

MODELAGEM E ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONÔMICA PARA ABERTURA DE UMA CONSULTORIA EMPRESARIAL: O CASO EVOROUTE

OLIVEIRA, RAPHAEL MORAIS DE¹. VITOY, RICARDO¹.

¹RODRIGUES, PRISCILLA BORGES DE E¹, MORAIS, ELÓDIA
TEODORO VALADÃO DE¹.

Escola Politécnica e de Artes

Engenharia de Produção

Pontifícia Universidade Católica de Goiás¹

Goiânia-GO-Brasil

RESUMO: O presente trabalho tem como objetivo desenvolver o planejamento estratégico e financeiro para a abertura de uma consultoria empresarial no Estado de Goiás, definindo diretrizes de posicionamento, público-alvo e proposta de valor. Para sustentar essas estratégias, aplicaram-se ferramentas de análise econômica, como Valor Presente Líquido (VPL), Taxa Interna de Retorno (TIR), Payback Descontado (PBD) e Índice de Lucratividade (IL). A pesquisa, com abordagem qualitativa e quantitativa, utilizou dados de mercado e projeções financeiras. Os resultados indicaram VPL de R\$ 269.508,84, TIR de 18,42% ao mês, IL de 8,11 e Payback Descontado de 7,53 meses, confirmou a viabilidade do projeto. A análise de sensibilidade mostrou que a previsão de demanda possui maior impacto sobre os indicadores do que a TMA, reforça a importância de estratégias voltadas à manutenção de clientes e ao fortalecimento competitivo. Conclui-se que o empreendimento é economicamente viável e que o planejamento estratégico é essencial para sua sustentabilidade.

Palavras-chave: Planejamento estratégico. Fluxo de caixa. Análise de sensibilidade. Análise de Investimento.

ABSTRACT: This study aims to develop the strategic and financial planning for the establishment of a business consulting firm in the state of Goiás, defining positioning guidelines, target audience, and value proposition. To support these strategies, economic analysis tools such as Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Discounted Payback (DPB), and Profitability Index (PI) were applied. The research used a qualitative and quantitative approach based on market data and financial projections. The results indicated an NPV of R\$ 269,508.84, an IRR of 18.42% per month, a PI of 8.11, and a Discounted Payback of 7.53 months, confirming the project's feasibility. Sensitivity analysis showed that demand forecasting has a greater impact on economic indicators than the Minimum Attractive Rate of Return (MARR), reinforcing the importance of strategic actions aimed at customer retention and competitive positioning. It is concluded that the venture is financially viable and that strategic planning is essential for its long-term sustainability.

Keywords: Strategic planning. Cash flow. Sensitivity analysis. Investment analysis.

1. Introdução

O setor de serviços representa uma das bases da economia brasileira, sendo responsável por aproximadamente 70% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, além de responder pela maior parcela da geração de empregos no país (IBGE, 2024). Dentro desse cenário, a consultoria empresarial tem ganhado destaque como atividade estratégica, fornecendo suporte técnico, administrativo e gerencial para empresas que buscam maior eficiência e competitividade em um ambiente de negócios cada vez mais dinâmico.

De acordo com reportagem publicada pelo Valor Econômico, a consultoria empresarial tem impulsionado negócios em todo o Brasil, desempenhando papel fundamental no crescimento de empresas que carecem de orientação estratégica (VALOR ECONÔMICO, 2025). Esse movimento reflete a crescente necessidade de especialização e inovação, principalmente em mercados regionais que passam por expansão e diversificação.

As tendências globais apontam que o setor continuará em ascensão nos próximos anos. Estudo da Evolutto (2025) destaca que até 2026 a consultoria empresarial será marcada pela digitalização, uso de inteligência artificial, metodologias ágeis e pela otimização de recursos, possibilitando que empresas obtenham maior relevância e resultados sem ampliar proporcionalmente seus custos operacionais. Essa transformação demonstra que a consultoria não é apenas uma atividade de apoio, mas uma ferramenta essencial para a sustentabilidade e o crescimento organizacional.

Em Goiás, o setor de serviços sempre desempenhou papel central na economia estadual. Durante a década de 1990 observava-se uma forte concentração das atividades comerciais e de serviços em Goiânia, que abrigava grande parte dos estabelecimentos varejistas e atacadistas, reflexo da elevada taxa de urbanização e da concentração populacional. Essa estrutura consolidou a capital como o principal polo econômico do estado, favorecendo a expansão de atividades ligadas à prestação de serviços e ao comércio local (SALGADO, 2018).

Atualmente, esse cenário se expandiu de forma significativa. No Estado de Goiás, os pequenos negócios formam a espinha dorsal da economia regional: no segundo trimestre de 2025, 95% das empresas ativas eram micro e pequenas empresas (MPEs),

totalizando mais de 879 mil negócios nessa condição. Esse crescimento representa um aumento de 66% em apenas cinco anos, impulsionado por fatores como ambiente favorável ao empreendedorismo, programas de crédito e processos de formalização mais rápidos (SEBRAE-GO, 2025).

