

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE CAMPINAS-
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO EMPRESARIAL

FERNANDO HENRIQUE DE MORAES

**PLANO DE NEGÓCIO PARA A EMPRESA QUALITY LUB
AUTO CENTER**

CAMPINAS/SP

2023

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE CAMPINAS
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO EMPRESARIAL

FERNANDO HENRIQUE DE MORAES

PLANO DE NEGÓCIO PARA A EMPRESA QUALITY LUB AUTO CENTER

Trabalho de Graduação apresentado por Fernando Henrique de Moraes, como pré-requisito para a conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial, da Faculdade de Tecnologia de Campinas, como requisito para aprovação na disciplina de TG II elaborado sob a orientação do Prof. Dr. Moacir Pereira.

CAMPINAS/SP

2023

FICHA CATALOGRÁFICA
CEETEPS - FATEC Campinas - Biblioteca

M827p

MORAES, Fernando Henrique de
Plano de negócio para a empresa Quality Lub Auto Center.
Fernando Henrique de Moraes.
Campinas, 2023.
79 p.; 30 cm.

Trabalho de Graduação do Curso de Gestão Empresarial
Faculdade de Tecnologia de Campinas.
Orientador: Prof. Dr. Moacir Pereira.

1. Plano de negócio. 2. Manutenção automotiva. 3. Auto center. 4.
Produtos de serviços automotivos. I. Autor. II. Faculdade de
Tecnologia de Campinas. III. Título.

CDD 658.4012

Catálogo-na-fonte: Bibliotecária: Aparecida Stradiotto Mendes – CRB8/6553

TG GE 23.1

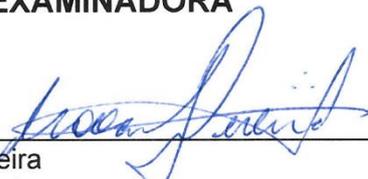
FERNANDO HENRIQUE DE MORAES

**PLANO DE NEGÓCIO PARA A EMPRESA QUALITY LUB AUTO
CENTER**

Trabalho de Graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial, pelo CEETEPS / Faculdade de Tecnologia – Fatec Campinas.

Campinas, 20 de junho de 2023.

BANCA EXAMINADORA



Moacir Pereira
Fatec Campinas



Anderson Luiz Ceán
Fatec Campinas



Rosilma Mirtes Santos
Fatec Campinas

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, a Deus que me permitiu ter paciência e persistência para atingir meus objetivos.

A minha família e minha esposa que sempre me apoiaram e incentivaram durante todo o curso a não desistir dos meus objetivos.

Deixo meus sinceros agradecimentos ao orientador e Professor Dr. Moacir Pereira, obrigado por todo o apoio e orientação oferecida durante a realização do meu projeto de PTG/TG. Sua orientação foi fundamental para a realização de todas as etapas desse trabalho, a qual suas sugestões foram de grande valia para o aperfeiçoamento e qualidade desse projeto.

Agradeço também a toda a equipe da Fatec Campinas, professores, terceiros e colegas, que me proporcionaram todo o apoio e recursos necessários para a conclusão desse trabalho.

RESUMO

Este trabalho, dedicou-se ao desenvolvimento de um Plano de Negócio para uma nova empresa, trata-se de um auto center denominado Quality Lub, que será sediado na cidade de Hortolândia-SP, inicialmente foi elaborado um estudo com a introdução, objetivos do trabalho e referencial teórico referente ao assunto abordado. A metodologia utilizada foi a qualitativa exploratória, realizada com base em pesquisas bibliográficas em livros de autores da área e em sites confiáveis, além de pesquisa em empresas do ramo de atuação. Diante do aumento expressivo da frota de veículos na região nos últimos tempos, a necessidade de manutenção se torna essencial, mesmo com diversas empresas atuando no setor, observa-se que há uma carência de prestadores de serviços que oferecem qualidade e honestidade a seus clientes. Dessa forma, a intenção do investidor da Quality Lub Auto Center é trazer ao mercado uma empresa que inspire confiança em seus clientes, sendo eficiente, transparente e presente nos momentos exatos de necessidade do consumidor, com o objetivo de entregar valor e uma experiência positiva a quem utilizar os seus serviços. Para a implantação da empresa será realizado um aporte inicial de R\$80.000,00, para gastos fixos iniciais, gastos pré-operacionais, capital de giro entre outros. Inicialmente foi apresentado os dados do empreendimento, e logo após realizado todo o estudo de marketing, segmentação de mercado, concorrentes e fornecedores, além de um plano operacional detalhado a fim de entender de maneira mais clara o funcionamento e capacidade de atendimento da empresa. Por fim, foi apresentado o Plano Financeiro, com o objetivo de demonstrar os gastos iniciais e operacionais, estimativa de lucro e gastos com vendas, além da construção de cenários da empresa, para então chegar à conclusão se o negócio é viável ou não. Após tais estudos, a perspectiva de sucesso do negócio se tornou animadora, e a Quality Lub Auto Center se apresentou como um negócio viável e com grande potencial de rentabilidade, ciente de que deve desenvolver ações de marketing consistentes a fim de se apresentar ao consumidor, divulgando seu serviço em diversos canais de marketing relacionados ao público-alvo, além da disseminação de seus serviços na cidade de Hortolândia e região, demonstrando estar presente para qualquer necessidade de um potencial cliente, prestando um serviço de excelência.

Palavras-chave: Plano de negócios, manutenção automotiva, auto center, produtos de serviços automotivos.

ABSTRACT

This work is dedicated to the development of a Business Plan for a new company, it is an auto center called Quality Lub, which will be headquartered in the city of Hortolândia-SP, initially a study was elaborated with the introduction, objectives of the work and theoretical framework related to the subject addressed. In view of the significant increase in the vehicle fleet in the region in recent times, the need for maintenance becomes essential, even with several companies operating in the sector, it is observed that there is a lack of service providers that offer quality and honesty to their customers. In this way, the intention of the Quality Lub Auto Center investor is to bring to the market a company that inspires confidence in its customers, being efficient, transparent, and present in the exact moments of need of the consumer, with the objective of delivering value and a positive experience to who use its services. For the implementation of the company, an initial contribution of R\$80,000.00 will be made, for initial fixed expenses, pre-operating expenses, working capital, among others. Initially, the enterprise's data was presented, and soon after the entire marketing study, market segmentation, competitors and suppliers were carried out, in addition to a detailed operational plan to understand more clearly the company's functioning and service capacity. Finally, the Financial Plan was presented, with the objective of demonstrating the initial and operational expenses, estimated profit and sales expenses, in addition to building scenarios for the company, to then reach the conclusion whether the business is viable or not. After such studies, the prospect of business success became encouraging, and Quality Lub Auto Center presented itself as a viable business with great potential for profitability, aware that it must develop consistent marketing actions in order to present itself to the consumer, publicizing its service in several marketing channels related to the target public, in addition to the dissemination of its services in the city of Hortolândia and region, demonstrating to be present for any need of a potential client, providing a service of excellence.

Keywords: Business plan, automotive maintenance, auto center, automotive service products.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Etapas do processo empreendedor	21
Figura 2 - Modelo de estruturação de um plano de negócios.....	23
Figura 3 - Alíquotas Simples Nacional Empresas de Reparo e Serviços e Manutenção 2022.	29
Figura 4 - Processo de decisão de compras	31
Figura 5 - Idade do veículo <i>versus</i> comportamento do cliente.	32
Figura 6 - Gastos anuais estimados com manutenção de veículos por classes sociais.	33
Figura 7 - Região escolhida para a instalação da empresa.....	41
Figura 8 - Logotipo Quality Lub Auto Center	42
Figura 9 – Layout previsto da empresa	45
Figura 10 - Fluxograma operacional de serviços com agendamento prévio.	46
Figura 11 - Fluxograma operacional de prestação de serviço sem agendamento prévio	47

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Pesquisa salarial.....	49
Tabela 2 - Política salarial adotada pela empresa.	49
Tabela 3 - Média mensal de prestação de serviços.....	50
Tabela 4 - Investimentos fixos iniciais.....	51
Tabela 5 - Estoque inicial de matéria-prima	52
Tabela 6 - Prazo médio de recebimento de vendas.....	53
Tabela 7 - Prazo médio de compras	53
Tabela 8 - Necessidade média de estoque.....	53
Tabela 9 - Necessidade líquida de capital de giro em dias.....	54
Tabela 10 - Caixa mínimo necessário.....	54
Tabela 11 - Capital de giro necessário	55
Tabela 12 - Investimentos pré-operacionais	55
Tabela 13 - Investimento total.....	55
Tabela 14 - Fonte de recursos.....	56
Tabela 15 – Estimativa de faturamento mensal.....	57
Tabela 16 - Custo por serviço vendido (CSV).....	58
Tabela 17 - Apuração do custo unitário e total por serviço vendido CSV – variável.....	59
Tabela 18 - Estimativa de custo de comercialização do cenário provável	60
Tabela 19 - Custo de mão-de-obra (MO).....	61
Tabela 20 - Custos da depreciação	61
Tabela 21 - Composição dos custos fixos e variáveis mensal.....	62
Tabela 22 – Despesas fixas operacionais mensais	62
Tabela 23 - Demonstração de Resultados – DRE cenário provável anual	63
Tabela 24 - Indicadores de viabilidade cenário provável.....	65
Tabela 25 - Faturamento mensal cenário otimista	66
Tabela 26 - Apuração CSV variável cenário otimista.....	67
Tabela 27 - Estimativa de custo de comercialização cenário otimista	67
Tabela 28 - DRE cenário otimista anual	68
Tabela 29 - Indicadores de viabilidade econômica cenário otimista	69
Tabela 30 - Faturamento mensal cenário pessimista	69
Tabela 31 - Custo CSV cenário pessimista.....	70

Tabela 32 - Estima do custo de comercialização cenário otimista.....	70
Tabela 33 - DRE cenário pessimista anual.....	71
Tabela 34 - Indicadores de viabilidade econômica cenário pessimista.....	72

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Dados do empreendedor	27
Quadro 2 – Avaliação dos concorrentes diretos.	35
Quadro 3 - Produtos necessários para prestação de serviço	36
Quadro 4 - Necessidade de mão-de-obra	48
Quadro 5 - Análise SWOT	74

LISTA DE SÍMBOLOS

RMC - Região Metropolitana de Campinas

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

DENATRAN – Departamento Nacional de Trânsito

SINDIREPA – Sindicato da Indústria de Reparação de Veículos e Acessórios do Estado de São Paulo

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

ANFAVEA – Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
1.1. PROBLEMA DE PESQUISA	16
1.2. OBJETIVOS	17
1.2.1. Objetivo geral.....	17
1.2.2. Objetivos específicos.....	17
1.3. JUSTIFICATIVA	17
2. REVISÃO DE LITERATURA.....	20
2.1. PLANO DE NEGÓCIOS.....	20
3. METOLOGIA	25
4. PLANO DE NEGÓCIO PARA A EMPRESA QUALITY LUB AUTOCENTER ...	26
4.1. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	26
4.2. DADOS DO EMPREENDEDOR	27
4.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO	28
4.4. MISSÃO, VISÃO E VALORES DA EMPRESA.....	28
4.4.1. Missão da empresa	28
4.4.2. Visão da empresa.....	28
4.4.3. Valores da empresa.....	28
4.5. FORMA JURÍDICA E ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO.....	29
4.6. CAPITAL SOCIAL	30
4.7. FONTE DE RECURSOS.....	30
5. ANÁLISE DE MERCADO.....	31
5.1. ESTUDO DE CLIENTES.....	31
5.2. ESTUDO DOS CONCORRENTES	34
5.3. ESTUDO DE FORNECEDORES	35
6. PLANO DE MARKETING.....	38
6.1. MIX DE MARKETING.....	38
6.1.1. Descrição de produtos e serviços.....	38
6.1.2. Preço	39
6.1.3. Promoção	40
6.1.4. Praça	41

6.1.5. Marca e logotipo	42
6.2. ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO	42
6.3. OBJETIVOS DE MARKETING	43
6.4. MERCADO- ALVO	43
7. PLANO OPERACIONAL.....	44
7.1. LOCALIZAÇÃO	44
7.2. LAYOUT	44
7.3. CAPACIDADE PRODUTIVA	45
7.4. PROCESSO OPERACIONAL	46
7.5. QUADRO DE PESSOAL.....	47
7.5.1. Remuneração e benefícios.....	49
7.5.2. Política salarial.....	49
8. PLANO FINANCEIRO	50
8.1. ESTIMATIVA DE INVESTIMENTOS FIXOS	50
8.2. ESTOQUE INICIAL	51
8.3. CAPITAL DE GIRO	52
8.3.1. Caixa mínimo.....	52
8.3.2. Fornecedores.....	53
8.3.3. Estoques.....	53
8.3.4. Necessidade de capital de giro em dias	53
8.3.5. Caixa mínimo necessário	54
8.3.6. Capital de giro necessário	54
8.4. INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	55
8.5. INVESTIMENTO TOTAL.....	55
8.6. ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL CENÁRIO PROVÁVEL.....	56
8.7. CUSTO UNITÁRIO E APURAÇÃO DO CUSTO POR SERVIÇO VENDIDO – (CSV).	57
8.8. CUSTO VARIÁVEL DE COMERCIALIZAÇÃO (CV) CENÁRIO PROVÁVEL.....	59
8.9. CUSTO DA MÃO-DE-OBRA (MO).....	60
8.10. CUSTO DE DEPRECIAÇÃO	61
8.11. CUSTO TOTAL MENSAL	62
8.12. DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS – DRE.....	62
8.13. INDICADORES DE VIABILIDADE	63
8.13.1. Margem de contribuição e ponto de equilíbrio.....	63

8.13.2. Taxa de lucratividade.....	64
8.13.3. Taxa de rentabilidade	64
8.13.4. Retorno sobre o patrimônio líquido – (ROE).....	64
8.13.5. Taxa de retorno do investimento – (ROI).....	64
8.13.6. Prazo de retorno do investimento – <i>payback</i>	64
9. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS	66
9.1. CENÁRIO OTIMISTA	66
9.1.1. Indicadores de viabilidade cenário otimista	68
9.2. CENÁRIO PESSIMISTA	69
9.2.1. Indicadores de viabilidade cenário pessimista.....	72
10. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	73
10.1. ANÁLISE SWOT	73
11. CONSIDERAÇÕES FINAIS	75
REFERÊNCIAS.....	76
APÊNDICE A.....	78
APÊNDICE B.....	79

1. INTRODUÇÃO

A independência financeira é o objetivo de toda pessoa. Devido à grande competitividade e instabilidade dos postos de trabalho, cresce a cada ano o número de pessoas dispostas a abrir o próprio negócio, sendo que grande parte desses empreendedores vêm pela necessidade de criar uma fonte de renda. Porém empreendedorismo nem sempre vem como consequência de necessidade ou sobrevivência, em muitos casos o idealizador busca a realização de um desejo para sua satisfação pessoal.

