



A	B	A+B
1	3	4
2	8	10

VALUATION

PARA PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

SUMÁRIO

Clique para ir para a página

Introdução

Os 10 mitos sobre o valuation

Valuation com foco em PMEs

Metodologia

Juntando todas as partes: Exemplo na prática

Conclusão

SOBRE A LOCUS EMPRESARIAL

Introdução

“Nada deixa um investidor ou comprador mais desanimado do que quando um empreendedor apresenta um valuation ridículo.”

Kevin Harrington (Shark Tank USA)

Agradecemos seu interesse em ler o Guia Locus sobre valuation com foco em pequenas e médias empresas. Resolvemos escrever este guia para introduzir este assunto tão importante na vida dos empresários brasileiros.

O intuito deste ebook é introduzir o assunto, despertar sua curiosidade e oferecer um pouco do nosso conhecimento na área. Não espere um guia compreensivo, pois caso fosse, levaria anos para ser escrito e seria necessário no mínimo várias centenas de páginas.

Já estava na hora de alguém – ou alguma empresa – escrever algo específico na área e direcionado às PMEs. A maioria dos guias ou livros sequer fala se é possível avaliar ou adaptar modelos de valuation tradicionais e com foco em grandes empresas (ou até mesmo startups) às empresas privadas de menor porte do Brasil.

A má notícia é que se você seguir os modelos padrões sem qualquer tipo de ajuste ou adaptação (e a maioria segue... até mesmo “especialistas” ou “consultores”) dificilmente alguém irá comprar ou investir na sua empresa. Os números não vão fazer sentido. O menor questionamento da outra parte poderá destruir seu processo de valuation por inteiro. E iremos detalhar melhor sobre isso ao longo deste guia.

A boa notícia é que, com alguns ajustes e boa vontade, alguns modelos de valuation podem fazer muito sentido e auxiliar você e sua família a prosperar de maneira surpreendente, talvez como você nunca tenha imaginado antes. Esperamos que goste do nosso guia.

Boa leitura!

Os 10 mitos sobre o valuation

“O sucesso em investir em uma empresa não vem de quem está certo, mas quem está errado com menos frequência do que todos os outros.”

Aswath Damodaran

Antes de mais nada, é extremamente importante que nós consigamos desconstruir alguns mitos sobre valuation. Essa etapa é muito importante para que você, como empreendedor, entenda o poder e a importância desta ferramenta, que é a avaliação econômica de empresas. Vamos lá:

MITO #1

Se eu contratar um especialista em valuation, ele vai saber exatamente o que está fazendo. Vou poder negociar minha empresa sem medo.

Em diversas ocasiões tivemos a oportunidade de analisar laudos emitidos por especialistas, onde estes emitiram opiniões sobre algum ativo, geralmente

empresas ou marcas, que ignoraram regras básicas. Ou seja, cometer deslizes extremamente básicos pode comprometer totalmente a seriedade do trabalho do profissional.

Dentre estes erros básicos, podemos citar:

- Projeções de crescimento do negócio fora da realidade (já ouviu aquela história daquela suposta empresa que fatura 1 milhão/ano que chega a faturar 500 milhões/ ano em 3 anos?);
- Crescimento destas projeções sem o devido reinvestimento (do ponto de vista de valuation, mais especificamente utilizando o método do fluxo de caixa descontado, é impossível acontecer um crescimento projetado sem reinvestimento);
- Utilizar múltiplos de empresas de capital aberto para empresas privadas de pequeno porte (sério que isso convence alguém a abrir a carteira somente utilizando um parâmetro destes?);
- Tratar uma empresa pequena em termos de risco da mesma forma de uma empresa de capital aberto que possui um lucro contábil na casa dos bilhões de reais;
- Tratar os documentos contábeis (DRE e balanço patrimonial, por exemplo) como documentos

exatos e isentos de erros. Na maioria dos casos das PMEs precisam de ajustes. Algumas vezes os documentos contábeis podem ser deixados de lado, caso não reflitam a realidade do negócio;

- E muitos outros.