Esse contexto demonstra a importância da profissionalização da gestão e a necessidade de consultorias capazes de oferecer suporte estratégico, a fim de garantir a sustentabilidade e expansão dos empreendimentos no mercado goiano (EMPREENDER EM GOIÁS, 2025).

Diante dessa realidade, este trabalho propõe a modelagem e análise de viabilidade de uma nova empresa de consultoria empresarial, desenvolvida desde sua concepção até a verificação de seu potencial econômico-financeiro. O estudo busca, portanto, unir o planejamento estrutural e estratégico de criação de um novo negócio à análise de indicadores econômicos que comprovem sua sustentabilidade no mercado.

Para tanto, a pesquisa utiliza ferramentas de análise econômica, como Valor Presente Líquido (VPL), Taxa Interna de Retorno (TIR), Payback e Índice de Lucratividade (IL), associadas ao desenvolvimento de um modelo de negócio estruturado para o segmento de consultoria empresarial.

O objetivo geral desta pesquisa é desenvolver o planejamento estratégico e operacional de uma empresa de consultoria empresarial, analisando sua viabilidade econômica e potencial de sustentabilidade. Como objetivos específicos, busca-se:

- Elaborar a identidade organizacional (missão, visão e valores);
- Realizar pesquisa de mercado e análise de público-alvo;
- Definir portfólio, pacotes de serviço e precificação;
- Estruturar o planejamento financeiro e tributário;
- Avaliar a viabilidade econômica do projeto.

2. Referencial Teórico

2.1 Planejamento e Modelagem de Negócio

2.1.1 Empreendedorismo e Plano de Negócio

O empreendedorismo envolve a capacidade de identificar oportunidades e criar valor por meio da inovação. Para Kuratko (2020), empreender significa transformar ideias

em ações que geram impacto econômico e social. Complementarmente, Bygrave e Zacharakis (2021) afirmam que o empreendedor lida com riscos e busca vantagem competitiva.

O plano de negócios, por sua vez, orienta decisões estratégicas. Segundo Dornelas (2021), ele estrutura informações essenciais sobre mercado, finanças e operações, reduzindo incertezas. De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2020), o plano funciona como guia para avaliar a viabilidade do empreendimento.

2.1.2 Modelagem de Pacote e Precificação de Serviço

A modelagem de pacotes consiste em agrupar serviços de forma a agregar valor ao cliente. Para Lovelock e Wirtz (2021), pacotes bem estruturados facilitam a percepção de benefício e a diferenciação da oferta.

A precificação de serviços é influenciada pela intangibilidade e pela experiência do cliente. Kotler, Bowen e Makens (2022) destacam que o preço deve refletir o valor percebido e o posicionamento estratégico. Além disso, Nagle, Hogan e Zale (2021) afirmam que uma gestão eficaz de preços considera custos, demanda e comportamento do consumidor.

2.1.3 Posicionamento Estratégico e Marketing de Serviço

O posicionamento estratégico refere-se às escolhas que determinam a maneira como uma organização deseja ser percebida no mercado. Para Barney e Hesterly (2021), o posicionamento está ligado à formulação de estratégias que criam valor por meio de recursos e capacidades difíceis de imitar. Em serviços, esse posicionamento precisa considerar aspectos relacionais e a experiência do cliente.

No âmbito do marketing de serviços, Zeithaml, Bitner e Gremler (2020) enfatizam que a natureza intangível, perecível e heterogênea dos serviços exige estratégias diferenciadas para alcançar vantagem competitiva. Lovelock e Wirtz (2021) complementam afirmando que o marketing de serviços depende diretamente da gestão da qualidade percebida, do relacionamento com o cliente e da entrega consistente do valor prometido.

2.2 Análise de Viabilidade Econômica

2.2.1 Indicadores Econômicos

A análise financeira de investimentos utiliza indicadores que auxiliam na avaliação da viabilidade econômica de projetos. O Valor Presente Líquido (VPL) é um dos critérios mais utilizados e consiste em descontar os fluxos de caixa futuros a uma taxa definida. Segundo Gitman e Zutter (2018), o VPL permite identificar se um projeto gera riqueza ao acionista.

A Taxa Interna de Retorno (TIR) é definida como a taxa que iguala o VPL a zero. Conforme Ross, Westerfield e Jordan (2022), a TIR é útil para comparar projetos, embora exija cautela quando há fluxos de caixa não convencionais.

Já o Índice de Lucratividade (IL) mede a relação entre o valor presente dos fluxos futuros e o investimento inicial, sendo considerado por Brigham e Ehrhardt (2020) como um indicador complementar ao VPL para decisões de priorização de investimentos.

