse%20contra%20as%20ameas.%E2%80%9D>>. Acesso em: 5 de nov. 2020;

Estudo da PwC analisa o impacto da tecnologia no mercado de trabalho até 2030. PWC, 2019. Disponível em: <<https://www.pwc.com.br/pt/sala-de-imprensa/noticias/estudo-pwc-analisa-impacto-da-tecnologia-no-mercado-de-trabalho-ate-2030.html>>. Acesso em: 29 de out. de 2020;

D'Angelo, Pedro. **O que é plano de marketing e como fazer um planejamento infalível para seu negócio**. Opinion Box, 2019. Disponível em: <<https://blog.opinionbox.com/plano-de-marketing/>>. Acesso em: 28 de out. 2020;

Wildauer, Egon Walter. **Plano de Negócios Elementos constitutivo e Processos de Elaboração**. 2ª edição. Curitiba, PR: Ibex dialógica, 2011.

Gitman, Lawrence Jeffrey. **Princípios de Administração Financeira**. 10ª edição. São Paulo, SP: Pearson, 2004.