De acordo com Dornellas (2008), o empreendedorismo é o envolvimento das pessoas em processos que transformam ideias em oportunidades. Baseando-se em indivíduos que misturam inovação com práticas de comercialização de produtos e serviços.

Já para Dolabela (2008, p.23), o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade.

Perante o desejo de empreender aproveitando uma nova oportunidade, se faz necessário planejar a execução do negócio. No planejamento de um novo negócio é necessário observar o cenário do mercado ao qual se deseja trabalhar, levando em consideração questões de conjuntura econômica, desenvolvimento do local, atuação estratégica de concorrentes, entre outros fatores importantes para o sucesso do negócio. Para a execução do planejamento existem diversas ferramentas disponíveis, uma delas é o Plano de Negócios, que é um documento que descreve o empreendimento cujo modelo de negócios será utilizado para sua manutenção no mercado (DORNELAS, 2011).

De acordo com Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas-Sebrae (2013), o plano de negócios é uma ferramenta que auxilia os empreendedores a especificar detalhadamente seu empreendimento já iniciado ou que ainda se iniciará. Por meio dele poderá verificar a viabilidade ou não do negócio, evitando que sua empresa entre nas estatísticas de mortalidade das micro e pequenas empresas antes do primeiro ano de vida.

O foco deste trabalho foi a realização de um Plano de Negócio para o planejamento e estudo de viabilidade para a abertura da empresa Quality Lub Auto

Center, que atuará no seguimento automotivo, sendo especializada em revisões de veículos automotores. A sede será localizada na cidade de Hortolândia – SP pertencente a Região Metropolitana de Campinas - (RMC), que hoje é uma das maiores e mais ricas conglomerações urbanas do Brasil. A cidade de Hortolândia foi escolhida por ser uma das cidades que mais cresce no país e na região, além de possuir uma economia pujante em constante crescimento se destacando na região.

De acordo com projeções do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - (IBGE) 2020, a cidade teve o maior crescimento populacional da região ficando acima da média nacional, apresentando constante crescimento do PIB que no mesmo ano ficou em cerca de R\$ 14,7 bilhões com cerca de 57% advindos do setor de serviços.

Diante dos dados apresentados, fica claro a oportunidade que pode ser explorada por meio do negócio e a importância de um bom planejamento para que esse negócio tenha sucesso e longevidade.

1.1. PROBLEMA DE PESQUISA

O plano de negócios é uma ferramenta importante que permite o empreendedor analisar de forma ordenada o seu empreendimento, conseguindo analisar a viabilidade do negócio. O seu objetivo é orientar o empreendedor a analisar os riscos de uma forma sucinta a fim de evitar e corrigir possíveis erros na operação do negócio. A visualização do negócio possibilita que o empreendedor possa identificar os pontos fortes e fracos do seu projeto (DORNELAS, 2011).

Outro ponto que o empreendedor encontra dificuldade é na disponibilidade de recursos financeiros. Um plano de negócios bem estruturado permite o acesso a informações imprescindíveis para que um investidor em potencial tenha conhecimento do empreendimento proposto e se sinta seguro para fazer um aporte financeiro no negócio.

Seja qual for a fonte de recursos financeiros, para a viabilização do negócio se faz necessária a análise minuciosa do seu plano negócios, sendo que atualmente é um documento necessário para conseguir crédito junto a instituições financeiras. Vale ressaltar que a forma mais fácil e comum de se iniciar um negócio é por meio de recursos dos próprios fundadores, contudo, mesmo dessa forma o estudo e análise

de um novo negócio é obrigatório para o seu sucesso, por meio dessa ferramenta consegue-se elaborar cenários analisando suas taxas de retorno em diversos cenários.

Perante o contexto, a pergunta norteadora do presente estudo é: **Como viabilizar a implantação de um auto center no município de Hortolândia/SP?**

1.2. OBJETIVOS

Neste tópico serão apresentados o objetivo geral e específico.

1.2.1. Objetivo geral

Desenvolver um plano de negócios para um auto center automotivo especializado em serviços de revisão da linha leve, além de identificar a viabilidade econômica e financeira do empreendimento.

1.2.2. Objetivos específicos

Realizar análise de mercado, identificando os potenciais clientes, concorrentes e fornecedores; realizar levantamento do plano operacional e plano de marketing e posicionamento de mercado; analisar a viabilidade econômica por meio do plano financeiro.

1.3. JUSTIFICATIVA

Este trabalho de conclusão de curso visa a discussão do empreendedorismo e as melhores metodologias para estudo de viabilidade de um negócio. Por meio de

pesquisas realizadas durante o estudo, foi possível analisar dados referentes ao cenário econômico do setor de serviços de auto center automotivo.

Diante do crescimento consistente da frota de veículos na cidade de Hortolândia e RMC, a procura por serviços de manutenção cresce a cada dia, segundo dados do Departamento Nacional de Trânsito - (DENATRAN) 2020, a cidade de Hortolândia teve um crescimento em torno de 87% na sua frota de veículos na última década, com média de 1,77 veículo/habitante, e o panorama para o futuro se mostra promissor, visto que esse número tende a crescer ainda mais, já que a cidade é uma das que mais vem apresentando crescimento populacional e econômico da região. Observa-se por meio do crescimento populacional e econômico da cidade, que a cada dia o transporte particular se torna mais presente na rotina da sua população, seja pela grande densidade demográfica da região ou pelo transporte público deficitário, o veículo próprio se torna cada dia algo mais necessário na vida da população, onde acrescenta-se o fator de que hoje em dia ter um veículo próprio é objeto de desejo e status de grande parte da população.

Nesse contexto, uma frota de veículos como a do Brasil, demanda um segmento especializado na manutenção e oferta de serviços automotivos em geral. Segundo dados do Sindicato das Indústrias de Reparação de Veículos e Acessórios do Estado de São Paulo - (SINDIREPA) 2019 o país possui um total de mais de 117 mil oficinas, sendo 29% desse total somente no estado de São Paulo. Segundo o Sindirepa (2019), no país são gastos anualmente em torno de R\$ 128 bilhões com manutenção automotiva.

Por meio desse cenário, a visão empreendedora motiva o indivíduo a busca de novas oportunidades de mercado, visualizando alternativas inovadoras, a fim de oferecer um produto ou serviço dentro de um cenário de oportunidades.

Segundo Dornelas (2008), empreendedor é aquele que observa uma oportunidade e cria um negócio para se capitalizar diante dela, assumindo riscos calculados. A ação de empreender surge por vários fatores, seja diante de uma necessidade enfrentada ou por uma questão de oportunidade. Na criação de um novo negócio ou serviço, exige-se ampla capacidade de analisar os riscos e oportunidades do empreendedor, buscando estratégias que atraíam e motivem pessoas para se tornar seus clientes.

Portanto, o presente trabalho se faz importante, pois foi detectada uma oportunidade na cidade, visto o seu constante crescimento populacional e econômico,

alinhado a uma oferta deficitária de serviços de qualidade voltados ao setor automotivo, fazendo com que grande parte da sua população procure serviços especializados de manutenção em cidades vizinhas. Outro fator a ser considerado é a vontade do idealizador de atuar na área e a sua bagagem de conhecimento na mesma.

Por fim a elaboração deste trabalho, contribuirá para o melhor entendimento e a correta aplicação dos conceitos relacionados a empreendedorismo e administração de um negócio que será contextualizado por meio de um Plano de Negócios.

2. REVISÃO DE LITERATURA

Neste tópico serão apresentadas as teorias referentes a criação de um Plano de Negócio bem estruturado.

2.1. PLANO DE NEGÓCIOS

De acordo com o Sebrae (2013), Plano de Negócios é um documento de planejamento que é capaz de demonstrar a viabilidade de um negócio, por meio do estudo de sua estratégia de mercado, operação e gestão financeira, descrevendo todas as etapas por escrito, sintetizando quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, a fim de diminuir os riscos e as incertezas sobre o futuro negócio.

Um plano de negócios, tem a função de organizar as ideias do empreendedor para a inicialização ou expansão de um negócio, além de apoiar a gestão do negócio ele permite identificar e restringir possíveis erros, diante de um cenário com os dados disponíveis, com o objetivo de efetuar análises e projeções, evitando cometê-los com a empresa em plena atividade no mercado. É o instrumento ideal para visualizar o panorama do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor. É por meio dele que o empreendedor terá informações detalhadas do ramo de atuação, produtos e serviços, clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, pontos fortes e fracos do negócio, contribuindo para a identificação da viabilidade de investimento no negócio.

Segundo Dornelas (2011, p.4), plano de negócios é:

O plano de negócios é um documento utilizado para planejar um empreendimento ou unidade de negócios, em estágio inicial ou não, com o propósito de definir e delinear sua estratégia de atuação para o futuro. Trata-se ainda de um guia para a gestão estratégica de um negócio ou unidade empresarial.

Ainda de acordo com Dornelas (2011), o desenvolvimento do plano de negócios fica mais claro quando se analisa o processo empreendedor. Diante do fato de que o plano de negócios é amplamente utilizado por empreendedores que estão estruturando a criação de um novo negócio, este pode ser entendido como um norte para o planejamento de um novo negócio, ou até mesmo para o planejamento de expansão ou implantação de um novo modelo de negócio para empresas que já

estejam em operação. Na figura 1, apresenta-se as etapas do processo empreendedor.

Figura 1 - Etapas do processo empreendedor



Fonte: <https://inovacaomarketing.com>. Acesso em outubro de 2022.

Por meio da figura 1, é possível identificar que desde as etapas iniciais, a ideia e a oportunidade estão interligadas através de um processo cíclico, portanto as ideias inicialmente são analisadas pelo empreendedor, nas quais ele selecionará quais melhor atendem seus anseios e que trarão melhores oportunidades de retorno econômico, após a análise pode-se se manter a ideia ou reestruturá-la. Uma vez selecionada a oportunidade, o empreendedor começa a desenvolver o plano de negócios, passo que também gera uma certa ciclicidade, pois é neste momento que a descrição da ideia e oportunidade começam a se tornar mais concretos, por muitas vezes gerando a necessidade de revisão da ideia e análise da oportunidade.

Nas etapas seguintes, já com o plano de negócios estruturado, o empreendedor terá uma visão melhor sobre quais recursos serão necessários para viabilizar sua ideia

inicial, e também como e onde obtê-los. Depois da definição dessa etapa, enfim parte-se para a última etapa do ciclo, no qual se tratará especificamente da gestão do negócio, o empreendedor poderá ter novas ideias conforme o ciclo operacional do negócio, além de deparar com novos desafios que não foram visualizados antes, fomentando o ciclo novamente.

Contudo, diante do exposto anteriormente, surge uma pergunta: Mas, por que planejar? O correto é o empreendedor ter a visão de que o plano de negócios é uma ferramenta importante que irá auxiliá-lo na implantação e gestão do negócio e não simplesmente como uma obrigação. Uma vez que negócios criados sem planejamento tendem a não ter um futuro tão próspero, sendo que muitos desses no Brasil resultam em fechamento antes dos três primeiros anos de vida devido a um planejamento falho. De acordo com Dornelas (2008, p.14), um planejamento bem estruturado dará uma diretriz de crescimento e uma visão de como estará a empresa daqui alguns anos, oferecendo à empresa o poder de lidar com adversidades e variações do mercado, agindo rapidamente para neutralizá-las, a fim de que continue competitiva.

Segundo Dornelas (2011, p.5), estabelecer um objetivo de crescimento para um negócio, seja quanto à receita, lucro, clientes, atuação no mercado etc., deixa mais evidente a importância de se planejar cada passo, para o êxito na busca dos objetivos.

Para a elaboração do plano de negócios, atualmente existe uma variedade de estruturas diferentes, o que deve ser observado na utilização de alguma destas, é que ela deve ser bem detalhada, deixando bem clara todas as informações, tanto para o empreendedor quanto para os *stakeholders*, para que todos os dados expostos fiquem de fácil entendimento, facilitando a avaliação e posterior tomada de decisão diante das informações apresentadas. Na figura 2, apresenta-se uma estrutura de plano de negócios formal e mais utilizada.

Figura 2 - Modelo de estruturação de um plano de negócios

Fonte: <https://rocacontabil.com.br/a-importancia-de-fazer-o-plano-de-negocios/>. Acesso em out. de 2022.

Observa-se por meio da estruturação ilustrada na figura 2, que o plano de negócios é dividido em várias seções que se relacionam com o objetivo de um melhor entendimento global do negócio, a sua organização se mantém em uma sequência lógica que permite a qualquer leitor do plano o perfeito entendimento do empreendimento. O plano completo é composto por tópicos e seus subtópicos, incluindo plano financeiro, marketing, operacional e análise de mercado.

Explorando as principais subcategorias de acordo com (DORNELAS,2011), tem-se:

1. Sumário executivo: ilustra sobre o modelo de negócios básico, fornece uma explicação sobre os fundamentos e justificativas gerais para a estratégia que se tem em vista e sintetiza o plano de negócios;

2. Planejamento estratégico: nesta etapa define-se os rumos do empreendimento, seu panorama atual, suas metas e objetivos, por meio de uma análise SWOT avaliando as (Forças, Fraquezas, Oportunidades, Ameaças), bem como a descrição da visão e missão do negócio. É a base para o desenvolvimento e implantação das demais ações do empreendimento;

3. Análise de Mercado: deve-se demonstrar um conhecimento concreto sobre o mercado consumidor do produto/serviço (por meio de pesquisas de mercado) à qual

o empreendimento irá atuar, quais são as características do consumidor, análise da concorrência, a participação de mercado do negócio, os principais concorrentes, os riscos do negócio etc. A análise do mercado engloba pelo menos três dimensões: o mercado consumidor atual e potencial, os fornecedores e os concorrentes atuais e potenciais;

4. Plano Operacional: demonstra como a empresa será estruturada, sua localização, quais são suas instalações físicas e equipamentos;

5. Plano de Marketing: apresenta como se pretende vender o produto ou serviço vai chegar até os clientes conquistá-los, além de ampliar o interesse deles e aumentar a demanda;

6. Plano Financeiro: nesta seção de finanças devem ser apresentados os números de todas as ações planejadas do empreendimento e as comprovações, através de projeções futuras (quanto necessita de capital, quando, e com que propósito).