Não quer dizer que não existam especialistas bons e sérios, com certeza existem. Uma boa prática é, antes de mais nada, conferir o currículo e a experiência do profissional. E também o preço praticado. Desconfie de valores muito baixos. Valuation é um trabalho de certa forma complexo e que deve ser elaborado com muita atenção.

MITO #2

Se eu contratar um especialista em valuation, ele vai saber exatamente o que está fazendo. Vou poder negociar minha empresa sem medo.

Seu contador provavelmente não sabe avaliar uma empresa. Bem, pelo menos não deve saber de maneira correta e capturar elementos importantíssimos como: ativos intangíveis (como marca do negócio), potencial de crescimento, expansões, competência da gestão e muitos outros fatores.

A esmagadora maioria dos contadores só sabe avaliar empresas através do método contábil (book value). Ou seja, para a maioria destes profissionais o valor do seu negócio é o resultado da diferença entre ativos e passivos que constam no balanço. E somente isso.

O exemplo acima não deixa de ser um método, mas caso sua empresa seja uma prestadora de serviços ou ainda uma empresa com marca forte, tradição e boas perspectivas de crescimento, tal metodologia gerará um número muito aquém do que deveria ser.

Uma empresa lucrativa deve ser valorada através da sua capacidade em trazer retorno financeiro para seus sócios e outros provedores de capital. E este potencial em trazer retorno é capturado através de parâmetros como: potencial de geração de caixa, crescimento e risco.

Outros motivos para seu contador não avaliar sua empresa:

- Ele(a) provavelmente não avalia outras empresas frequentemente, logo não é um especialista;
- Ele(a) não é imparcial (afinal, você é cliente dele(a) há tantos anos, certo?);
- Ele(a) não possui certificação na área.

Não quer dizer que seu contador(a) não possa realizar o trabalho de avaliar seu negócio, mas é importante que

alguém te diga quais as limitações e desvantagens caso esta seja sua escolha.

MITO #3

O valor da minha empresa é o faturamento multiplicado por 10.

O grande problema em utilizar um múltiplo na hora de avaliar sua empresa é justamente ver como este múltiplo foi construído. Por mais "bonito" que soe você valorar seu negócio através de um múltiplo de faturamento (existem diversos outros tipos de múltiplos), quando se trata de PMEs, muitos consultores e analistas gostam de utilizar múltiplos de empresas negociadas na bolsa de valores.

Ainda que bastante difundidas no mercado de consultoria e avaliação, essas fórmulas "mágicas" são criadas de forma irresponsável por pessoas pouco profissionais. Decorrem de aplicações simplificadas de uma metodologia que não possui uma regra rígida.

Portanto, fique atento a essas fórmulas prontas e tenha em mente que um cálculo que funcionou para a empresa A não necessariamente resultará em um valor justo e preciso para a empresa B.

E o mais difícil de tudo: convencer alguém a comprar seu maior ativo só porque você ou seu consultor disse

que empresa "x" foi negociada por esse múltiplo.

MITO #4

Meu concorrente foi vendido por "x" milhões, logo minha empresa vale algo nessa faixa.

Um dos métodos de avaliação de empresas, o da avaliação relativa, realmente é feito a partir de uma comparação entre empresas similares, atuando dentro de um mesmo setor, para, então, encontrar o seu valor justo de mercado. Neste caso, a aplicação do método relativo requer um cuidado extra, por parte do avaliador, no momento da seleção das empresas que servirão como parâmetro.

O fato de empresas serem concorrentes não significam que estão no mesmo momento do seu ciclo de vida ou mesmo que possuam valores similares. É necessário, antes de mais nada, comparar os números dessas empresas para ver se elas podem mesmo servir como base comparativa umas das outras, caso contrário, o método de múltiplos estará servindo como uma ferramenta de manipulação de resultados, comparando sociedades que nada têm em comum.

No caso de pequenas e médias empresas é mais complicado utilizar essa metodologia, porque para usar dados similares, seria necessário saber os detalhes da

negociação de outras empresas de porte parecido, o que é extremamente complicado de se conseguir, para não dizer impossível.