O Payback Descontado, segundo Gitman e Zutter (2018), aprimora o payback tradicional ao considerar o valor do dinheiro no tempo, oferecendo uma análise temporal mais realista da recuperação do investimento.

Por fim, a Taxa Mínima de Atratividade (TMA) representa o retorno mínimo esperado pelo investidor. De acordo com Ross, Westerfield e Jordan (2022), a definição da TMA deve refletir o risco do projeto e o custo de capital da empresa.

2.2.2 Análise de Sensibilidade

A análise de sensibilidade é uma ferramenta essencial na avaliação de investimentos, permitindo verificar como variações em premissas como receitas, custos, taxas de juros e prazos impactam indicadores financeiros como Valor Presente Líquido (VPL) e Taxa Interna de Retorno (TIR). Essa abordagem identifica as variáveis que mais influenciam a viabilidade econômica do projeto e auxilia na tomada de decisões informadas. Estudos recentes mostram que técnicas como derivadas parciais e simulações de Monte Carlo ampliam a precisão da análise, permitindo avaliar cenários diversos e compreender melhor os riscos associados aos investimentos (BRUNI; FAMÁ; SIQUEIRA, 1998; CHEN, 2025; LIU, 2022).

3. Metodologia

A pesquisa desenvolvida apresenta caráter exploratório, com abordagem mista, qualitativa e quantitativa, tendo como propósito compreender o funcionamento e as

particularidades do mercado de consultoria empresarial. A natureza exploratória da investigação possibilitou levantar informações descritivas sobre o setor, bem como identificar tendências e fatores determinantes para o desenvolvimento de uma nova empresa. A abordagem qualitativa foi empregada na análise das características e práticas do mercado, enquanto a abordagem quantitativa permitiu o tratamento de dados numéricos referentes ao investimento inicial, custos operacionais, receitas projetadas e indicadores econômicos, servindo de base para a elaboração da análise de viabilidade financeira e para o desenvolvimento das etapas seguintes do estudo.

3.1 Pesquisa de Mercado

Para subsidiar o processo de precificação, foi realizada uma pesquisa de mercado com base em dados disponibilizados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que apresenta uma tabela de referência sobre valores de consultoria (SEBRAESP, s.d.). O levantamento também considerou tendências do setor, como a expansão dos serviços digitais e o aumento da demanda por consultorias especializadas. A partir dessas informações, adotou-se uma metodologia híbrida de precificação, que combina os modelos de taxa horária e pacotes de serviço, conforme descrito pela Associação Brasileira de Consultores Empresariais (ABRACEM). Nessa abordagem, o valor de cada pacote é calculado por meio da seguinte equação:

$$\text{Preço do Pacote} = \text{Mão de obra trabalhada/hora} \times \text{Quantidade de consultores} \times \text{Quantidade de horas planejadas}.$$

3.2 Planejamento Estratégico

A etapa referente ao planejamento estratégico compreendeu a definição dos componentes fundamentais da identidade organizacional da consultoria, incluindo a formulação da missão, visão e valores institucionais. Paralelamente, foi estruturada a proposta de valor a ser ofertada ao mercado, contemplando os diferenciais competitivos que orientarão o posicionamento da empresa no setor de consultoria empresarial. Também foi realizada a delimitação do público-alvo, considerando critérios de perfil, necessidades específicas e potencial de demanda. Essas atividades integram o procedimento metodológico adotado, assegurando coerência entre a concepção inicial da organização e as etapas subsequentes de modelagem operacional e análise de viabilidade econômica.

3.3 Estruturação do Modelo de Negócio

A etapa de estruturação do modelo de negócio consistiu na definição dos elementos fundamentais que compõem a oferta da consultoria. Inicialmente, foi elaborado o portfólio de serviços, estabelecendo as áreas que integrariam as soluções disponibilizadas. A partir desse portfólio, foram criados os pacotes de consultoria, diferenciados conforme o escopo e o nível de complexidade das entregas.

Também foram definidos os parâmetros metodológicos necessários para as etapas posteriores de análise financeira, incluindo a determinação das margens de lucro aplicadas aos pacotes e a estimativa do número de horas previsto para a execução dos serviços. As definições estabelecidas serviram como base para orientar o processo de precificação e para estruturar os parâmetros necessários à análise econômica adotada no estudo.

3.4 Planejamento Financeiro e Tributário

A partir do levantamento do planejamento financeiro e tributário, foi elaborado um fluxo de caixa projetado com horizonte de análise de 60 meses. Para sua formulação, foram estimados o investimento inicial, os custos e as despesas operacionais, as receitas mensais e o capital de giro necessário para sustentar as operações ao longo do período. Essa etapa reuniu os dados fundamentais para estruturar o fluxo de caixa em formato mensal, possibilitando uma avaliação precisa do desempenho econômico do projeto.