7. Avaliação do Plano de Negócio: ao concluir o plano de negócios é recomendável fazer uma avaliação. Recomendavelmente, a análise de solidez e viabilidade são as primeiras avaliações a serem realizadas. O empreendedor deve evitar erros como capital social incompatível com os investimentos projetados, nível de produção e comercialização incompatíveis com o estudo de mercado, estabelecimento de localização não viável devido à inexistência de matéria-prima, legislação proibitiva, dentre outros. Por fim, avaliar o mérito financeiro de seu negócio, ou seja, qual é o retorno sobre o investimento inicial realizado que o projeto gerará.

Com base nessas informações e detalhamento do planejamento, tem-se a noção prévia do funcionamento do negócio dentro do âmbito do mercado e de todas as necessidades técnicas para o seu funcionamento, da projeção de investimento inicial e de retorno financeiro e viabilidade do negócio.

O plano de negócio a ser elaborado neste trabalho, usará essas informações como: sumário executivo, planejamento estratégico, análise de mercado, plano operacional e financeiro como base para sua elaboração.

3. METODOLOGIA

Este trabalho dedicou-se na elaboração de um plano de negócio para um auto center especializado em revisões automotivas.

Para a realização deste trabalho, foram utilizadas pesquisas bibliográficas, e de mídias online por meio de sites confiáveis, que trazem informações sobre o assunto a ser explorado, foram feitas pesquisas de mercado em empresas atuantes no mesmo segmento, e pesquisas de qualificação profissional na área, e também referente a toda a estruturação física e comercial do negócio.

O método de pesquisa utilizado é classificado como qualitativa exploratória, na qual o autor obteve maiores informações sobre o negócio, a partir de dados obtidos por meio de informações sobre o setor, e qualitativa no sentido de produzir dados a partir de observações extraídas de empreendimentos do ramo, estabelecendo uma aliança direta para a conclusão do plano de negócio.

Para Marconi e Lakatos (2003), pesquisas exploratórias são investigações de pesquisa empírica, cujo objetivo é a formulação de questões de um problema, como finalidade de descrever hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com o ambiente, fato ou fenômeno para a realização de uma pesquisa futura mais precisa, a fim de modificar e classificar conceitos.

Segundo Mattar (2001), os métodos utilizados pela pesquisa exploratória são amplos e versáteis. Os métodos empregados compreendem: levantamentos em fontes secundárias, levantamentos de experiências, estudos de casos selecionados e observação informal.

A pesquisa qualitativa, segundo Bogdan & Biklen (2003), envolve a obtenção de dados descritivos, obtidos no contato direto do pesquisador com a situação estudada, enfatiza mais o processo do que o produto e se preocupa em retratar a perspectiva dos participantes. Entre as várias formas que pode assumir uma pesquisa qualitativa, destacam-se a pesquisa do tipo etnográfico e o estudo de caso.

4. PLANO DE NEGÓCIO PARA A EMPRESA QUALITY LUB AUTOCENTER

A seguir serão apresentados os principais tópicos referentes ao Plano de Negócio.

4.1. SUMÁRIO EXECUTIVO

No cenário atual com o aumento da frota de veículos no Brasil e na região, observa-se em contrapartida que a venda de veículos 0 km vêm diminuindo, o que faz com que aumente o comércio de veículos seminovos e usados, que geralmente estão fora do prazo de garantia oferecido pelas montadoras, isso faz com que a manutenção preventiva desses veículos sejam realizadas fora do ambiente de concessionárias, pois os proprietários desejam economizar realizando as manutenções preventivas em oficinas e auto centers independentes que apresentam um menor custo de serviço. Diante disso o mercado de oficinas independentes tem apresentado crescimento nos últimos anos.

Esse fator alinhado com a vontade do formando em atuar nessa área e a sua experiência no setor, fez surgir a ideia de se estudar e elaborar um plano de negócio para a abertura de um auto center na cidade de Hortolândia- SP, esse Plano de negócio verificou a viabilidade do negócio, também traçou estratégias operacionais e de marketing para a aceitação do negócio pelo seu público-alvo.

A Quality Lub Auto Center, chegará ao mercado para inovar no setor de serviços automotivos. A empresa contará com seu espaço físico localizado na cidade de Hortolândia na região do bairro Vila Real, com um ambiente aconchegante, prezando pela qualidade, inovação e honestidade em seus serviços. O objetivo é oferecer um atendimento personalizado às necessidades dos clientes, visando a sua fidelização. Ciente de que irá atender um público exigente e diversificado que preza pela qualidade, a Quality Lub utilizará dos melhores métodos como: equipamentos, componentes de qualidade e capacitação de seus colaboradores, para oferecer aos seus clientes o melhor serviço. De forma estratégica o proprietário que atualmente

está se graduando no curso de Gestão Empresarial na Fatec e possui cursos e experiência de 6 anos no ramo de reparação automotiva, irá administrar o negócio a fim de obter os melhores resultados.

Para a implantação do negócio será necessário um aporte inicial de R\$ 80.000,00, sendo R\$ 70.000,00 em recursos próprios e o restante de R\$ 10.000,00 obtidos mediante a empréstimo em uma instituição financeira. A empresa contará com um capital de giro no valor de R\$ 28.000,00 suficiente para arcar com a despesas fixas e compra de matéria-prima no período de um mês.

A partir do plano financeiro e simulação de cenários, pode-se perceber que se trata de um negócio viável, o qual mesmo no cenário pessimista obteve-se lucro e elevadas taxas de retorno de investimento. O pilar do negócio será buscar a inovação e aperfeiçoamento constante, utilizando métodos eficientes e eficazes para que o resultado seja de excelência e economicamente viável tanto aos clientes como para a empresa, sem deixar os valores como a honestidade e transparência de lado.

A apresentação do Plano de Negócios também será demonstrada por meio do modelo Canvas, presente no **apêndice B**.

4.2. DADOS DO EMPREENDEDOR

As informações do sócio proprietário da empresa estão contidas no quadro 1.

Quadro 1 - Dados do empreendedor

Nome: Fernando Henrique de Moraes

Idade: 33 anos

Endereço: Residente em Campinas -SP

Formação Acadêmica: Gestão Empresarial – Fatec Campinas (conclusão ago. 2023)

Técnico em logística – Etec. Marília – conclusão ago. 2013

Técnico em mecânica automobilística – Senai Marília conclusão dez. 2010

Experiência profissional: 6 anos atuando na área de reparação e inspeção automobilística

8 anos atuando como servidor público municipal em Campinas – SP

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

4.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO

Razão Social: Quality Lub Auto Center LTDA

Nome fantasia: Quality Lub Auto Center

CNPJ: Não inscrita

Endereço: Em definição

4.4. MISSÃO, VISÃO E VALORES DA EMPRESA

4.4.1. Missão da empresa

Ser um prestador de serviços automotivos confiável, buscando oferecer serviços com qualidade, a fim de entregar a melhor solução ao cliente, com objetivo de gerar satisfação plena a todos os envolvidos no processo de negociação e assim ser reconhecida como uma empresa competente, ética, criativa e fácil de fazer negócios.

4.4.2. Visão da empresa

Ser referência em serviços automotivos na cidade de Hortolândia e RMC, por meio da qualidade de serviços e atendimentos prestados. Buscar crescimento sustentável e expansão futura da empresa.

4.4.3. Valores da empresa

- Agir de forma transparente com os clientes
- Atuar com respeito e ética
- Buscar conhecimento técnico constante

- Ter confiança e respeito dos clientes
- Atender plenamente as necessidades dos clientes
- Transparência e honestidade em todos os processos

4.5. FORMA JURÍDICA E ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

Após avaliação, foi definido que a forma jurídica ideal para a criação da Quality Lub Auto Center é a Sociedade Limitada Unipessoal – SLU, que de acordo com o SEBRAE (2021) é:

A Sociedade Limitada Unipessoal é uma inovação da Lei da Liberdade Econômica (Lei 13.874/19). Apesar de ter “sociedade” no nome, ela pode ser constituída por uma única pessoa e mantém a característica de “limitada”, que garante proteção ao patrimônio particular do sócio (em regra, somente o patrimônio da pessoa jurídica responde pelas dívidas e obrigações empresariais).

No que tange ao enquadramento tributário, a empresa optou pelo sistema Simples Nacional, cujo enquadramento se dá em serviços de reparo, manutenção e instalação, com alíquotas que variam entre 6% e 33% de acordo com a receita bruta.

A Figura 3 mostra a tabela de alíquotas impostas ao setor de serviços de reparação automotiva do Simples Nacional.

Figura 3 - Alíquotas Simples Nacional Empresas de Reparo e Serviços e Manutenção 2022.

Receita Bruta em 12 meses	Alíquota	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ISS (*)
Até R\$ 180.000,00	6,00%	4,00%	3,50%	12,82%	2,78%	43,40%	33,50%
De R\$ 180.000,01 a R\$ 360.000,00	11,20%	4,00%	3,50%	14,05%	3,05%	43,40%	32,00%
De R\$ 360.000,01 a R\$ 720.000,00	13,50%	4,00%	3,50%	13,64%	2,96%	43,40%	32,50%
De R\$ 720.000,01 a R\$ 1.800.000,00	16,00%	4,00%	3,50%	13,64%	2,96%	43,40%	32,50%
De R\$ 1.800.000,01 a R\$ 3.600.000,00	21,00%	4,00%	3,50%	12,82%	2,78%	43,40%	33,50% (*)
De R\$ 3.600.000,01 a R\$ 4.800.000,00	33,00%	35,00%	15,00%	16,03%	3,47%	30,50%	–

Fonte: portal contabilizei.org. Acesso Jan. (2023).

4.6. CAPITAL SOCIAL

O capital social será integralizado pelo proprietário do empreendimento.

4.7. FONTE DE RECURSOS

De acordo com Correia (2009), há diversas formas de se financiar um empreendimento com várias fontes de capital disponíveis para tal finalidade. Portanto, é necessário avaliar a melhor forma de obter sua estrutura de custo de capital.

A Quality Lub optou por integralizar seu capital da seguinte maneira R\$70.000,00 em recursos próprios e R\$ 10.000,00 com recursos de terceiros, obtidos via empréstimo bancário.

5. ANÁLISE DE MERCADO

Neste tópico serão abordados itens relativos à análise do mercado para futura implantação do negócio.

5.1. ESTUDO DE CLIENTES

Uma etapa fundamental para a elaboração de um plano de negócios para a empresa Quality Lub Auto Center, é uma análise detalhada dos potenciais consumidores e qual o fator decisivo da tomada de decisão ao contratar um serviço relacionado à manutenção automotiva na cidade de Hortolândia e RMC.

Para uma análise fundamental, é essencial entender o comportamento do consumidor, além de compreender e reconhecer diferentes grupos de consumidores e suas características e comportamentos diversos.

Dessa maneira, é possível concluir que, apesar da figura que leva efetivamente o veículo para a realização do serviço, pode haver outras pessoas envolvidas nesse processo decisório, como por exemplo, outro motorista, familiares, amigos etc. De acordo com Kotler (2012) no mercado de consumo tem-se dois personagens envolvidos no processo de compra de bens e serviços, sendo o primeiro a figura do usuário do produto ou serviço a ser adquirido, enquanto o outro representa a figura do decisor, o qual efetivamente toma a decisão final no processo de compra.

Ainda de acordo com Kotler (2012), o processo de decisão de compra possui algumas etapas, que se concentram desde a concepção ou identificação das necessidades até o momento de compra efetivamente, conforme ilustrado na figura 4.

Figura 4 - Processo de decisão de compras



Fonte: Kotler Administração e Marketing (2012).

Conforme demonstrado na figura 4, o fluxo de consumo inicia-se com o consumidor identificando uma necessidade por consumo de algo novo, a identificação dessa necessidade pode ser gerada por estímulos internos ou externos.

Trazendo esse estudo para o campo automotivo, percebe-se que o consumidor desse serviço pode identificar a necessidade de consumo em duas vertentes, seja pelo tempo estabelecido de manutenção preventiva do veículo, ou até mesmo pelo fato de necessidade, devido o veículo apresentar algum problema que requer correção. Os proprietários costumam ter diferentes comportamentos no que tange a manutenção de seu veículo, variando de acordo com a idade dele. Esse fato ocorre principalmente devido às garantias oferecidas pelas montadoras, que exigem revisões periódicas em sua rede de concessionários para a manutenção de garantia de fábrica.

Já nos veículos fora desse prazo de garantia os consumidores em sua maioria procuram por serviço em oficinas independentes, por conta do valor mais acessível e melhor capacidade de negociação. Na figura 5, representa-se o fator idade do veículo *versus* comportamento do cliente.

Figura 5 - Idade do veículo *versus* comportamento do cliente.



Fonte: Cartilha SEBRAE – Reparação de veículos (2017).

Segundo dados do SEBRAE (2017), gasta-se por ano em torno de R\$ 128 bilhões com manutenção automotiva no Brasil, sendo tais valores divididos entre camadas sociais, a classe A com 20%, B e C, com 77% e a classe D com somente 3% da totalidade. No estado de São Paulo, o valor anual estimado gira em torno de R\$ 40,7 Bilhões, com a classe A representando o mesmo percentual de 20% do cenário nacional, classe B e C com 78% e classe D com apenas 1% (SEBRAE 2017). Na figura 6, são representados os valores gastos com manutenção anual no Brasil e no estado de São Paulo.

Figura 6 - Gastos anuais estimados com manutenção de veículos por classes sociais.

GASTOS ANUAIS ESTIMADOS COM MANUTENÇÃO DE VEÍCULOS, POR CLASSES				
	CLASSE A1	CLASSE A2	CLASSE B1	CLASSE B2
BRASIL	R\$ 3.923.155.966	R\$ 21.805.747.248	R\$ 36.199.855.068	R\$ 36.904.289.305
ESTADO DE SP	R\$ 1.063.749.106	R\$ 7.305.041.965	R\$ 13.843.586.942	R\$ 11.295.450.476

	CLASSE C1	CLASSE C2	CLASSE D	CLASSE E
BRASIL	R\$ 19.095.554.450	R\$ 6.868.274.915	R\$ 3.584.650.440	R\$ 81.777.347
ESTADO DE SP	R\$ 4.879.394.406	R\$ 1.742.647.002	R\$ 561.541.230	R\$ 8.318.739

Fonte: Cartilha SEBRAE – reparação de veículos (2017).

De acordo com os dados apresentados, percebe-se que o público-alvo das oficinas é composto por indivíduos das classes sociais B e C, diante de tal fato, a Quality Lub irá focar seu atendimento nos públicos pertencentes as classes B e C, que possuem veículos fora da garantia de fábrica, oferecendo política de preços, promoções, parcelamento e estoque de peças de acordo com o perfil do público a ser atendido.