MITO #5

O valor de uma empresa é o quanto um investidor ou comprador está disposto a pagar. Logo é frescura eu avaliar minha empresa utilizando qualquer método.

A afirmação de que o valor de mercado de uma empresa corresponde ao que um comprador está disposto a pagar por ela não é totalmente equivocada. Ainda que exista um aspecto verdadeiro na frase, criou-se uma relação de consequência que está longe de ser correta.

Existem diversas metodologias aplicáveis no cálculo do valor de uma empresa. Em todas elas, haverá um grau de subjetividade inerente a este processo. Porém, o valuation sempre estará pautado em dados e premissas formuladas.

É claro que o processo de valuation não carrega um determinismo e pode acontecer do avaliador encontrar um valor que não corresponde ao preço que um determinado comprador está disposto a pagar. Nesse caso, o preço pago na transação será ditado pelos envolvidos (comprador e vendedor), que podem negociar ou mesmo desistir da operação.

Seguindo este raciocínio, vale lembrar que o valor de uma empresa não necessariamente equivale ao seu preço. Enquanto o preço é determinante através do mercado, o valor carrega outros fatores como o potencial de lucro da empresa.

Por isso, existe uma falsa noção de que não é possível quantificar o valor. Tal ideia é, no entanto, equivocada. O que se deve ter sempre em mente é que o valor é flutuante e sofre interferências de inúmeras variáveis. Assim, quando falamos no valor de uma empresa, o subjetivismo que este conceito possui estará refletido no resultado final da análise de valuation.

O valor de uma empresa é, portanto, uma quantia intrínseca a ela que, mesmo com seu caráter subjetivo, não está exclusivamente baseado em um sentimento. Pelo contrário, o valor pode ser quantificado através de indicadores variáveis como o desempenho histórico da empresa, premissas que refletem seu potencial de crescimento.

MITO #6

Um especialista me disse que minha empresa vale “x”. Outro me disse que vale “y”. Um dos dois está errado.

Por incrível que pareça, caso ambos tenham elaborado um trabalho de valuation sólido, mesmo que utilizando

a mesma metodologia, ambos podem estar corretos. Valuation possui um alto grau de subjetividade, e um laudo emitido pelo especialista nada mais é que seu ponto de vista em relação ao valor daquele ativo.

Caso ambos utilizem o método do fluxo de caixa descontado, por exemplo, somente os números de inputs para chegar no valor final, podem variar drasticamente, pois cada expert pode ter uma percepção diferente sobre a capacidade e risco da empresa (entre outros).

MITO #7

Eu só devo avaliar minha empresa na hora da venda.

Existem inúmeras situações que podem levar um pequeno empresário a buscar o serviço de avaliação de empresas, que nem sempre serão decorrentes da sua venda. Podemos citar vários outros momentos de igual importância:

- Para fins de aposentadoria;
- Projetos de expansão;
- Outras decisões estratégicas;
- Para fins de divórcio ou inventário;
- Atrair investidores;
- Disputas legais;
- Entrada e saída de sócios;
- Outros motivos.

MITO #8

O que determina o valor da empresa é seu lucro líquido.

Você já ouviu falar de startups que jamais geraram lucro, porém seus valuations foram na casa dos bilhões? Um dos fatores que contribui para que tais empresas jovens possam valer tanto é a expectativa dos investidores que estas entidades possam transformar prejuízos em grandes lucros.

O segredo destas avaliações está na palavra "expectativa". Principalmente na forma de grande potencial de crescimento, a capacidade da empresa em se tornar mais lucrativa e valorização.

Em suma, o fundamento do seu alto valor está baseado na expectativa de ganhos, no futuro, em função deste alto risco.

No caso das PMEs, o valor da empresa tende a ser mais alto caso a empresa venha gerando cada vez mais lucro, mas esta (o lucro) é somente uma das inúmeras variáveis a ser considerada.

O lucro contábil pode não ser uma medida sólida de lucratividade em valuation, ainda mais se durante o trabalho for necessário ajustar os fluxos de caixa, pois muitas empresas não registram tudo em termos de venda e também alguns contadores fazem

malabarismos na hora de auferir o lucro contábil. Pode parecer estranho, mas o processo leva muito mais em consideração o fluxo de caixa livre da empresa.