No âmbito tributário, definiu-se a forma de enquadramento mais adequada ao empreendimento, considerando a previsão de receita e as características operacionais identificadas. Essa definição envolveu a análise do tipo de empresa, uma vez que o porte e a classificação jurídica estão diretamente relacionados à receita bruta anual projetada. A escolha do regime tributário também foi essencial, pois determinou as obrigações fiscais, a incidência de tributos e o impacto direto sobre os custos operacionais e sobre a viabilidade econômico-financeira do projeto.

3.5 Análise dos Resultados

A análise dos resultados será conduzida com base nos indicadores econômicos utilizados para verificar a viabilidade do projeto. Serão considerados o Valor Presente Líquido (VPL), a Taxa Interna de Retorno (TIR), o Índice de Lucratividade (IL) e o Payback Descontado (PBD), que possibilitam mensurar a atratividade e o retorno financeiro do investimento proposto.

Após a obtenção desses indicadores, será aplicada a técnica de análise de sensibilidade, com o propósito de identificar o impacto de possíveis variações nas variáveis críticas do projeto. Essa aplicação permitirá uma avaliação mais precisa e concreta do desempenho econômico da operação, considerando diferentes cenários e proporcionando maior confiabilidade aos resultados alcançados.

4. Resultados e Discussões

4.1 Estrutura e Identidade da Empresa

A empresa definida no estudo denomina-se EvoRoute Consultoria Empresarial, constituída com o propósito de atuar no desenvolvimento organizacional de micro e pequenas empresas. Sua missão consiste em oferecer serviços de consultoria personalizada em gestão, finanças e processos, promovendo eficiência operacional e aumento da competitividade no mercado. A visão estabelece o objetivo de tornar-se referência em consultoria empresarial no estado de Goiás, reconhecida pela excelência, inovação e impacto positivo nos resultados de seus clientes. Os valores que norteiam suas ações são transparência, qualidade, confiabilidade, inovação, foco no cliente e disciplina.

A proposta de valor da EvoRoute concentra-se em apoiar seus clientes na busca por eficiência operacional, gestão estratégica estruturada e controle financeiro qualificado, contribuindo para um crescimento organizado e sustentável. O público-alvo definido contempla microempresas e empresas de pequeno porte do setor varejista, localizadas nos municípios de Goiânia, Aparecida de Goiânia, Anápolis e Rio Verde, considerando a representatividade dessas localidades na distribuição estadual de empresas do varejo e sua relevância para as classificações ME e EPP.

Como diferencial competitivo, a EvoRoute adota uma abordagem de parceria estratégica, baseada na construção de relações duradouras e no acompanhamento contínuo do desempenho empresarial. Esse posicionamento reforça o compromisso com a entrega de resultados consistentes e com a evolução conjunta entre consultoria e cliente. Essa diretriz constitui o elemento central de diferenciação da empresa no mercado regional de serviços de consultoria.

4.2 Portfólio e Pacotes de Serviços

O portfólio de serviços da empresa abrange três áreas principais. A Consultoria Financeira tem como finalidade apoiar o cliente na gestão estratégica e operacional das finanças, contribuindo para a sustentabilidade e para decisões empresariais mais consistentes. A Consultoria de Gestão busca aprimorar a estrutura, os processos e a governança da empresa, promovendo maior eficiência e alinhamento estratégico. Já a Consultoria de Processos tem como objetivo otimizar e padronizar as atividades internas, reduzindo desperdícios e estimulando a melhoria contínua.

A empresa disponibiliza três tipos de pacotes: Essencial, Avançado e Premium. O pacote Essencial compreende uma área de consultoria, o Avançado abrange duas áreas e o Premium engloba as três áreas ofertadas. Todos os pacotes incluem benefícios base, como pré-diagnóstico, diagnóstico técnico, monitoramento e acompanhamento, avaliação dos resultados e suporte pós-venda. Além disso, cada pacote oferece um benefício exclusivo relacionado à quantidade de workshops ou treinamentos: um no pacote Essencial, dois no Avançado e três no Premium.

A Tabela 1 apresenta as especificações completas de cada pacote de serviço.