5.2. ESTUDO DOS CONCORRENTES

Segundo Kotler (2006) a organização deve identificar seus principais concorrentes diretos e indiretos, a fim de descobrir suas características, como forças e fraquezas, seus padrões de reações, objetivos e especialmente suas estratégias.

Foi realizado um levantamento de concorrentes da Quality Lub, para tal, foi considerando a proximidade física dos concorrentes, visto que os serviços prestados devem ser realizados fisicamente na loja, sendo escolhidos os que apresentavam distância aproximada em um raio de 5 km da região desejada para abrir a empresa. Para tal análise, foram realizados contatos com 3 concorrentes próximos, sendo esses realizados por meio telefone e visitas, pelo próprio empreendedor, que buscou orçamentos referentes ao serviço de troca de óleo e filtros de (óleo, combustível e ar), e também serviços de higienização de ar-condicionado e troca de filtro de cabine para um veículo modelo Fiat/Palio. Assim foram verificados os principais concorrentes da empresa Quality Lub.

“Mendão” troca de óleo: Localizada na Av. Santana nº 811, uma avenida com grande fluxo de veículos próximo a diversos condomínios residenciais, a loja oferece serviços de troca de óleo de motor e câmbio automático, além de limpeza do sistema de ar-condicionado.

O orçamento para realização do serviço descrito acima nessa loja ficou em R\$ 480,00, como forma de pagamento a loja oferece 5% de desconto à vista no PIX ou dinheiro e parcela no cartão de crédito até em 3 vezes.

“Troca de óleo Express”: Localizada na Av. Santana 2468, uma avenida de grande fluxo a loja está localizada em frente a alguns condomínios residenciais, a loja oferece troca de óleo e fluídos de motor e câmbio e higienização de ar-condicionado.

O preço cobrado para o serviço orçado ficou um pouco acima dos concorrentes, a valor foi de R\$ 520,00 reais. Como forma de pagamento a empresa fornece um desconto de 3% à vista no dinheiro ou PIX, e parcelamento em até 6x no cartão de crédito.

Super troca de óleo do André: Localizada na Rua José Agostinho, 161 rua típica de um bairro residencial, com movimento moderado, tem como vizinhos alguns comércios de outros segmentos, a loja oferece serviços de troca de óleo de motor e filtros somente.

O preço cobrado para o serviço orçado ficou na média de outro concorrente onde o valor foi de R\$485,00, como forma de pagamento à vista em dinheiro ou PIX foi oferecido um desconto de 3% a vista, e parcelamento no cartão de crédito em até 3x.

Em resumo, observa-se que cada concorrente tem sua virtude e seu ponto fraco, o estudo desses é de extrema importância para a Quality Lub, a fim de filtrar os pontos fracos de cada um e fazer diferente, e se referenciar nos fortes a fim de aperfeiçoá-los, oferecendo melhor experiência os seus clientes. A princípio em um primeiro contato foi possível avaliar alguns aspectos considerados importantes no estudo de concorrência, esses são apresentados no quadro 2, onde tomando a posição de cliente, avaliou-se com notas de 2 a 5 cada item especificado no quadro.

Quadro 2 – Avaliação dos concorrentes diretos.

Loja	Atendimento	Preço	Instalações	Equipamentos e conhecimento técnico	Formas de pgto.	Garantia
Mendão troca de óleo	4	4	3	4	4	3 meses
Troca de óleo Express	3	3	5	4	5	3 meses
Super troca de óleo do André	5	4	2	3	4	3 meses

ESCALA DE NOTAS	
5	EXCELENTE
4	BOM
3	REGULAR
2	RUIM
1	PÉSSIMO

Fonte: elaborado pelo autor. (2023)

5.3. ESTUDO DE FORNECEDORES

Para levantamento de fornecedores, levou-se em consideração uma relação dos principais produtos que serão necessários para a prestação de serviços na Quality

Lub, a fim de se realizar orçamentos com maior clareza e procurar os fornecedores corretos.

No quadro 3, apresentam-se e os principais produtos a serem utilizados para a realização dos serviços, mostrando a quantidade média utilizada em cada procedimento.

Quadro 3 - Produtos necessários para prestação de serviço

Produto	Quantidade utilizada por serviço	Especificação
Óleo para motor	3 a 5 litros variando de acordo com o veículo	Diversas – de acordo com o modelo do veículo
Óleo de câmbio automático	8 a 12 litros - de acordo com o modelo do veículo	Diversas
Fluído de Freio	1	DOT 4 e 5.1
Fluido de arrefecimento	3 a 6 litros de acordo com o modelo do veículo	Orgânico ou pronto uso
Água desmineralizada	2 a 6 litros de acordo com o modelo do veículo	Única
Filtro de óleo do motor	1	Diversas
Filtro de ar do motor	1	Diversas
Filtro de combustível	1	Diversas
Filtro de cabine (ar-condicionado)	1	Diversas
Produto de higienização do ar-condicionado	1	Única

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Observa-se por meio do quadro 4, que há diversos tipos de especificação de produtos de acordo com o modelo de veículo. Para um estoque inicial, serão adquiridos produtos que possuam maior rotatividade de aplicação, de acordo com a avaliação da frota regional, e posteriormente conforme a operação do negócio, será feita a avaliação por meio de controles estatísticos a fim de adquirir os produtos mais utilizados, sempre com o objetivo de atender a maior variedade de veículos possíveis.

Entre os principais fornecedores consultados destacam-se:

1- Fort Lub Distribuidora de Lubrificantes de Filtros – localizada na cidade de Guarulhos- SP, trabalha com fornecimento de óleos lubrificantes em geral de diversas marcas e especificações e filtros em geral de diversas especificações, sendo uma das maiores distribuidoras do segmento atuando com diversas marcas. Oferece prazo de pagamento de 30 dias à clientes novos

(prazo que pode ser aumento para 60 dias de acordo com relacionamento), e prazo de entrega de até 15 dias para a região após a realização do pedido.

2- Poli Filtro – localizada na cidade de São Paulo- SP, trabalha com fornecimento de lubrificantes em geral, filtros e aditivos, de diversas marcas e especificações. Oferece prazo de 30 dias para pagamento, e prazo de entrega de até 10 dias para a região, oferece promoções e formas de pagamento diferenciado de acordo com o relacionamento com o cliente.

3- Original Lubrificantes – localizada em Guarulhos -SP, trabalha com fornecimento de lubrificantes, filtros, aditivos, produtos de higienização e acessórios em geral, de diversas marcas e modelos. Oferece forma de pagamento com prazos que variam de 30 a 60 dias, além de promoções de acordo com a quantidade adquirida e relacionamento com o cliente. O prazo de entrega para a região varia de 7 a 20 dias após o pedido, de acordo com disponibilidade em estoque.

4- Techlub – localizada em Campinas – SP, a empresa é especializada na linha de lubrificantes “Motul” de qualidade premium, trabalha com lubrificantes, aditivos e produtos de higienização automotiva em geral. Oferece forma de pagamento com prazo de 30 dias. O prazo de entrega para a região após o pedido é de até 15 dias.

Além dos fornecedores citados anteriormente, será feita parceria com lojas de autopeças locais para possíveis necessidades emergenciais.

6. PLANO DE MARKETING

De acordo com Kotler e Armstrong (2007, p.44), o plano de marketing começa com uma visão breve das principais avaliações e metas que a empresa deseja alcançar, seguido de uma análise de ambiente interno e externo, objetivos da marca e aspectos da estratégia de marketing.

A seguir, alguns aspectos dessa definição de plano de marketing serão abordados de maneira mais objetiva.

6.1. MIX DE MARKETING

Ainda conforme os mesmos autores citados anteriormente, o *mix* de marketing é o conjunto de ferramentas e táticas controláveis que a empresa designa para produzir a resposta que deseja do público-alvo, Kotler e Armstrong (2007, p.42).

Dentro desse Mix de marketing existem quatro grupos de variáveis denominadas de os 4Ps. Conforme definição de Kotler e Armstrong (2007), essas variáveis são:

- Produto - combinação de bens e serviços que a empresa oferece para o seu mercado-alvo.
- Preço – o valor monetário que os clientes têm que pagar para consumir o produto ou serviço oferecido.
- Promoção – caracteriza os fatores que diferenciam o produto ou serviço oferecido pela empresa, apresentando seus pontos fortes e convencendo o seu público-alvo a comprá-lo.
- Praça – caracteriza a maneira de como o seu produto ou serviço vai chegar ao seu público-alvo.

6.1.1. Descrição de produtos e serviços

A Quality Lub irá atuar no segmento de troca de óleo e auto center, oferecendo serviços como:

- Troca de óleo de motor e filtros (óleo, ar, combustível), para veículos da linha leve (carro, caminhoneta, caminhonete), itens necessários para a manutenção

preventiva e um bom funcionamento do veículo, que de mandam manutenção a cada 5 ou 10 mil km de acordo com recomendações do fabricante.

- Troca de óleo de câmbio para veículos da linha leve com transmissão automática, manutenção necessária para o bom funcionamento da transmissão automática dos veículos equipados com esse dispositivo, sendo necessária a manutenção a cada 40 a 60 mil km de acordo com recomendação do fabricante.

- Troca de fluido de arrefecimento, manutenção importante para o bom funcionamento do motor, evitando que o veículo superaqueça causando danos ao motor, cujo reparo geralmente possui valores elevados.

- Teste e troca de fluido de freio, item de extrema importância para o bom funcionamento dos freios do veículo, trazendo segurança durante a condução, ele possui validade de 2 anos, ou deve ser substituído antes em caso de contaminação avaliado por meio de teste com equipamento próprio.

- Limpeza e higienização do ar-condicionado, manutenção importante para o bom funcionamento do sistema e para saúde do usuário, o sistema acumula impurezas e bactérias com o passar do tempo, que podem trazer consequências aos usuários do veículo, além de trazer odores e baixa eficiência de funcionamento do sistema.

- Troca de palhetas do limpador de para-brisas, manutenção importante para a visibilidade do condutor do veículo em dias de chuva, aumentando a segurança ao dirigir.

- Teste e troca de lâmpadas das lanternas e faróis, itens necessários para a segurança na condução do veículo.

-

6.1.2. Preço

No início das atividades, a estratégia adotada pela Quality Lub em relação ao preço, será oferecer um valor médio ou até mais acessível ao que é praticado pelos concorrentes, a fim de poder trazer clientes ao estabelecimento, podendo assim, apresentar a qualidade e diferenciação de seus serviços aos clientes. Após alguns meses de atuação no mercado, observando o nível de satisfação dos clientes, por

meio de pesquisas pós compra, e avaliações no Google e redes sociais da empresa, essa estratégia poderá ser revista.

Como forma de agregar no faturamento, a ideia é ter um pequeno espaço onde serão expostos produtos relacionados ao cuidado automotivo, que chamam atenção do cliente que gosta de cuidar do seu veículo, podendo fazer com que ele adquira esses produtos e gere maior receita à empresa.

6.1.3. Promoção

É de extrema importância para uma nova empresa que se está instalando em um novo local, que seja feita a elaboração de estratégias que atraiam clientes ao estabelecimento.

Kotler e Armstrong (2007), definem o objetivo da propaganda da seguinte forma:

É uma tarefa específica de comunicação a ser realizada para um público-alvo específico durante um período de tempo determinado. Os objetivos podem ser classificados de acordo com as principais finalidades: informar, persuadir ou lembrar.

Para a divulgação da Quality Lub, o empreendedor pretende realizar a distribuição de cartões e panfletos na região em que a empresa estará localizada, além de focar na divulgação pelo marketing digital, por meio de criação de páginas em redes sociais como Instagram e Facebook, a fim de estabelecer uma conexão mais efetiva e atrair novos clientes.

A Quality Lub, deseja fazer parcerias com motoristas de aplicativo, táxi e empresas que possuam pequenas frotas, as quais utilizam o veículo com maior frequência e conseqüentemente sempre necessitarão de serviços de revisão, para a fidelização a ideia é oferecer descontos progressivos de acordo com a frequência dos serviços. Para os clientes comuns a ideia é oferecer pequenos brindes como aromatizantes, chaveiros etc. para gerar um diferencial ao cliente.

6.1.5. Marca e logotipo

O objetivo da criação da marca, é representar o sinônimo de qualidade ao serviço que será realizado, lubrificação e revisão, por isso o nome Quality Lub. Já com relação ao logotipo, a ideia inicial foi deixá-lo simples, porém atraente e marcante, com a combinação de cores fortes vermelho e preto, além de contar com uma ilustração no centro, de um pistão (peça interna mecânica de um motor), e uma chave de serviço, que remete ao serviço de manutenção que será realizado pela empresa.

Na figura 8, tem-se a representação do logotipo da empresa.

Figura 8 - Logotipo Quality Lub Auto Center



Fonte: elaborado pelo autor (2023).

6.2. ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

A comercialização dos serviços da Quality Lub, será feita por meio presencial, onde os clientes levarão os veículos até o estabelecimento para a realização dos serviços, ou por meio do sistema “leva e traz”, onde um colaborador da empresa retira o veículo em um endereço previamente agendado e leva para o cliente após a realização do serviço. Já os agendamentos e orçamentos poderão ser realizados por meio presencial, telefônico, ou por WhatsApp onde o atendente passará todas as informações necessárias e tirará as dúvidas.

6.3. OBJETIVOS DE MARKETING

O principal objetivo de marketing para a Quality Lub é alcançar constante e indefinidamente nível de vendas a fim de suprir, com folga, os custos e despesas fixas e variáveis do negócio, permitindo a manutenção e crescimento da empresa no mercado. Como consequência, construir um público fiel à marca, se tornando uma empresa referência no seu setor de atuação.

6.4. MERCADO- ALVO

Proprietários(as), de veículos automotores de pequeno porte (carro, caminhoneta, caminhonete), sejam essas pessoas físicas ou jurídicas, que estão em busca de um autocentro que transmita confiança, gerada pela honestidade, seriedade, qualidade de peças e serviços, com preços justos alinhados ao mercado e que cumpra prazos, a fim de otimizar o já escasso tempo dos clientes, ou seja, sem necessidade de ter que ficar pesquisando em outros lugares.

7. PLANO OPERACIONAL

A fim de entender melhor o funcionamento da empresa, o plano operacional apresentará alguns pontos chaves, como o layout de maneira ilustrativa para o melhor entendimento, assim como uma explicação em detalhes sobre: capacidade produtiva, horários de funcionamento, disposição de colaboradores, equipamentos e tecnologia necessários para a operação, fluxograma dos processos de vendas e serviços.