De acordo com Assaf Neto (2019), o Fluxo de Caixa Livre é o valor de caixa que a empresa é capaz de gerar livre de despesas, necessidades de reinvestimento e investimento em giro. Resumindo o FCL é o resultado de caixa obtido além do necessário para financiar seus investimentos e prover crescimento da empresa.

MITO #9

O valor máximo ou mínimo que eu consigo pela minha empresa é o que está no valuation.

O valor da sua empresa resultante do processo de valuation é apenas um valor de referência. Na maioria dos casos ainda cabe negociação.

MITO #10

Me disseram que o múltiplo para vender minha empresa é "x".

Conforme respondemos no mito #3, quando se trata de avaliar uma pequena ou média empresa, não existe um múltiplo que seja uma unanimidade. O mais coerente e correto é perguntar nesse momento como foi

construído esse múltiplo e que tipo de empresas foram computadas. Se a origem for a B3 (antiga Bovespa), acreditamos que seja uma comparação incompatível.

Valuation com foco em PMEs

“Ensinar modelos de valuation é uma coisa. Estimar e projetar fluxos de caixa que condizem com a realidade é algo totalmente diferente.”

Aswath Damodaran

Para sermos sinceros não existem grandes mistérios em relação ao valuation de PMEs.

O problema é que muitos dos consultores, contadores e demais profissionais não tomam alguns cuidados básicos para que o resultado do processo de avaliação seja coerente e sólido, o que é vital para a vida e o sucesso do empresário brasileiro, para que a avaliação seja realmente útil durante o período de negociação.

É bom deixar claro que neste guia, a partir desse momento, iremos falar mais sobre o método do fluxo de caixa descontado (discounted cash flow – DCF), pois ele é o mais utilizado em negociações e também aceito pelo judiciário no mundo inteiro. Não quer dizer que não existam outros métodos – até existem, e dezenas deles. Você pode utilizar o que fizer mais sentido para você, mas ao sentar na mesa de negociações, é muito mais

fácil debater sobre parâmetros como: crescimento, ganhos teóricos (transformados em fluxos de caixa) e risco de tais ganhos não acontecerem. Por isso esse método é tão utilizado.

Não vamos nos aprofundar neste capítulo sobre o método, mas sim elencar alguns dos erros mais comuns ao avaliar empresas menores, tais como:

- Estimar fluxos de caixas de maneira errônea, seja por confiar demais nos documentos contábeis ou por inexperiência do avaliador;
- Apresentar um modelo de risco sem qualquer referência sólida e coerente. Por exemplo, simplesmente dizer que “a média utilizada é de x% de taxa de desconto”, como se estivesse copiando de outro trabalho;
- Ao elaborar a taxa de desconto/custo do capital/WACC, não apresentar todas as variáveis do cálculo, o que pode ser a diferença entre sua empresa valer centenas de milhares ou milhões de reais, dependendo como a taxa foi construída;
- Projetar crescimento expressivo da empresa por longos períodos. Ou ainda, projetar crescimento da empresa sem qualquer tipo de reinvestimento. Vamos repetir novamente: do ponto de vista de valuation, não existe crescimento sem o devido reinvestimento;

- A taxa de reinvestimento necessária para fomentar o crescimento projetado está diretamente ligada ao retorno sobre o capital investido pela sociedade. Mas não é raro ver esse tipo de informação ausente;
- Como lidamos com ativos de baixa liquidez, se faz necessário em muitos casos aplicar um desconto de iliquidez ao final do modelo de valuation. Tal procedimento se deve ao fato de, caso a venda não aconteça, não será fácil encontrar novo comprador tão facilmente.

Seria possível continuar elencando outras situações corriqueiras, mas só queríamos demonstrar ao nosso leitor que é possível sim avaliar PMEs utilizando o método DCF desde que com coerência e não esquecendo que estamos lidando talvez com uma pequena empresa familiar ou uma empresa média de importância regional. E não uma empresa de capital aberto que vende suas ações diariamente na B3. E isso faz toda diferença para o pequeno e médio empreendedor.