Tabela 1: Pacotes de Serviço

ESSENCIAL	AVANÇADO	PREMIUM
1 TIPO DE CONSULTORIA	2 TIPOS DE CONSULTORIA	3 TIPOS DE CONSULTORIA
BENEFÍCIOS BASE: • PRÉ-DIAGNÓSTICO. • DIAGNÓSTICO TÉCNICO. • MONITORAMENTO E ACOMPANHAMENTO. • AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS. • SUPORTE PÓS-VENDA.	BENEFÍCIOS BASE: • PRÉ-DIAGNÓSTICO. • DIAGNÓSTICO TÉCNICO. • MONITORAMENTO E ACOMPANHAMENTO. • AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS. • SUPORTE PÓS-VENDA.	BENEFÍCIOS BASE: • PRÉ-DIAGNÓSTICO. • DIAGNÓSTICO TÉCNICO. • MONITORAMENTO E ACOMPANHAMENTO. • AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS. • SUPORTE PÓS-VENDA.
BENEFÍCIO EXCLUSIVO: • 1 WORKSHOP OU TREINAMENTO.	BENEFÍCIO EXCLUSIVO: • 2 WORKSHOPS OU TREINAMENTOS.	BENEFÍCIO EXCLUSIVO: • 3 WORKSHOPS OU TREINAMENTOS.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Na sequência, estruturou-se o processo de precificação dos pacotes, conforme metodologia já apresentada. Essa abordagem permite equilibrar clareza no escopo e proporcionalidade entre o esforço empregado e o valor cobrado. Além disso, foram definidas margens de lucro específicas para cada pacote, utilizadas como parâmetro no cálculo dos valores-base.

Os preços apresentados não são fixos, mas representam valores de referência, podendo variar conforme a complexidade do projeto e a quantidade de horas efetivamente

necessárias. As horas planejadas adotadas no modelo funcionam como base para padronizar o cálculo, considerando que essa variável tende a ser dinâmica na prestação de serviços de consultoria.

A Tabela 2 apresenta o modelo de precificação estruturado para os pacotes ofertados.

Tabela 2: Precificação dos Pacotes de Serviços

TIPOS DE PACOTES	MÃO DE OBRA TRABALHADA (R\$/HORA)	QUANTIDADE DE CONSULTORES	QUANTIDADE DE HORAS PLANEJADAS (HORAS)	MARGEM DE LUCRO (%)	PREÇO DE VENDA (R\$)
ESSENCIAL	R\$ 192,80	1	12	10%	R\$ 3.000,00
AVANÇADO	R\$ 286,50	2	15	15%	R\$ 10.000,00
PREMIUM	R\$ 286,50	3	20	20%	R\$ 21.000,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

4.3 Planejamento Financeiro

O planejamento financeiro desenvolvido para o empreendimento contemplou os elementos estruturais necessários à análise econômica, incluindo o investimento inicial, os custos e as despesas operacionais, a projeção de receitas, o enquadramento empresarial, o regime tributário e o capital de giro. Esses componentes formaram a base para avaliar a viabilidade do negócio ao longo de um horizonte de 60 meses.

O investimento inicial previsto para a implantação do empreendimento totaliza R\$ 28.884,68. Esse valor contempla a aquisição de equipamentos, softwares e aplicativos de suporte às operações e à comunicação com os clientes, além das despesas legais relacionadas à formalização do negócio, como taxas de abertura, honorários contábeis e assessoria jurídica. Esse conjunto de recursos garante a infraestrutura técnica e legal necessária para o início das atividades.

O levantamento de custos e despesas operacionais considerou os valores essenciais à manutenção mensal da consultoria. O total de custos e despesas mensais corresponde a R\$ 5.997,09, abrangendo serviços contábeis e de marketing, internet, telefonia, assinaturas de softwares, pró-labore, IPTU, transporte e aluguel de sala de coworking.

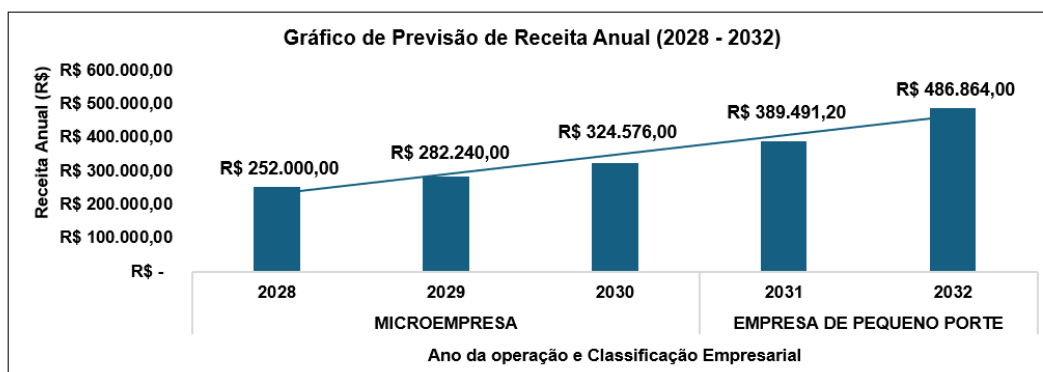
Quanto às despesas variáveis, identificou-se apenas a comissão sobre as vendas dos pacotes de serviços. Inicialmente, a comissão foi estimada em 7,5% da receita total

nos dois primeiros anos, com previsão de aumento gradual para 10%, 12% e 15% nos anos subsequentes, conforme a expansão projetada do volume de vendas e o crescimento da empresa.