7.1. LOCALIZAÇÃO

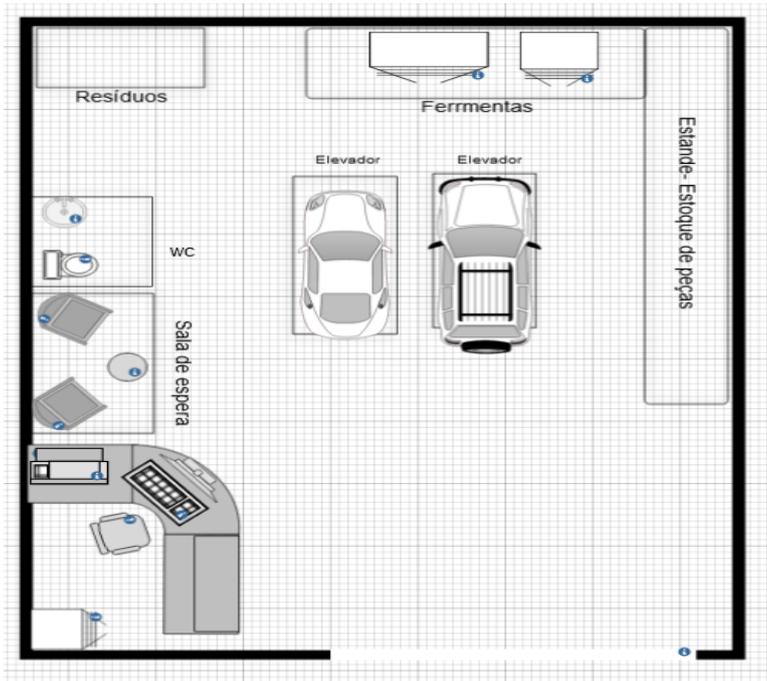
localização ainda não foi definida pelo empreendedor, a única definição é que a loja será situada na cidade de Hortolândia-SP, na região da Vila Real / Jd. das Colinas região de grande movimento e crescimento na cidade.

7.2. LAYOUT

A Quality Lub, necessitará de um espaço em torno de 80 m², para a instalação da loja, portanto serão procurados imóveis que possuem essa metragem em média.

A seguir na figura 9, segue a ilustração da projeção de layout interno da Quality Lub.

Figura 9 – Layout previsto da empresa



Fonte: elaborado pelo autor (2023).

7.3. CAPACIDADE PRODUTIVA

Segundo Moreira (2004), capacidade produtiva é a quantidade máxima de peças, produtos e/ou serviços que poderão ser produzidos em uma unidade produtiva, em um determinado intervalo de tempo.

A Quality Lub funcionará em horário comercial de segunda a sexta das 09:00h às 18:00h e aos sábados das 09:00 às 13:00. Inicialmente contará com um quadro enxuto de funcionários. Considerando esse fator e a infraestrutura disponível, estima-se que em média consiga-se atender no mês em torno de 213 serviços por mês, considerando todos os procedimentos, mais os serviços extras que vierem a surgir como troca de outros componentes, com média de 9 serviços diários, em 26 dias trabalhados por mês.

7.4. PROCESSO OPERACIONAL

O processo operacional de atendimento e serviço se iniciará de duas formas: chegada do cliente ao estabelecimento, ou agendamento prévio de serviço. O agendamento poderá ser feito de duas formas, o cliente poderá agendar o horário que ele deseja levar o seu veículo até a empresa ou poderá agendar a retirada do veículo por meio do sistema “leva e traz”, ambos agendamentos deverão ser feitos com antecedência de no mínimo 1 dia da realização do serviço para um melhor planejamento.

A seguir nas figuras 10 e 11, foram desenvolvidos dois fluxogramas com o objetivo de ilustrar os processos operacionais a serem adotados na empresa, sendo a figura 10 com agendamento prévio de serviço e na 11 sem agendamento.

Figura 10 - Fluxograma operacional de serviços com agendamento prévio.

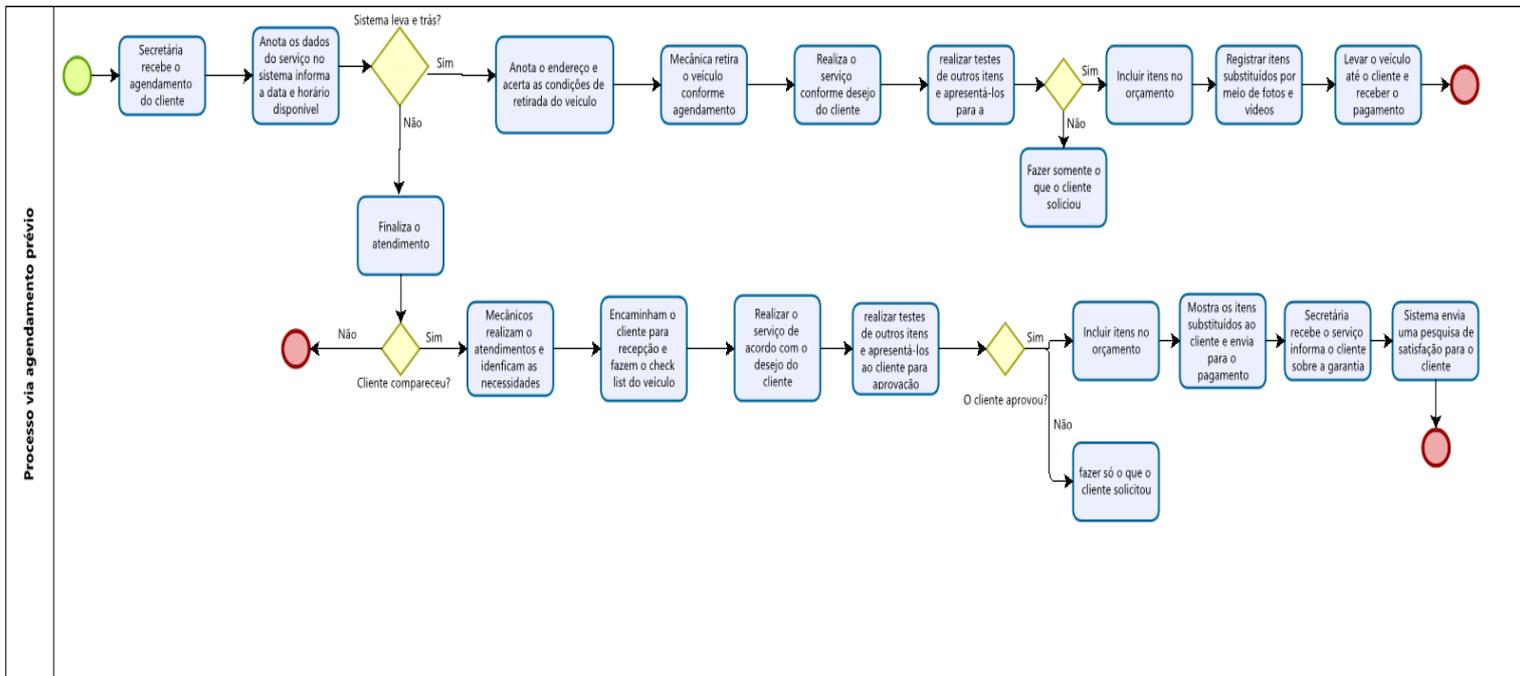
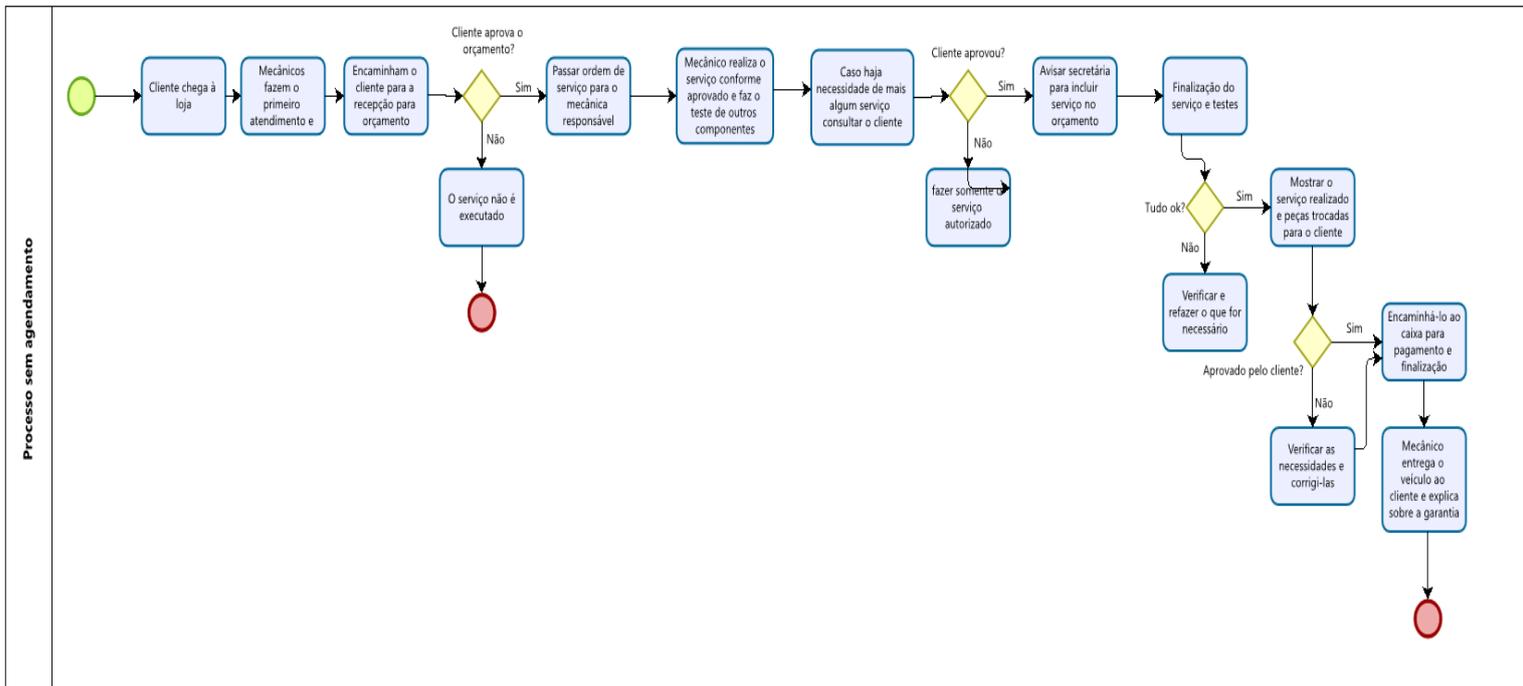


Figura 11 - Fluxograma operacional de prestação de serviço sem agendamento prévio



Fonte: Elaborado pelo autor via Bizagi Modeler. (2023)

7.5. QUADRO DE PESSOAL

Para o início da operação, estima-se a capacidade produtiva de 213 atendimentos por mês, serão necessários 2 mecânicos; 1 auxiliar administrativo; 1 supervisor. Sendo que o próprio empreendedor e sua esposa irão trabalhar no início das atividades, ele atuando como mecânico e supervisor, e ela como auxiliar administrativo, sendo inicialmente contratado apenas um mecânico de pátio, por questões de economia de recursos financeiros nessa etapa inicial do empreendimento.

O quadro 4, foi desenvolvido com o objetivo de mostrar o cargo/função de cada colaborador bem como suas respectivas atividades e requisitos.

Quadro 4 - Necessidade de mão-de-obra

Cargo/ Função/ Quantidade	Atividades	Exigências/ Características
(1) Auxiliar administrativo CBO: 4110-10	A profissional trabalhará em horário comercial. Suas principais atividades são recepcionar os clientes que vêm até o estabelecimento, realizar atendimentos telefônicos e pelo WhatsApp, gerenciar redes sociais, receber pagamentos, emitir notas fiscais e cuidar de planilhas referentes à rotina diária de trabalho. E controle de estoque no sistema	6 meses de experiência na função conhecimento intermediário no pacote Office e conhecimento de redes sociais. Curso profissionalizante na área administrativa. Ser honesta, atenciosa e responsável e dinâmica.
(1) Supervisor	O profissional trabalhará em horário comercial. Respondendo por todo o processo da loja, cuidando do serviço de pátio, realizando controle de compras e saídas de insumos, contato com fornecedores e atendimento de garantia aos clientes. E ajudar nos serviços mecânicos, supervisionar a equipe e resolução de problemas operacionais.	Conhecimento em gestão de empresarial e pessoas. CNH A/B Conhecimento em mecânica automotiva.
(2) Mecânico de automóveis CBO-9144-05	Os profissionais trabalharão em horário comercial. Serão responsáveis por realizar a manutenção nos veículos como troca fluídos, filtros, bateria etc. Responsável pela organização do pátio e ferramentas de trabalho. Dirigir veículos de clientes.	No mínimo 12 meses de experiência na função. CNH A/B, curso profissionalizante de mecânica de automotiva de preferência no SENAI. Ser honesto, atencioso e responsável e dinâmico.

Fonte: elaborado pelo autor. (2023)

O quadro de funcionários será readequado de acordo com a demanda de serviço, caso haja necessidade serão feitas novas contratações.

7.5.1. Remuneração e benefícios

Por meio de pesquisa realizada em 09 de fevereiro de 2023 no site salario.com.br para a cidade de Hortolândia/ SP, foram obtidas as seguintes informações de salários para cargos do auto center, conforme descrito na tabela 1.

Tabela 1 - Pesquisa salarial

Cargo	CBO	Salário base	Média	Máximo	Carga Horário
Mecânico de automóveis	9144-05	R\$1899,28	R\$1952,61	R\$2996,70	44h/semanais

Fonte: Portal salario.com.br. Acesso em fevereiro de 2023.

7.5.2. Política salarial

Na tabela 2, segue a política de remuneração da Quality Lub para o cargo de mecânico.

Tabela 2 - Política salarial adotada pela empresa.

Cargo	CBO	Salário	Benefícios
Mecânico de automóveis	9144-05	R\$2000,00	Vale transporte/ Vale refeição

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

8. PLANO FINANCEIRO

Nessa etapa do Plano de Negócio, serão demonstrados os investimentos fixos para a inicialização do negócio, além de projeções financeiras para demonstrar se a empresa é viável ou não.

Visando construir seu planejamento financeiro, A Quality Lub Auto Center realizou uma análise com o objetivo de mensurar os investimentos totais necessários para o início de suas atividades, e do fluxo de caixa para o negócio ter continuidade enquanto busca consolidação no mercado. Para tal, estimou-se uma média de atendimentos mensais, conforme tabela 3 a seguir. Essas médias foram obtidas por meio do estudo de mercado, utilizando-o para traçar o cenário provável de prestação de serviços. Na tabela 3, tem-se a média prevista de prestação de serviços mensais da empresa.