Metodologia

“O valor intrínseco de um ativo é determinado pelos seus fluxos de caixa que você espera que este ativo gere durante sua vida e quão incerto você se sente sobre esses fluxos de caixa.”

Aswath Damodaran

Embora já tenhamos mencionado que existem outros métodos de avaliação de PMEs, como o método contábil (asset based) ou ainda a metodologia de múltiplos, neste ebook iremos falar na metodologia mais utilizada em negociações e também bastante aceita no judiciário.

Método do fluxo de caixa descontado:

Este é o método mais utilizado para definição de valuation. O FCD trata-se de uma técnica de análise da rentabilidade futura de um negócio que estima qual o valor real de uma empresa, marca ou ativo e tem como função determinar o seu preço justo.

Fatores Determinantes de VALOR BUSINESS VALUTATION

MATURIDADE

Quando a empresa alcançará a maturidade e quais serão os desafios?



RISCO

Análise do risco operacional e de crescimento.



FLUXO DE CAIXA

Capacidade da empresa em gerar caixa.



CRESCIMENTO

A empresa consegue crescer de maneira saudável?

Na imagem acima é possível observar os fatores determinantes de valor de acordo com o método.

Conforme já falamos, no DCF é necessário estimar fluxos de caixa, uma taxa de desconto/risco (que pode ser o WACC) e também crescimento destes fluxos.

Portanto, iremos comentar rapidamente sobre cada item deste método.

Estimando Fluxos de Caixa

Não entraremos em grandes detalhes sobre o porquê dos métodos serem do jeito que são.

Você só irá aprender valuation indo atrás de informações, comprando livros, assistindo palestras, cursos, fóruns e qualquer outra forma de informação.

Um livro sobre valuation, que engloba diversos aspectos, pode passar facilmente das 500 páginas, sendo que o livro Investment Valuation 3rd Edition (que é excelente, por sinal) de Aswath Damodaran, passa das 900 páginas.

E como o foco deste ebook é ser gratuito e enxuto, teremos que explicar os procedimentos de maneira rápida, portanto tentaremos ser breves.

Mas vamos, lá: o guru do valuation, Aswath Damodaran, oferece 3 formas de se obter o Fluxo de Caixa Livre para Empresa (Free Cash Flow to the Firm):

$$\text{EBIT} (1 - \text{tax rate}) - (\text{Cap Ex} - \text{Depreciation}) + \text{Change in non-cash Working Capital} = \text{FCFF}$$

$$\text{EBIT} (1 - \text{tax rate}) - \text{Reinvestment} = \text{FCFF}$$

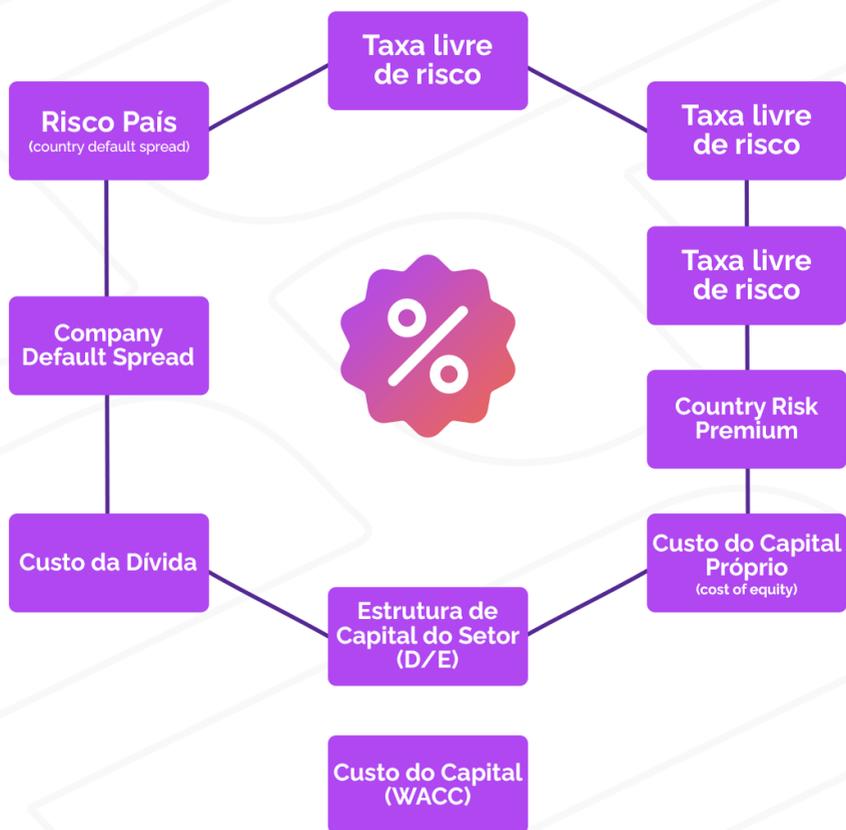
$$\text{EBIT} (1 - \text{tax rate}) - (1 - \text{Reinvestment}) = \text{FCFF}$$