A previsão de receitas foi construída a partir da estimativa de demanda para o primeiro ano, resultando em faturamento projetado de R\$ 252.000,00. Para os anos seguintes, foram aplicados percentuais de crescimento mensal e anual, acompanhando a expansão da carteira de clientes e o fortalecimento da marca. Com base nessa receita bruta, definiu-se o enquadramento empresarial: nos três primeiros anos, a empresa mantém-se como microempresa (ME) e, no quarto e quinto ano, evolui para empresa de pequeno porte (EPP), conforme os limites de faturamento estabelecidos.

A evolução da receita bruta anual ao longo dos cinco anos, bem como a alteração do porte empresarial decorrente desse crescimento, será apresentada no Gráfico 1, possibilitando a visualização conjunta dessas projeções.

Gráfico 1: Projeção de Receita e Classificação Empresarial



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Considerando esse enquadramento, o regime tributário adotado será o Simples Nacional, previsto na legislação supracitada para empresas classificadas como ME ou EPP. A tributação ocorrerá pelo Anexo V (Serviços), destinado às atividades de consultoria em gestão empresarial, o que simplifica o recolhimento dos tributos e mantém coerência com o porte da empresa ao longo do período analisado.

O capital de giro foi definido em R\$ 9.000,00, aportado pelos sócios no início do projeto, e será somado ao investimento inicial, totalizando os recursos necessários para a implantação do negócio. Essa quantia garante liquidez para o cumprimento das obrigações de curto prazo. Nos anos subsequentes, o capital de giro será ajustado

proporcionalmente à receita projetada, evoluindo conforme a expansão das operações. Ao final do horizonte de cinco anos, prevê-se a liberação do capital inicialmente investido, assegurando a recuperação dos recursos aplicados.

4.4 Análise dos Indicadores Econômicos

A análise de viabilidade econômica do projeto foi elaborada a partir do fluxo de caixa mensal projetado, permitindo o cálculo dos principais indicadores utilizados na avaliação de investimentos: Valor Presente Líquido (VPL), Taxa Interna de Retorno (TIR), Índice de Lucratividade (IL) e Payback Descontado (PBD).

A Taxa Mínima de Atratividade (TMA), definida em 3,34% ao mês, foi calculada considerando a alíquota efetiva do Simples Nacional, a taxa Selic, a inflação e o investimento em capital de giro.

Com base nesses parâmetros, o VPL encontrado foi de R\$ 269.508,84, demonstrando geração de valor e retorno superior ao investimento inicial. Esse resultado indica que os fluxos de caixa futuros, quando descontados pela TMA, superam o capital aplicado, confirmando a atratividade do projeto. A TIR resultou em 18,42% ao mês, valor significativamente superior à TMA de 3,34% ao mês, reforçando a viabilidade econômica.

O Índice de Lucratividade (IL) calculado foi de 8,11, indicando que, para cada R\$ 1 investido, o projeto retorna R\$ 8,11 em valor presente, o que corresponde a um lucro líquido de R\$ 7,11 após a remuneração do capital à TMA definida. Como o IL é maior que 1, o projeto se mostra economicamente viável.

O Payback Descontado foi estimado em 7,53 meses, revelando que o investimento inicial é recuperado em um período reduzido. Considerando o horizonte total de 60 meses, o tempo de retorno indica que o projeto mantém geração de caixa positiva de forma significativa após o ponto de recuperação do capital, reforçando sua atratividade financeira.

4.5 Avaliação dos Resultados por Meio da Análise de Sensibilidade

A análise de sensibilidade foi aplicada com o objetivo de verificar como alterações nas variáveis críticas do projeto influenciam os indicadores econômicos VPL, TIR, IL e Payback. Esse procedimento é amplamente recomendado na avaliação de investimentos, pois permite compreender a estabilidade dos resultados e identificar quais

fatores exercem maior impacto sobre a viabilidade financeira, oferecendo uma visão mais clara dos riscos associados ao empreendimento (GITMAN; ZUTTER, 2018).

Foram consideradas duas variáveis principais: a previsão de demanda e a Taxa Mínima de Atratividade (TMA). A análise foi conduzida de forma individualizada, variando-se apenas uma variável por vez, enquanto as demais permaneciam constantes, de modo a isolar os efeitos específicos de cada fator.

Inicialmente, avaliou-se a sensibilidade da previsão de demanda, mantendo-se a TMA constante. Em seguida, foi analisada a sensibilidade da TMA, com a previsão de demanda inalterada. Para ambas as variáveis, foram considerados quatro cenários, com aumentos e reduções de 5% e 10% em relação ao cenário base. No caso da TMA, as variações foram proporcionais às mudanças na taxa Selic e na inflação, já que esses componentes compõem diretamente sua estrutura, enquanto as demais variáveis, como a alíquota efetiva do Simples Nacional e o investimento em capital de giro, foram mantidas constantes.