Tabela 3 - Média mensal de prestação de serviços.

Serviço	Quantidade média mensal (26 dias)
Troca de óleo e filtro de óleo	60
Troca de óleo e todos os filtros (óleo, ar e combustível).	50
Troca de óleo de câmbio automático	8
Higienização de ar-condicionado	25
Troca de fluido de arrefecimento	15
Troca de fluido de freio	15
Troca de Lâmpadas	40
Total	213

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

8.1. ESTIMATIVA DE INVESTIMENTOS FIXOS

Segundo Sebrae (2013, p.79), investimento fixo corresponde a todos os bens que você deve comprar para que seu negócio possa funcionar de maneira apropriada. Diante disso, os investimentos fixos são aqueles necessários para iniciar a operação

da empresa como: equipamentos, máquinas, móveis, utensílios, ferramentas, veículos etc.

Os investimentos fixos da empresa podem ser verificados na tabela 4.

Tabela 4 - Investimentos fixos iniciais

Investimentos Fixos iniciais	Valor (R\$)
Elevador para carros (2 unid.)	R\$ 14.000,00
Ferramentas	R\$ 16.000,00
Mobiliário e itens de escritório	R\$ 6.000,00
Equipamentos eletroeletrônicos (celular, impressora, cafeteira etc.)	R\$ 2.000,00
Investimento fixo total	R\$ 38.000,00

Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2023).

Os investimentos fixos iniciais, têm como objetivo equipar o auto center para o início das operações, capacitando a empresa a receber os veículos e possuir uma estrutura apta para a realização do trabalho.

Os equipamentos, ferramentas a serem adquiridos serão ilustrados no **apêndice A**.

8.2. ESTOQUE INICIAL

O estoque inicial de matéria-prima para a realização dos serviços foi definido de acordo com a média de prestação de serviços apresentada na tabela 3, além de considerar os itens que devem possuir maior rotatividade dentro do rol de prestação de serviços da Quality Lub. Na tabela 5 estão descritos os itens e seus valores de aquisição.

Tabela 5 - Estoque inicial de matéria-prima

Matéria-prima	Valor unitário médio (R\$)	Qtde.	Valor total (R\$)
Caixa de óleo 5W30 c/ 24 unid.	R\$ 900,00	4	R\$ 3.600,00
Caixa de óleo 10w30 c/24 unid.	R\$ 750,00	3	R\$ 2.250,00
Caixa de óleo 15W40 c/ 24 unid.	R\$ 650,00	3	R\$ 1.950,00
Caixa de óleo 20W50 c/ 24 unid.	R\$ 520,00	4	R\$ 2.080,00
Filtro de óleo vários modelos (valor médio)	R\$ 15,00	192	R\$ 2.880,00
Filtro de combustível vários modelos	R\$13,00	50	R\$ 650,00
Filtro de ar vários modelos (valor médio)	R\$ 22,00	50	R\$1.100,00
Filtro de cabine	R\$ 8,00	25	R\$200,00
Fluído Câmbio automático Dexron VI caixa 36 unidades	R\$ 1.500,00	1	R\$ 1.500,00
Caixa Fluído de arrefecimento c/ 12 unid.	R\$ 150,00	2	R\$ 300,00
Caixa Fluído de freio c/ 12 unid.	R\$ 255,00	2	R\$ 510,00
Higienizador de ar-condicionado 5 litros	R\$ 100,00	3	R\$ 300,00
Lâmpadas diversas	R\$ 10,00	40	R\$ 400,00
Valor total			R\$ 17.720,00

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

8.3. CAPITAL DE GIRO

O Capital de giro, é o recurso financeiro que é utilizado para arcar com as necessidades da empresa, tais como compra de matéria-prima, pagamento de despesas e financiamento de vendas a prazo. Segundo o Sebrae (2013, p.69), para a sua determinação é devem ser realizados os seguintes passos:

8.3.1. Caixa mínimo

O caixa mínimo representa o valor que empresa necessita ter para suprir seus custos, enquanto o valor das vendas a prazo a receber não estão disponíveis no caixa de empresa.

Na tabela 6, tem-se o 1º passo: contas a receber – cálculo do prazo médio de recebimento das vendas.

Tabela 6 - Prazo médio de recebimento de vendas

Prazo	(%)	Nº de dias	Média em dias
À vista	50	0	0
A prazo	50	30	15
A prazo médio total			15 dias

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

8.3.2. Fornecedores

Na tabela 7, tem-se o 2º passo: Fornecedores – cálculo do prazo médio para pagamento de compras.

Tabela 7 - Prazo médio de compras

Prazo	(%)	Nº de dias	Média em dias
À vista	33,33	0	0
A prazo (1)	33,33	30	10
A prazo (2)	33,33	60	20
A prazo médio total			30 dias

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

8.3.3. Estoques

Na tabela 8, tem-se o 3º passo: Estoques – cálculo da necessidade de estoque

Tabela 8 - Necessidade média de estoque

	Nº de dias
Necessidade de estoques	30

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

8.3.4. Necessidade de capital de giro em dias

Na tabela 9, tem-se o 4º passo: cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias.

Tabela 9 - Necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Nº de dias
1.Contas a receber – prazo médio de vendas	15
2. Estoques – necessidade média de estoques	30
Subtotal (item 1 + item 2)	45
Recursos de terceiros no caixa da empresa	Nº de dias
3.Fornecedores- prazo médio de compras	30
Subtotal 2 (item 3)	30
Necessidade líquida de capital de giro (subtotal 1 - subtotal 2)	15

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Após a realização desses passos, é possível realizar a projeção do caixa mínimo, nesse estarão presentes valores referentes ao custo fixo, variável e total da empresa, bem como a quantidade de dias de necessidade líquida de capital de giro.

8.3.5. Caixa mínimo necessário

Na tabela 10, mostra-se o valor de caixa mínimo necessário.

Tabela 10 - Caixa mínimo necessário

Custo fixo mensal	R\$ 12.523,45
Custo variável mensal	R\$ 7.727,05
Custo total da empresa	R\$ 20.250,50
Custo total diário	R\$ 675,01
Necessidade líquida de capital de giro em dias	15
Caixa mínimo	R\$10.125,25

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

8.3.6. Capital de giro necessário

Para a determinação do capital de giro, somou-se o valor do estoque inicial com o do caixa mínimo, como pode ser observado na tabela 11.

Tabela 11 - Capital de giro necessário

Descrição	Valor
A – Estoque inicial	R\$ 17.720,00
B – Caixa mínimo	R\$ 10.125,25
Total do capital de giro A+B	R\$ 27.845,25

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

8.4. INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Os investimentos pré-operacionais, são os gastos realizados antes do início de atividade da empresa, isto é, antes que ela inicie suas operações (SEBRAE, 2013, p.78). Dentre esses gastos destacam-se, reformas e adequações, documentação para abertura da empresa e regularização. Na tabela 12, estão descritos os gastos iniciais com seus devidos valores.

Tabela 12 - Investimentos pré-operacionais

Investimentos pré-operacionais	Valor (R\$)
Documentação para abertura da empresa	R\$ 1.500,00
Divulgação e marketing (online/offline)	R\$ 2.500,00
Reforma e adequação do salão	R\$ 10.000,00
Investimento total	R\$ 14.000,00

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

8.5. INVESTIMENTO TOTAL

As análises e cálculos realizados a fim de demonstrar os investimentos totais e fonte se recursos da Quality Lub Auto center, podem ser verificados nas tabelas 13 e 14.

Tabela 13 - Investimento total

Investimentos	Valor (R\$)	(%)
Investimentos fixos iniciais	R\$ 38.000,00	47,50%
Capital de giro	R\$ 28.000,00	35,00%
Investimentos pré-operacionais	R\$ 14.000,00	17,50%
Investimento total	R\$ 80.000,00	100,0%

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Tabela 14 - Fonte de recursos.

Fonte de recursos	Valor (R\$)	(%)
Recursos próprios	R\$ 70.000,00	87,50%
Recursos de terceiros	R\$ 10.000,00	12,50%
Outras fontes	R\$ -	0,0%
Investimento total	R\$ 80.000,00	100,0%

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Avaliando os dados presentes nas tabelas, é possível observar que a maior parte dos investimentos está associado a investimentos fixos iniciais, correspondendo a 47,50% do investimento total, já o capital de giro corresponde a cerca de 35,00% do total sendo o segundo maior montante.

No que se refere a fonte de recursos para o início da operação, o sócio terá cerca de 87,50% do investimento total será por meio de recursos próprios e 12,50% desses recursos, correspondente ao valor de R\$10.000,00 serão obtidos de terceiros, por meio de empréstimo em uma instituição bancária, com taxa de juros de 1,49% a.m. divididos em 24 parcelas de R\$ 498,66.

8.6. ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL CENÁRIO PROVÁVEL.

Na tabela 15, tem-se a estimativa de faturamento mensal.

Tabela 15 – Estimativa de faturamento mensal.

Serviço	Qtde. mensal	Preço de venda médio*	Faturamento Mensal
Troca de óleo + Filtro de óleo	60	R\$ 240,00	R\$ 14.400,00
Troca de óleo + 3 filtros (ar, óleo, combustível).	50	R\$ 350,00	R\$ 17.500,00
Troca de fluido de câmbio automático + filtro	8	R\$1.250,00	R\$ 10.000,00
Higienização de ar-condicionado + troca do filtro de cabine	25	R\$ 180,00	R\$ 4.500,00
Troca de fluido de arrefecimento	15	R\$ 190,00	R\$ 2.850,00
Troca de fluido de freio	15	R\$ 100,00	R\$ 1.500,00
Palhetas (par)	20 (pares)	R\$75,00	R\$ 1.500,00
Aromatizante	20	R\$ 12,00	R\$ 240,00
Lâmpadas	40	R\$ 20,00	R\$ 800,00
Total			R\$ 53.290,00

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Conforme descrito na tabela 15, os serviços de troca de óleo mais filtros e fluido de transmissão automática representam o maior volume de faturamento da empresa. O preço de venda foi descrito com a informação (médio), devido à grande variedade de modelos de óleos e filtros existentes no mercado, alterando a aplicação e o preço de acordo com o ano e modelo do veículo. Para chegar no valor médio foi feita uma média dos valores de cada produto, usando os valores extremos, ou seja, o valor do óleo mais caro e o mais barato encontrado em orçamentos.

8.7. CUSTO UNITÁRIO E APURAÇÃO DO CUSTO POR SERVIÇO VENDIDO – (CSV)

A seguir na tabela 16, apresenta-se a relação de cada matéria-prima necessária para a realização dos serviços da empresa, assim como o CSV - Custo por Serviço Vendido o para o cenário provável.

Tabela 16 - Custo por serviço vendido (CSV).

Serviço	Matéria-prima	Custo unitário médio* em (R\$)	Consumo por serviço	Custo total por serviço em (R\$)
Troca de óleo + Filtro de óleo	Óleo	R\$30,00	4 (litros)	R\$ 135,00
	Filtro e óleo	R\$15,00	1	
Troca de óleo + 3 filtros (ar, óleo, combustível).	Óleo	R\$30,00	4 (litros)	R\$ 170,00
	Filtro (óleo, ar, combustível)	R\$50,00	1	
Troca de fluido de câmbio automático+ filtro	Óleo de transmissão	R\$ 64,00	8 (litros)	R\$ 612,00
	Filtro	R\$ 100,00	1	
Higienização de ar-condicionado + troca do filtro de cabine	Higienizador bactericida	R\$30,00	1	R\$42,00
	Filtro de cabine	R\$12,00	1	
Troca de fluido de arrefecimento	Aditivo para radiador	R\$18,00	2	R\$46,00
	Água desmineralizada	R\$2,50	4	
Troca de fluido de freio	Fluido DOT 4	R\$15,00	2 x (500ml)	R\$30,00
Venda de acessórios (paletas, aromatizantes lâmpadas.)	Palhetas	R\$ 38,00	1(par)	R\$38,00
	Aromatizante	R\$6,00	1	R\$6,00
	Lâmpadas	R\$10,00	1	R\$10,00

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Na tabela 17, apresenta-se a apuração do custo unitário e total por serviço vendido no cenário provável.

Tabela 17 - Apuração do custo unitário e total por serviço vendido CSV – variável

Cenário provável - mensal			
Serviço	Qtde.	Custo por serviço	Custo total
Troca de óleo + Filtro de óleo	60	R\$ 135,00	R\$ 8.100,00
Troca de óleo + 3 filtros (ar, óleo, combustível).	50	R\$ 170,00	R\$ 8.500,00
Troca de fluido de câmbio automático+ filtro	8	R\$ 612,00	R\$ 4.896,00
Higienização de ar-condicionado + troca do filtro de cabine	25	R\$ 42,00	R\$ 1.050,00
Troca de fluido de arrefecimento	15	R\$ 46,00	R\$ 690,00
Troca de fluido de freio	15	R\$ 30,00	R\$ 450,00
Palhetas (par)	20	R\$ 38,00	R\$ 760,00
Aromatizante	20	R\$ 6,00	R\$ 120,00
Lâmpadas	40	R\$ 10,00	R\$ 400,00
Total			R\$ 24.966,00

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Diante o cenário presente nas tabelas 16 e 17, observa-se que os custos atrelados ao serviço vendido estão associados exclusivamente à matéria-prima, os custos com mão-de-obra e depreciação dos equipamentos serão classificados como custos fixos a seguir. No cenário provável, prestando essa quantidade de serviços esperada, o CSV apurado ficou em R\$ 24.966,00.

8.8. CUSTO VARIÁVEL DE COMERCIALIZAÇÃO (CV) CENÁRIO PROVÁVEL.

Na tabela 18, tem-se o custo de comercialização variável no cenário provável.

Tabela 18 - Estimativa de custo de comercialização do cenário provável

Cenário Provável			
Descrição	%	Faturamento estimado (mensal)	Custo total
Impostos			
Simplex Nacional	13,5%	R\$ 53.290,00	R\$ 7.194,15
Subtotal Impostos			R\$ 7.194,15
Gastos com Vendas			
Taxa do Cartão de crédito (50% faturamento)	2,00%	R\$ 26.645,00	R\$ 532,90
Subtotal gastos com vendas			R\$ 532,90
TOTAL			R\$7.727,05

Fonte: elaborado pelo próprio autor. (2023)

Como custo de venda com impostos, tem-se a alíquota do Simplex Nacional de 13,5% correspondente à faixa 4, conforme figura 3. Como gastos com vendas, foi provisionado que cerca de 50% do faturamento mensal da empresa será por meio de pagamentos com cartões de crédito, incidindo uma taxa média de cobrança por compra de cerca de 2,00% de acordo com consulta nas principais empresas que atuam no segmento, para o cálculo foi utilizado o valor de 50% de faturamento, correspondente à R\$ 26.645,00, gerando um custo de R\$ 532,90.

