

PLANO DE NEGÓCIO: VIABILIDADE DA IMPLANTAÇÃO DE UMA EMPRESA DE CONSULTORIA EM MARKETING NA REGIÃO DO COREDE MÉDIO ALTO URUGUAI - RS

Congresso Online Científico de Administração, 1^a edição, de 09/08/2021 a 12/08/2021
ISBN dos Anais: 978-65-89908-68-5

FISCHER; DANIEL VINICIUS ¹, CEZARO; MATHEUS ROQUE DE ², PANOSO; GILSON HENRIQUE ³

RESUMO

O plano de negócios é uma importante ferramenta utilizada para minimizar possíveis erros ainda na fase de modelagem do planejamento, e também para verificar se o negócio é viável. O presente trabalho tem como objetivo analisar a viabilidade da implantação de uma empresa de consultoria em marketing na região do COREDE Médio Alto Uruguai do Estado do Rio Grande do Sul. Para a fundamentação teórica utilizou-se de temas relacionados ao plano de negócios, modelagem de negócios, tipologias de empresas de consultoria de marketing e a própria história e evolução do marketing e seus conceitos. Em relação ao desenvolvimento do estudo o método de pesquisa quanto a natureza é aplicada, em relação aos objetivos classifica-se descritiva e exploratória e com uma abordagem qualitativa e quantitativa. Já em relação aos procedimentos técnicos, para levantamento de dados secundários utilizou-se de pesquisa bibliográfica e de informações econômico-financeiras e mercadológicas acerca do objeto do estudo. E para levantamento de dados primários, realizou a pesquisa de campo através de aplicação de questionário com a amostragem não-probabilística, por conveniência dos pesquisadores com 83 empresas localizadas em sete municípios da região já descrita acima. Utilizou-se da plataforma do SEBRAE denominada PNBOX para a construção do plano de negócio. Em relação aos resultados, conclui-se que o presente estudo atingiu todos os objetivos esperados e a abertura da empresa de consultoria de marketing na região da COREDE do Médio Alto Uruguai do Estado do Rio Grande do Sul mostrase viável uma vez que os empreendedores irão obter retorno do investimento num período de 6 meses, com uma lucratividade de aproximadamente de 18% e rentabilidade de 219% ao ano. Observa-se que os principais custos estão relacionados a própria mão-de-obra do consultor, contabilizadas em horas, gastos com vendas e impostos, gerando uma Margem de Contribuição de 49,31%, e despesas fixas relacionadas ao aluguel do escritório e comunicação. Considerando a projeção de crescimento da empresa nos primeiros 12 meses, que é 5% ao mês, obtivemos receita total com vendas de R\$ 254.674,03 anual. Com custos variáveis de R\$ 129.087,91; com margem de contribuição de R\$ 125.586,12; custos fixos gerando em torno de R\$78.013,98; gerando por fim um resultado operacional de R\$ 47.572,16 no primeiro ano. Na análise do macro ambiente, bem como os dados da pesquisa de mercado para validar os dados financeiros que foram apresentados acima, constatou-se que o mercado de consultoria está aquecido, na pesquisa de campo, quando questionado aos respondentes quais as áreas que mais necessita de auxílio profissional externo para melhor performance, as áreas mencionadas foram marketing, estratégico, financeiro e gestão de pessoas, sendo que a área do marketing obteve mais de 50% das respostas. Já em relação aos fatores que seriam importantes no momento da contratação de um consultor, o empresário leva em consideração a experiência do consultor e também as indicações de amigos e empresários conhecidos que já foram auxiliados por uma consultoria. E por fim, os empresários estariam dispostos a investir na faixa de R\$ 500,00 à R\$ 750,00 reais mensais.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo, Plano de negócios, Consultoria de Marketing

¹ Bacharel em Administração pela URI/FW, danielviniciusfischer@gmail.com

² Acadêmico de Administração pela URI/FW, matheusdecezaro@hotmail.com

³ Orientador. Bacharel em Administração pela URI/FW. Pós Graduado em Marketing, Comunicação e Branding pela URI/FW. Mestre em Desenvolvimento Regional pela UNIJUI/RS. Professor e Coordenador do Curso de Administração da Universidade Estadual de Westphalen Rs., panosso@uri.edu.br

¹ Bacharel em Administração pela URI/FW, danielviniciusfischer@gmail.com

² Acadêmico de Administração pela URI/FW, matheusdecezaro@hotmail.com

³ Orientador. Bacharel em Administração pela URI/FW. Pós Graduado em Marketing, Comunicação e Branding pela URI/FW. Mestre em Desenvolvimento Regional pela UNIJUI/RS. Professor e Coordenador do Curso de Administração da Universidade Federal de Santa Maria - UFSM. E-mail: panosso@uri.edu.br