A Tabela 3 apresenta os resultados obtidos com a variação da previsão de demanda, permitindo observar como diferentes níveis de vendas influenciam os indicadores econômico-financeiros do projeto.

Tabela 3: Análise de Sensibilidade da Previsão de Demanda

CENÁRIOS	VARIÁVEL - PREVISÃO DE DEMANDA	VPL (R\$)	TIR (%)	IL (ÍNDICE)	PAYBACK (MESES)
CENÁRIO 1	10%	R\$ 300.248,19	19,66%	8,93	7,12
CENÁRIO 2	5%	R\$ 284.878,51	19,05%	8,52	7,32
CENÁRIO ATUAL	0%	R\$ 269.508,84	18,42%	8,11	7,53
CENÁRIO 3	-5%	R\$ 254.139,16	17,78%	7,71	7,77
CENÁRIO 4	-10%	R\$ 238.769,48	17,13%	7,30	8,01

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Na sequência, a Tabela 4 apresenta os resultados referentes à análise de sensibilidade da TMA, evidenciando o comportamento dos indicadores diante das alterações nas taxas de juros e inflação.

Tabela 4: Análise de Sensibilidade da Taxa Mínima de Atratividade (TMA)

CENÁRIOS	VARIÁVEL - TMA	TAXA SELIC (%)	INFLAÇÃO (%)	TMA TOTAL MENSAL	VPL (R\$)	TIR (%)	IL (ÍNDICE)	PAYBACK (MESES)
CENÁRIO 1	10%	16,50%	5,29%	3,49%	R\$ 257.726,53	18,42%	7,80	7,57
CENÁRIO 2	5%	15,75%	5,05%	3,42%	R\$ 263.557,55	18,42%	7,96	7,55
CENÁRIO ATUAL	0%	15,00%	4,81%	3,34%	R\$ 269.508,84	18,42%	8,11	7,53
CENÁRIO 3	-5%	14,25%	4,57%	3,27%	R\$ 275.726,76	18,42%	8,28	7,51
CENÁRIO 4	-10%	13,50%	4,33%	3,19%	R\$ 282.177,07	18,42%	8,45	7,49

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Com base nos resultados, verifica-se que a previsão de demanda exerceu maior impacto sobre os indicadores econômicos do que a TMA no contexto analisado. As simulações realizadas mostraram que variáveis diretamente ligadas ao fluxo de caixa, como demanda e receita, geraram efeitos mais significativos no desempenho econômico do projeto. Mesmo em cenários com TMA mais elevada, o aumento da demanda compensou o maior custo de oportunidade do capital, mantendo resultados favoráveis. Além disso, por se tratar de uma consultoria cuja atividade depende diretamente da prestação de serviços aos clientes, a falta de demanda resulta na ausência de receita. Dessa forma, a demanda se confirmou como o fator mais crítico para a viabilidade e o desempenho do projeto.

Assim, a análise de sensibilidade demonstra que manter um volume adequado de demanda é essencial para assegurar a rentabilidade e a sustentabilidade financeira do empreendimento ao longo do tempo.

5. Conclusão

Os resultados confirmam a viabilidade econômico-financeira do projeto, evidenciada pelo VPL positivo de R\$ 269.508,84, pela TIR de 18,42% ao mês, superior à taxa mínima de atratividade, pelo Índice de Lucratividade de 8,11 e pelo Payback de 7,53 meses, indicando retorno rápido e consistente do investimento. Assim, o estudo demonstra que os objetivos propostos foram alcançados.

Como se trata de uma empresa prestadora de serviços, o sucesso do negócio depende diretamente da satisfação e fidelização dos clientes. A entrega de valor baseada em conhecimento técnico e qualidade constitui o principal diferencial competitivo e garante a sustentabilidade da operação. Por esse motivo, práticas contínuas de planejamento estratégico tornam-se essenciais, considerando que o mercado e as necessidades dos clientes se transformam rapidamente. Monitorar tendências, realizar pesquisas periódicas e adaptar estratégias são ações fundamentais para manter a competitividade.

A captação de clientes também deve ser estruturada de forma estratégica, incluindo presença ativa em eventos, fortalecimento da presença digital e ampliação da rede de contatos. A postura transparente e o atendimento de qualidade em todas as etapas

contribuem para a construção de credibilidade e para o fortalecimento da imagem da empresa.

O estudo também abre espaço para trabalhos futuros, como a expansão do atendimento para novos municípios e estados, a entrada em outros nichos de atuação e o desenvolvimento contínuo de novos serviços que agreguem valor aos pacotes ofertados. A remodelagem periódica desses pacotes também se mostra relevante para manter a atratividade e acompanhar as demandas do mercado.