8.9. CUSTO DA MÃO-DE-OBRA (MO)

Na tabela 19, tem-se o custo com mão-de-obra mensal.

Tabela 19 - Custo de mão-de-obra (MO)

Custo MDO			
Descrição	Qtde.	Salário (R\$)	Custo Total (R\$)
Mecânico	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Subtotal salários		-	R\$ 2.000,00
Encargos (45%)	1	R\$ 900,00	R\$ 900,00
Vale transporte	1	R\$ 244,80	R\$ 244,80
Vale Refeição	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Subtotal Custo MDO			R\$ 3.444,80
Total			R\$ 3.444,80

Fonte: elaborado pelo autor (2023)

Em relação ao custo de mão-de-obra a empresa iniciará as suas atividades com um mecânico contratado para o serviço, a outra vaga de mecânico e a vaga supervisor ficarão a cargo do próprio sócio no início das operações, já a vaga de auxiliar administrativo ficará a cargo da esposa do proprietário, esses serão remunerados por meio de pró-labore.

8.10. CUSTO DE DEPRECIAÇÃO

A empresa possuirá equipamentos passíveis de depreciação para sua operação, se torna importante o cálculo desse custo no plano financeiro da empresa. Em consulta ao site da Secretaria da Fazenda do estado de São Paulo (2023), obteve-se o valor de taxa de depreciação de 10% para máquinas e ferramentas.

Os custos de depreciação dos equipamentos da empresa podem ser verificados na tabela 20.

Tabela 20 - Custos da depreciação

Custo da depreciação			
Item	Tx. Depreciação	Depreciação anual	Depreciação mensal
Elevador de carros	10%	R\$ 1.400,00	R\$ 116,66
Ferramentas	10%	R\$ 1.600,00	R\$ 133,33
Total		R\$ 2.999,88	R\$ 249,99

Fonte: elaborado pelo autor. (2023).

8.11. CUSTO TOTAL MENSAL

Segue detalhada na tabela 21 a relação dos custos fixos e variáveis mensais.

Tabela 21 - Composição dos custos fixos e variáveis mensal

Descrição	Custo mensal
Custo variável matéria-prima	R\$ 24.966,00
Custo fixo folha de pagamento	R\$ 3.444,80
Custo fixo depreciação	R\$ 269,58
Total	R\$ 28.680,38

Fonte: elaborado pelo autor. (2023)

A composição das despesas fixas mensais pode ser observada na tabela 22.

Tabela 22 – Despesas fixas operacionais mensais

Descrição	Valor mensal
Despesas gerais e administrativas	--
Aluguel	R\$ 2.800,00
IPTU	R\$ 350,00
Energia	R\$ 400,00
Água	R\$ 140,00
Telefone e internet	R\$ 200,00
Material de limpeza	R\$ 140,00
Seguro	R\$ 450,00
Contador	R\$ 200,00
Prolabore sócios	R\$ 3.000,00
Despesas com Marketing	R\$ 350,00
Outras despesas operacionais	R\$ 200,00
Aluguel máquina de cartão	R\$ 100,00
Combustível	R\$ 200,00
Empréstimo (banco)	R\$ 498,66
Total	R\$ 8.828,66

Fonte: elaborado pelo autor. (2023)

8.12. DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS – DRE

Na tabela 23, apresenta-se a DRE anual do cenário provável.

Tabela 23 - Demonstração de Resultados – DRE cenário provável anual

Descrição	Valor anual em (R\$)
Receita bruta dos serviços prestados/vendas	= R\$ 639.480,00
Custo variável taxa de Cartão de crédito	- R\$ 6.394,80
Receita líquida dos serviços prestados/ vendas	=R\$ 633.085,20
Custo variável matéria-prima	-R\$ 299.592,00
Custo fixo – folha de pagamento	-R\$ 41.337,60
Custo fixo – depreciação	-R\$ 2.999,88
Lucro bruto	=R\$ 289.155,72
Custo fixo- Despesas gerais e administrativas	-R\$ 105.943,92
Lucro antes dos impostos	=R\$ 183.211,80
Impostos - Alíquota 13,5%	-R\$ 86.329,80
Lucro líquido do Exercício	=R\$ 96.882,00

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Analisando a Demonstração de Resultados (DRE) anual da empresa no cenário provável, tem-se o faturamento anual no 1º ano de atividade de R\$ 639.480,00. O lucro líquido do exercício no período é R\$ 96.882,00, representando cerca de 15,15% da receita líquida bruta.

8.13. INDICADORES DE VIABILIDADE

A seguir são apresentados os indicadores de viabilidade da Quality Lub.

Legenda:

CF= Custo Fixo

MC= Margem de contribuição

CV= Custo variável

PE= Ponto de equilíbrio

RB= Receita Bruta

IN= Investimento inicial

LL= Lucro líquido

8.13.1. Margem de contribuição e ponto de equilíbrio

Cálculo da margem de contribuição e ponto de equilíbrio da Quality Lub.

$$MC = \frac{RB - CV}{RB} \rightarrow MC = \frac{639.480,00 - 392.316,60}{639.480,00}$$

$$MC = 0,38 = 38,66 \% \text{ ao ano.}$$

$$PE = \frac{CF}{MC} \rightarrow PE = \frac{150.281,40}{0,38}$$

PE= 388.826,39 anual

PE mensal= 388.826,39 / 12= R\$ 32.402,19 (aproximado)

O ponto de equilíbrio é o valor de vendas no qual a receita se iguala a soma dos custos fixos mais custos variáveis, sendo o lucro igual a zero. Para que a empresa tenha o lucro igual a zero precisa vender o valor de R\$ 32.402,19 ao mês em serviços o que dá em média 129 serviços por mês, e R\$ 388.826,39 anual.

8.13.2. Taxa de lucratividade

Cálculo da taxa de lucratividade

Taxa de lucratividade= $LL / RB * 100$

Taxa de lucratividade= $96.882,00 / 639.480,00 * 100$

Taxa de lucratividade= 15,15 % ao ano e 1,26 ao mês.

8.13.3. Taxa de rentabilidade

Rentabilidade= $LL / IN * 100 \rightarrow$ Rentabilidade= $96.882,00 / 80.000,00 * 100$

Rentabilidade = 121,10 % ao ano e 10,09 % ao mês.

8.13.4. Retorno sobre o patrimônio líquido – (ROE)

ROE= $LL / IN * 100$

ROE= $96.882,00 / 80.000,00 * 100$

ROE= 121,10 % ao ano

8.13.5. Taxa de retorno do investimento – (ROI)

ROI= $(LL - IN) * 100 / IN$

ROI = $(96.882,00 - 80.000,00) * 100 / 80.000$

ROI= 21,10 %

8.13.6. Prazo de retorno do investimento – *payback*

Diante do atual contexto econômico investir em um novo empreendimento é algo que deve ser profundamente estudado. Para tanto devemos calcular o tempo que levará para o retorno de investimento (*payback*), sendo este importante para analisar a viabilidade do investimento.

$$\text{Payback} = \text{IN} / \text{LL}$$

$$\text{Payback} = 80.000,00 / 96.882,00$$

$$\text{Payback} = 0,8257 \text{ ano ou } 9 \text{ meses e } 28 \text{ dias.}$$

É previsto que em 9 meses e 28 dias o investidor recuperará o valor investido.

Na tabela 24, tem-se os indicadores de viabilidade no cenário provável.

Tabela 24 - Indicadores de viabilidade cenário provável.

Margem de contribuição	38,66 %
Ponto de equilíbrio	R\$ 388.826,39 ao ano R\$ 32.402,19 ao mês
Taxa de lucratividade	15,15 % ao ano
Taxa e rentabilidade	121,10 % ao ano
Retorno sobre o patrimônio líquido (ROE)	121,10 % ao ano
Taxa de retorno do investimento (ROI)	21,10% ao ano
Payback simples	9 meses 28 dias

Fonte: elaborado pelo autor. (2023)

9. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

De acordo com o Sebrae (2013, p. 150), construir cenários é simular diversas situações que podem ocorrer na empresa, sejam elas otimistas ou pessimistas. O cenário otimista representa um ambiente favorável, onde as metas são superadas. Já o cenário pessimista representa um ambiente desafiador, seja por crise econômica ou início da empresa em que o volume de vendas é menor, com menor lucro, nos dois casos são elaborados planos de ação para que a empresa trabalhe da melhor maneira possível.

9.1. CENÁRIO OTIMISTA

Para a projeção do cenário otimista da empresa, considerou-se um aumento de 30% nas vendas em relação ao cenário provável, como pode ser observado na tabela 25.

Tabela 25 - Faturamento mensal cenário otimista

Serviço	Qtde. mensal	Preço de venda médio*	Faturamento Mensal
Troca de óleo + Filtro de óleo	78	R\$ 240,00	R\$ 18.720,00
Troca de óleo + 3 filtros (ar, óleo, combustível).	65	R\$ 350,00	R\$ 22.750,00
Troca de fluido de câmbio automático + filtro	11	R\$1.250,00	R\$ 13.750,00
Higienização de ar-condicionado + troca do filtro de cabine	33	R\$ 180,00	R\$ 5.940,00
Troca de fluido de arrefecimento	20	R\$ 190,00	R\$ 3.800,00
Troca de fluido de freio	20	R\$ 100,00	R\$ 2.000,00
Palhetas (par)	26 (pares)	R\$75,00	R\$ 2.000,00
Aromatizante	26	R\$ 12,00	R\$ 312,00
Lâmpadas	52	R\$ 20,00	R\$ 1.040,00
Total			R\$ 70.312,00

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Na tabela 26, será apresentado o custo por serviço vendido (CSV) no cenário otimista.

Tabela 26 - Apuração CSV variável cenário otimista

Serviço	Qtde. mensal	Custo por serviço	Custo total
Troca de óleo + Filtro de óleo	78	R\$ 135,00	R\$ 10.530,00
Troca de óleo + 3 filtros (ar, óleo, combustível).	65	R\$ 170,00	R\$ 11.050,00
Troca de fluido de câmbio automático + filtro	11	R\$ 612,00	R\$ 6.732,00
Higienização de ar-condicionado + troca do filtro de cabine	33	R\$ 42,00	R\$ 1.386,00
Troca de fluido de arrefecimento	20	R\$ 46,00	R\$ 920,00
Troca de fluido de freio	20	R\$ 30,00	R\$ 600,00
Palhetas (par)	26 (pares)	R\$ 45,50	R\$ 1.183,00
Aromatizante	26	R\$ 6,00	R\$ 156,00
Lâmpadas	52	R\$ 10,00	R\$ 520,00
Total			R\$ 33.077,00

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Na tabela 27, será apresentado a Estimativa de custo de comercialização para o cenário otimista.

Tabela 27 - Estimativa de custo de comercialização cenário otimista

Cenário Otimista			
Descrição	%	Faturamento estimado (mensal)	Custo total
Impostos			
Simplex Nacional	13,5%	R\$ 70.312,00	R\$ 9.492,12
Subtotal Impostos			R\$ 9.492,12
Gastos com Vendas			
Taxa do Cartão de crédito (50% faturamento)	2,00%	R\$ 24.140,70	R\$ 482,81
Subtotal gastos com vendas			R\$ 482,81
TOTAL			R\$ 9.974,93

Fonte: elabora pelo autor (2023).

Na tabela 28, será apresentada a DRE para o cenário otimista.

Tabela 28 - DRE cenário otimista anual

Descrição	Valor anual em (R\$)
Receita bruta dos serviços prestados/vendas	= R\$ 843.744,00
Custo variável Taxa de Cartão de crédito	- R\$ 5.781,72
Receita líquida dos serviços prestados/ vendas	=R\$ 837.962,28
Custo variável matéria-prima	-R\$ 396.924,00
Custo fixo – folha de pagamento	-R\$ 41.337,60
Custo fixo – depreciação	-R\$ 2.999,88
Lucro bruto	=R\$ 396.700,80
Custo fixo- Despesas gerais e administrativas	-R\$ 105.943,92
Lucro antes dos impostos	=R\$ 290.756,88
Impostos - Alíquota 13,5%	-R\$ 113.905,44
Lucro Líquido do Exercício	=R\$ 176.841,44

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Analisando a Demonstração de Resultados (DRE) anual da empresa no cenário otimista estipulado, tem-se o faturamento anual no 1º ano de R\$ 843.744,00. O lucro líquido do exercício no período é R\$ 176.841,44 representando cerca de 20,96% da receita líquida bruta.

Caso essa estimativa se concretize, será necessário contratar mais um funcionário para atender a demanda de serviço, o que vai gerar um custo maior com mão-de-obra, diminuindo o lucro líquido.

9.1.1. Indicadores de viabilidade cenário otimista

Na tabela 29, apresenta-se os indicadores de viabilidade econômica do cenário otimista.

Tabela 29 - Indicadores de viabilidade econômica cenário otimista

Margem de contribuição	38,77%
Ponto de equilíbrio	R\$ 387.622,90 ao ano R\$ 32.301,90 ao mês
Taxa de lucratividade	20,96% ao ano
Taxa e rentabilidade	221,05% ao ano
Retorno sobre o patrimônio líquido (ROE)	221,02% ao ano
Taxa de retorno do investimento (ROI)	121,05% ao ano
Payback simples	5 meses e 13 dias

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

9.2. CENÁRIO PESSIMISTA

Para projeção do cenário pessimista, considerou-se uma queda nas vendas de 30% em relação ao cenário provável. Na tabela 30, será apresentado o faturamento mensal no cenário pessimista.

Tabela 30 - Faturamento mensal cenário pessimista

Serviço	Qtde. mensal	Preço de venda médio*	Faturamento Mensal
Troca de óleo + Filtro de óleo	42	R\$ 240,00	R\$ 10.080,00
Troca de óleo + 3 filtros (ar, óleo, combustível).	35	R\$ 350,00	R\$ 12.250,00
Troca de fluido de câmbio automático + filtro	6	R\$1.250,00	R\$ 7.500,00
Higienização de ar-condicionado + troca do filtro de cabine	18	R\$ 180,00	R\$ 3.240,00
Troca de fluido de arrefecimento	11	R\$ 190,00	R\$ 2.090,00
Troca de fluido de freio	11	R\$ 100,00	R\$ 1.100,00
Palhetas (par)	14 (pares)	R\$75,00	R\$ 1.050,00
Aromatizante	14	R\$ 12,00	R\$ 168,00
Lâmpadas	28	R\$ 20,00	R\$ 560,00
Total			R\$ 38.038,00

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Na tabela 31, apresenta-se o custo por serviço vendido (CSV) no cenário pessimista.