Por que fluxo de caixa livre para a empresa, você deve estar se perguntando? Conforme já explicamos na seção de mitos sobre valuation, De acordo com Assaf Neto (2019), o Fluxo de Caixa Livre é o valor de caixa que a empresa é capaz de gerar livre de despesas, necessidades de reinvestimento e investimento em giro. Resumindo o FCL é o resultado de caixa obtido além do necessário para financiar seus investimentos e prover crescimento da empresa. Ou seja, é o valor em tese gerado pela empresa e estaria disponível para todas suas fontes de capital, tanto de credores quanto sócios. Por isso “fluxo de caixa livre...”.

Estimando Taxa de Desconto (risco)

A taxa de desconto (geralmente substituída pelo custo do capital, custo médio ponderado do capital, WACC) é um instrumento utilizado para trazer os fluxos de caixa livres projetados a valor presente, refletindo o risco do negócio.

Como geralmente as empresas são financiadas tanto pelos sócios como também através do capital de terceiros, a quantidade de cada um impacta diretamente a estrutura de capital da empresa. Por isso é tão utilizado o Custo Médio Ponderado de Capital (CMPC ou Weighted Average Capital Cost - WACC).



Na imagem acima é possível observar que, na coluna da esquerda está o risco percebido ao captar recursos de terceiros, e na direita o risco em aplicar recursos próprios. Após calcular a média ponderada, o WACC será calculado com sucesso.

Para calcular a média ponderada da estrutura de capital da sua empresa, você deve calcular o montante total entre capital dos sócios e de terceiros, e depois calcular quanto fica para cada.

Fórmula para calcular a taxa de desconto, nesse exemplo sendo através do WACC:

$$\text{COST OF CAPITAL} = \text{COST OF EQUITY} \times \left[\frac{E}{D+E} \right] + \text{COST OF DEBT} \times (1-t) \times \left[\frac{E}{D+E} \right]$$

Onde: COST OF EQUITY = Custo do Capital Próprio
COST OF DEBT = Custo da Dívida
E = Equity (Capital Próprio)
D = Debt (Dívida, passivo da empresa)
t = Alíquota de Imposto Marginal no Brasil

Estimando e Projetando Crescimento

O valor de uma empresa está totalmente ligado ao valor presente dos fluxos de caixa futuros gerados pela entidade. Por isso esta etapa é tão importante.

No mundo das PMEs, gerar crescimento é estimado de duas maneiras:

- **Seguindo a taxa de crescimento histórica:** Ou seja, se a empresa possui histórico, é possível ver o quanto ela cresceu no passado para então projetar seu crescimento de acordo com a média do período escolhido. Simples assim.
- **Contratar um avaliador para projetar para você ou realizar tal estimativa sozinho(a):** Também é possível contar com ajuda de terceiros ou estimar você mesmo. Em muitos casos, ninguém melhor do que você, o

próprio dono(a), para saber o quanto seu negócio pode crescer nos próximos anos de acordo com seus reinvestimentos.