6. Referências Bibliográficas

1. ABRACEM. Como cobrar consultoria empresarial: dicas e estratégias. Disponível em: <https://www.abracem.com.br/blog/como-cobrar-consultoria-empresarial--dicas-e-estrategias>. Acesso em: 14 out. 2025.
2. BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. Administração estratégica e vantagem competitiva. 7. ed. São Paulo: Pearson, 2021.
3. BRIGHAM, E. F.; EHRHARDT, M. C. Administração financeira: teoria e prática. 16. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2020.
4. BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens; SIQUEIRA, José de Oliveira. Análise do risco na avaliação de projetos de investimento: uma aplicação do método de Monte Carlo. 1998. Disponível em: <https://regeusp.com.br/wp-content/uploads/sites/8/2025/03/c6-Art7.pdf>. Acesso em: 9 out. 2025.
5. BYGRAVE, W.; ZACHARAKIS, A. Empreendedorismo. 4. ed. Porto Alegre: AMGH, 2021.
6. CHEN, Shuo. Net Present Value (NPV) Sensitivity Analysis: Understanding Risk in Investment Projects. 2025. Disponível em: <https://www.ewadirect.com/proceedings/aemps/article/view/19301>. Acesso em: 9 out. 2025.
7. DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 7. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2021.
8. EMPREENDER EM GOIÁS. Pequenos negócios representam 95% das empresas goianas. 27 ago. 2025. Disponível em: <https://empreenderemgoias.com.br/2025/08/27/pequenos-negocios-representam-95-das-empresas-goianas/>. Acesso em: 1 set. 2025.
9. EVOLUTTO. Tendências de consultoria para 2026: como ganhar relevância e resultados sem sacrificar tempo ou recursos. 2025. Disponível em: <https://evolutto.com/gestao/tendencias-de-consultoria-para-2026-como-ganhar-relevancia-e-resultados-sem-sacrificar-tempo-ou-recursos/>. Acesso em: 1 set. 2025.
10. GITMAN, L. J.; ZUTTER, C. J. Princípios de administração financeira. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2018.
11. HISRIC, R.; PETERS, M.; SHEPHERD, D. Empreendedorismo. 11. ed. Porto Alegre: AMGH, 2020.
12. IBGE. Contas nacionais trimestrais: indicadores de volume e valores correntes. Rio de Janeiro: IBGE, 2024. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 1 set. 2025.

13. KOTLER, P.; BOWEN, J.; MAKENS, J. Marketing para turismo e hotelaria. 8. ed. São Paulo: Pearson, 2022.
14. KURATKO, D. F. Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice. 11. ed. Boston: Cengage, 2020.
15. LIU, Q. Sensitivity Analysis and Investment Decision Making Under Uncertainty. 2022. Disponível em: <https://www.atlantis-press.com/article/125971983.pdf>. Acesso em: 9 out. 2025.
16. LOVELOCK, C.; WIRTZ, J. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2021.
17. NAGLE, T.; HOGAN, J.; ZALE, J. The Strategy and Tactics of Pricing. 6. ed. New York: Routledge, 2021.
18. ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R.; JORDAN, B. Princípios de administração financeira. 14. ed. Porto Alegre: AMGH, 2022.
19. SALGADO, Tatiane Rodrigues. Espacialização do setor de serviços em Goiás entre os anos de 1990 a 2015. Goiânia: Instituto Mauro Borges de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos – IMB, 2018. Disponível em: https://goias.gov.br/imb/wp-content/uploads/sites/29/2024/02/repositorio_2018_006_espacializacao_do_setor_de_servicos_em_goiás_entre_os_anos_de_1990_a_2015.pdf. Acesso em: 9 out. 2025.
20. SEBRAE-GO. Pequenos negócios continuam a ser a maioria das empresas ativas em Goiás. Agência Sebrae de Notícias – Goiás, 26 ago. 2025. Disponível em: <https://go.agenciasebrae.com.br/economia-e-politica/pequenos-negocios-continuam-a-ser-a-maioria-das-empresas-ativas-em-goias/>. Acesso em: 1 set. 2025.
21. VALOR. Consultoria empresarial impulsiona negócios em todo o Brasil. Valor Econômico, São Paulo, 28 jan. 2025. Disponível em: <https://valor.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2025/01/28/consultoria-empresarial-impulsiona-negocios-em-todo-o-brasil.ghtml>. Acesso em: 1 set. 2025.
22. VALORES SEBRAE. Tabela de valores Sebrae. Disponível em: <https://contato.sebraesp.com.br/wp-content/uploads/TabelaValores.pdf>. Acesso em: 10 set. 2025.
23. ZEITHAML, V.; BITNER, M.; GREMLER, D. Marketing de serviços: estratégia, tecnologia e pessoas. 8. ed. Porto Alegre: AMGH, 2020.