Tabela 31 - Custo CSV cenário pessimista.

Serviço	Qtde. mensal	Preço de venda médio*	Faturamento Mensal
Troca de óleo + Filtro de óleo	42	R\$ 135,00	R\$ 5.670,00
Troca de óleo + 3 filtros (ar, óleo, combustível).	35	R\$ 170,00	R\$ 5.950,00
Troca de fluido de câmbio automático + filtro	6	R\$612,00	R\$ 3.672,00
Higienização de ar-condicionado + troca do filtro de cabine	18	R\$ 42,00	R\$ 756,00
Troca de fluido de arrefecimento	11	R\$ 46,00	R\$ 506,00
Troca de fluido de freio	11	R\$ 30,00	R\$ 330,00
Palhetas (par)	14 (pares)	R\$ 45,50	R\$ 637,00
Aromatizante	14	R\$ 6,00	R\$ 84,00
Lâmpadas	28	R\$ 10,00	R\$ 280,00
Total			R\$ 17.885,00

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Na tabela 32, apresenta-se a estimativa de custo de comercialização para o cenário pessimista.

Tabela 32 - Estima do custo de comercialização cenário otimista

Cenário Otimista			
Descrição	%	Faturamento estimado (mensal)	Custo total
Impostos			
Simples Nacional	13,5%	R\$ 38.038,00	R\$ 5.135,13
Subtotal Impostos			R\$ 5.135,13
Gastos com Vendas			
Taxa do Cartão de crédito (50% faturamento)	2,00%	R\$ 19.019,00	R\$ 380,38
Subtotal gastos com vendas			R\$ 380,38
TOTAL			R\$ 5.515,51

Fonte: elaborado pelo autor.

A seguir na tabela 33, apresenta-se a DRE anual para o cenário pessimista.

Tabela 33 - DRE cenário pessimista anual

Descrição	Valor anual em (R\$)
Receita bruta dos serviços prestados/vendas	= R\$ 456.456,00
Custo variável Taxa de Cartão de crédito	- R\$ 4.564,56
Receita líquida dos serviços prestados/ vendas	=R\$ 451.891,44
Custo variável matéria-prima	-R\$ 214.620,00
Custo fixo – folha de pagamento	-R\$ 41.337,60
Custo fixo – depreciação	-R\$ 2.999,88
Lucro bruto	=R\$ 192.933,96
Custo fixo- Despesas gerais e administrativas	-R\$ 105.943,92
Lucro antes dos impostos	=R\$ 86.990,04
Impostos - Alíquota 13,5%	-R\$ 61.621,56
Lucro Líquido do Exercício	=R\$ 25.368,48

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Analisando a Demonstração de Resultados (DRE) anual da empresa no cenário pessimista, tem-se o faturamento anual no 1º ano de atividade de R\$ 456.456,00. O lucro líquido do exercício no período é R\$ 25.368,48 representando cerca de 5,56 % da receita líquida bruta.

Neste cenário observa-se que apesar da empresa obter lucro bruto, esse se encontra em patamar baixo, sendo necessário ações para contenção de despesas e fortalecimento de campanhas de marketing e promoções para atrair clientes e aumentar a quantidade de serviços prestados.

9.2.1. Indicadores de viabilidade cenário pessimista

A seguir na tabela 34, apresenta-se os indicadores de viabilidade econômica do cenário pessimista.

Tabela 34 - Indicadores de viabilidade econômica cenário pessimista

Margem de contribuição	38,48 %
Ponto de equilíbrio	R\$ 390.544,17 ao ano R\$ 32.545,34 ao mês
Taxa de lucratividade	5,56 % ao ano
Taxa e rentabilidade	31,71 % ao ano
Retorno sobre o patrimônio líquido (ROE)	31,71 % ao ano
Taxa de retorno do investimento (ROI)	-68,29% ao ano (1° ano)
Payback simples	3 anos 4 meses 18 dias

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

10. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

10.1. ANÁLISE SWOT

Segundo Schermerhorn (2006 p. 72), “análise SWOT examina os pontos fracos e os pontos fortes da organização, bem como as oportunidades e as ameaças do ambiente., ou seja, a partir dela, é possível desenvolver estratégias e avaliar a situação da empresa no geral.

Os principais fatores que influenciam no mercado de um auto center são: atendimento, qualidade do serviço prestado, conhecimento técnico, diferencial competitivo e preço. Contudo existem outros fatores que podem influenciar na ascensão do negócio. O quadro 5, representa a análise SWOT da Quality Lub Auto Center.

Quadro 5 - Análise SWOT

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> - Atendimento - Conhecimento técnico - Transparência - Agilidade - Oferta de serviço diferenciado 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de experiência do empreendedor no ramo de negócios - Baixa qualificação de profissionais no mercado. - Análise de dados do negócio ainda em fase inicial - Controle de estoque de peças, devido à grande variedade de modelos de veículos existentes no mercado.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Forte crescimento populacional e econômico da cidade de Hortolândia - Poucas empresas do ramo na cidade - Setor econômico considerado básico e essencial para consumidores, onde a maioria da população possui carro que necessitam de serviços de manutenção. 	<ul style="list-style-type: none"> - Crescimento da concorrência, gerando guerra de preços - Disputa com o mercado de vendas online, onde são encontrados melhores preços de peças - Legislação ambiental cada vez mais exigente no que tange, por exemplo, a armazenagem e destinação de resíduos de óleos lubrificantes e peças. - Concorrência com maior tempo de mercado e conhecimento da praça.

Fonte: elaborado pelo autor. (2023).

11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após análise dos estudos e cenários financeiros realizados para a conclusão desse plano de negócios, é possível identificar que a implementação da Quality Lub Auto Center é viável e promissora, em um mercado que apesar de concorrido, carece de empresas no ramo que tenham o compromisso de oferecer serviços de qualidade e excelência aos seus clientes. O aumento expressivo e envelhecimento da frota de veículos no Brasil nos últimos anos, reforça a ideia de que o serviço de reparação automotiva se torna essencial, já que o veículo necessita de manutenções regulares para o seu bom funcionamento. Levando em consideração esses fatores apresentados, a implementação desse negócio se faz viável, isso é demonstrado por meio do projeto inicial e também na projeção de cenários financeiros, o qual todos apresentam lucro.

De acordo com dados obtidos por meio da DRE e indicadores de viabilidade, observa-se que probabilidade de sucesso do negócio se sobrepõe ao de fracasso. Contudo, se faz necessário ressaltar que o papel do gestor é administrar os riscos da melhor maneira, e sempre buscar atualização, a fim de manter seu negócio atrativo por meio de um planejamento estratégico bem estruturado. As informações presentes nesse plano de negócio, servem para auxiliar na análise de variáveis, que podem comprometer a viabilidade do negócio, e com isso fazer com que o gestor trabalhe em estratégias que possam solucionar os problemas que a empresa está suscetível e agir para a sua correção.

Os índices de avaliação econômica no cenário provável, apresentam-se positivos. A taxa de lucratividade da empresa ficou em cerca de 15,15% ao ano, já a rentabilidade foi de 121,10% bem superior aos investimentos fixos existentes no mercado, o *payback* simples demonstra que o proprietário pode recuperar seu capital investido em cerca de 9 meses e 28 dias, a ROE apresenta taxa de 121,10% ao ano, já a ROI foi de ou seja, foram apresentados índices animadores, que demonstram que o negócio pode ser promissor e rentável, em todos os cenários os índices de ponto de equilíbrio foram positivos.

Agora o desafio imposto, é que o futuro empreendedor encare o mundo do empreendedorismo e coloque em prática todos os conhecimentos adquiridos para que a Quality Lub se torne realidade.

REFERÊNCIAS

BOGDAN, R. S.; BIKEN, S. **Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos**. 12.ed. Porto: Porto, 2003.

CORREIA, Jocildo. **Elaboração e avaliação de projetos de investimento: considerando o risco**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor. A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócio**. 7° Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

_____, José Carlos Assis. **Plano de Negócios: o seu Guia Definitivo o passo a passo para você planejar e criar um negócio de sucesso / José Dornelas**. 1 ED. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 12. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

_____. **Administração de Marketing**. 14. ed. - São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. Ed. – São Paulo: Atlas 2003.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MOREIRA, Daniel A. **Administração de produção e operações**. São Paulo: Pioneira, 2004. 619 p.

SCHERMERHORN, John R. **Administração: conceitos fundamentais**. Rio de Janeiro: LTC, 2006.

SEBRAE, **Como Elaborar um Plano de Negócios**. Brasília, 2013.

Portal SEBRAE Biblioteca SEBRAE - **Reparação de Veículos um negócio Promissor (2017)**. Brasília 2017.

Portal CBO TEM – Classificação Brasileira de Ocupação. Disponível em <<https://www.ocupacoes.com.br/>>. Acesso em 09 de fevereiro de 2023.

Portal CONTABILIZEI - Simples Nacional. Disponível em <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/anexo-3-simples-nacional>>. Acesso em 11 de janeiro de 2023.

Portal DENATRAN - Frota de veículos por cidade Hortolândia- SP. Disponível em <<https://www.gov.br/infraestrutura/pt-br/assuntos/transito/conteudo-Senatran/frota-de-veiculos-2022>>. Acesso em 10 de novembro de 2022.

Portal IBGE Cidades. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/hortolandia>>. Acesso em 27 de outubro de 2022.

Portal Inovação e Marketing. Disponível em: <<https://inovacaomarketing.com>>. Acesso em 27 de outubro de 2022.

Portal ROCA Excelência em Contabilidade – A importância de fazer um plano de negócios. Disponível em <<https://rocacontabil.com.br/a-importancia-de-fazer-o-plano-de-negocios>>. Acesso em 31 de outubro de 2022.

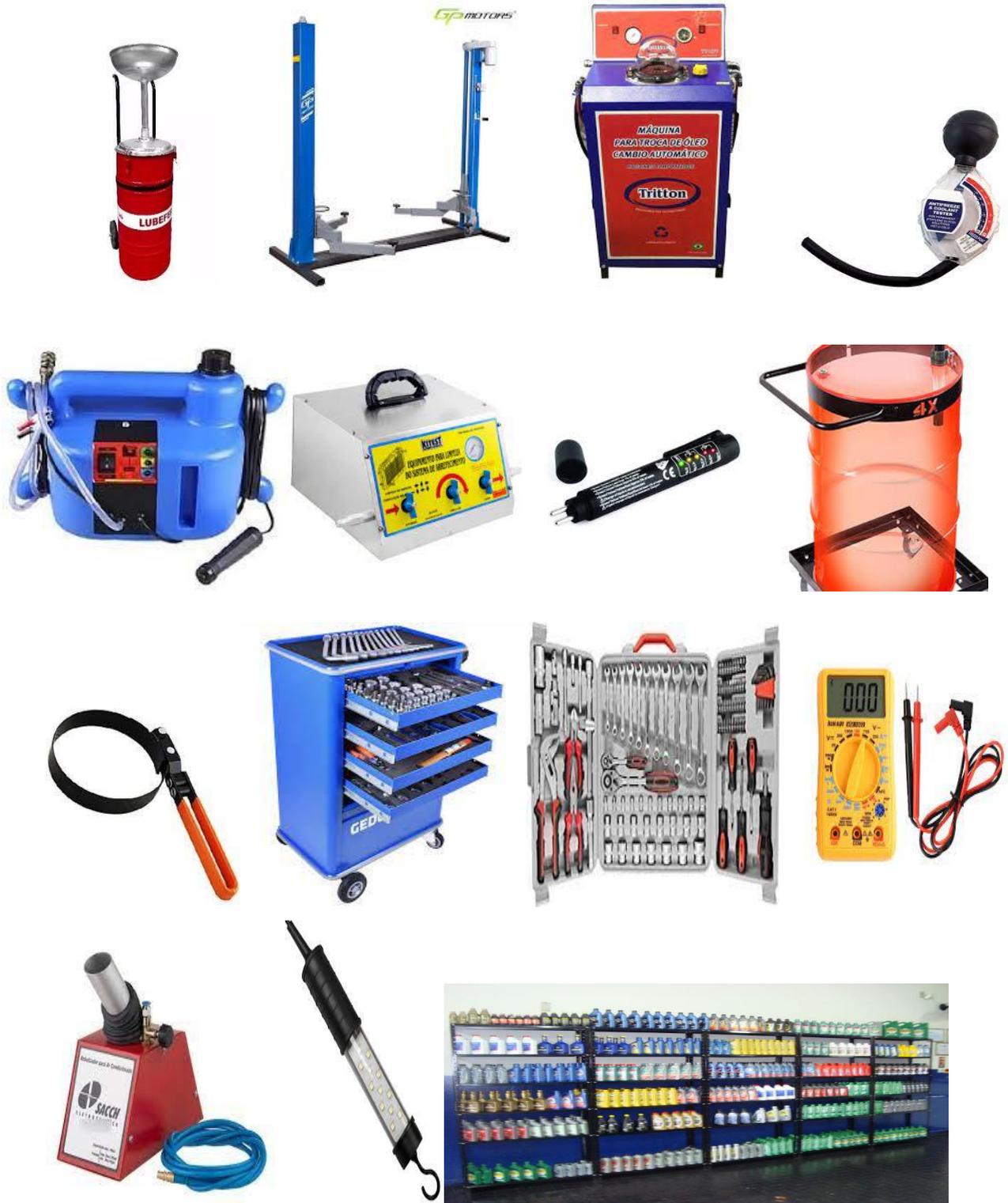
Portal SEBRAE Tudo que você precisa saber para criar seu plano de negócio. Disponível em: < <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-denegocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. >. Acesso em 25 de outubro de 2022.

Portal SECRETÁRIA DA FAZENDA DE SÃO PAULO – Política de depreciação de bens. Disponível em <<https://portal.fazenda.sp.gov.br/servicos/PolíticaBensMóveis>>. Acesso em 15 de março de 2023.

Portal SINDIREPA SP Fortalecendo ideias e unindo comunidades de oficinas. Disponível em < <https://portaldareparacao.com.br/>>. Acesso em 31 de outubro de 2022.

APÊNDICE A

Algumas ferramentas e equipamentos necessários para a operação da empresa.



APÊNDICE B

Canvas da empresa Quality Lub Auto Center.

CANVAS: QUALITY LUB AUTO CENTER