Geralmente é nesta etapa onde grande parte dos laudos de valuation perdem suas credibilidades. Por exemplo, uma suposta empresa familiar tradicional, que já existe há 40 anos e possui fama regional, dificilmente irá crescer 50% seu faturamento pelos próximos 10 anos. Caso esta empresa fictícia tenha uma receita anual de 1 milhão de reais, se ela aumentar seu faturamento em 50% a cada ano pelos próximos 10 anos, o faturamento pulará de 1 milhão de reais para mais de 57 milhões de reais. Isso realmente irá acontecer? Provavelmente não.

O único jeito para conseguir que o valuation faça sentido, seria através de estimativas altas, mas também com alto risco de tais fluxos não acontecerem. E a empresa também deverá reinvestir recursos para fomentar tal crescimento. Essa será a diferença entre um valuation sólido e uma história fantasiosa.

Juntando todas as partes: Exemplo na prática

“O valor de um negócio não é medido pelo que foi colocado nele, mas pelo que pode ser retirado dele.”

Benjamin Graham

Conforme prometemos no início do nosso ebook, vamos ensinar na prática como avaliar uma empresa utilizando o método do fluxo de caixa descontado. Neste exemplo fictício, a referida empresa será uma pequena empresa brasileira do setor de serviços. Definimos seu faturamento na casa de 125 mil reais por mês ou 1,5 milhão/ano. Projetamos um crescimento de 10% da receita nos 3 primeiros anos, caindo para 8% do ano 4 até o ano 6. Para o restante dos anos projetados, adotamos uma taxa de crescimento de 5%. Optamos por um crescimento decrescente justamente para criar um exemplo sólido e conservador.

Para fomentar o crescimento previsto, adotamos uma taxa de reinvestimento entre 7% e 5% durante o processo, ou seja, 7% nos 3 primeiros anos, 6,5% nos 3 anos subsequentes e 5% até o final. Neste exemplo não iremos utilizar fórmulas para computar a taxa de reinvestimento para simplificar nossa explanação.

Esta empresa possui EBIT de 25% e, para simplificar este exemplo, manteremos constante durante toda a projeção. A alíquota de impostos, também para fins de ilustração, será de 16%.

Já a taxa de desconto, após todo o extenso cálculo, será de 17,68% durante todo o processo.

Para projetar a perpetuidade (valor terminal), estimamos um crescimento também de 5%, EBIT de 25% e uma taxa de reinvestimento de 5%.

Fórmula DCF
(fluxos em milhares de R\$)

$$\text{VALOR DO ATIVO} = \frac{322}{(1,1768)^1} + \frac{354}{(1,1768)^2} + \dots + \frac{610}{(1,1768)^{10}} + \frac{5050}{(1,1768)^{10}}$$

Valor do ativo = 2,9 milhões de reais

Projeção até ano 10

Valor terminal

Concluimos, então, que o Valuation da empresa acima, de acordo com as premissas descritas acima é de aproximadamente R\$ 2,9 milhões.

Conclusão

Como vimos, avaliar uma empresa é um processo muito interessante, mas ao mesmo tempo, muito sensível. Não é pra menos que é um processo tradicionalmente demorado.

Acreditamos que é difícil separar tantas experiências e colocações em um só lugar, por isto este e-book foi resumido de uma forma lúdica e simples – até porque valuation é uma mistura de matemática financeira e comercial, valor do dinheiro pelo tempo e contabilidade.

De toda forma, avaliar uma empresa é um passo extremamente importante para o processo de negociação de uma empresa, ou mesmo somente pela curiosidade de saber o seu valor.

SOBRE A LOCUS EMPRESARIAL

Atuando na gestão empresarial, a Locus Empresarial tem se destacado no mercado por ser uma empresa moderna, jovem, estruturada para atender empresas de qualquer porte e ramo de atividade e com profissionais altamente qualificados em diversos segmentos.

Visando satisfazer demandas específicas das empresas, oferecemos tecnologia de ponta e atendimento personalizado em diversos serviços, dentre eles consultoria completa nas áreas de gestão empresarial, contabilidade, departamento de pessoal, tributos e administração de empresas.



**CONHEÇA MAIS SOBRE
A LOCUS EMPRESARIAL**

