

CENTRO PAULA SOUZA
Faculdade de Tecnologia de Praia Grande
Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial

RONIÉLE DAIANA BARBOZA
VICTÓRIA JESUS JASMOUTH DE SANTANA

PLANO DE NEGÓCIOS: ARMAZENEI - *SELF STORAGE*



Praia Grande – SP

JUNHO/ 2024

RONIÉLE DAIANA BARBOZA
VICTÓRIA JESUS JASMOUTH DE SANTANA

PLANO DE NEGÓCIOS: ARMAZENEI - *SELF STORAGE*

Trabalho de Graduação, com foco em negócios, apresentado à Faculdade de Tecnologia de Praia Grande, como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial.

Orientador: Professor Dr. Aguinaldo Eduardo de Souza.

Praia Grande – SP

JUNHO/ 2024

Barboza, Roniële Daiana; Santana, Victória Jesus Jasmouth de.

Plano de negócios: Armazenei – Self Storage / Barboza, Roniële Daiana; Santana, Victória Jesus Jasmouth de – Praia Grande. - 2024.

128f.: il.

Plano de negócios (Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial) – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza - Faculdade de Tecnologia de Praia Grande (FATEC Praia Grande), 2024.

Orientador: Aguinaldo Eduardo de Souza.

1. Self Storage. 2. Auto armazenamento. 3. Praia Grande. I Título. II Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – FATEC Praia Grande.

RONIÉLE DAIANA BARBOZA
VICTÓRIA JESUS JASMOUTH DE SANTANA

PLANO DE NEGÓCIOS: ARMAZENEI - *SELF STORAGE*

Trabalho de Graduação, com foco em negócios, apresentado à Faculdade de Tecnologia de Praia Grande, como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial.

Praia Grande, 19 de junho de 2024.

Banca Avaliadora

Professor Dr.: Aguinaldo Eduardo de Souza

FATEC de Praia Grande

Presidente

Professora Dr^a.: Janara de Camargo Matos

FATEC de Praia Grande

Professor Me.: Rogério Carnevali Nery

FATEC de Praia Grande

Praia Grande – SP

JUNHO/ 2024

Dedicamos esse trabalho a todos que se dispuseram a ajudar durante esse período.

AGRADECIMENTOS

Ao nosso orientador, professor doutor Aguinaldo Eduardo de Souza, por sua orientação e paciência durante todo o processo.

Ao professor doutor Carlos Eduardo Dezan Scopinho, cuja habilidade e criatividade foram fundamentais para esse projeto.

Ao professor Rubens Cury, que sempre nos recebeu e esclareceu dúvidas, independente do dia e horário.

À professora doutora Janara de Camargo Matos, que nos acompanhou durante a elaboração deste plano de negócios.

Ao professor mestre Rogério Carnevali Nery, por seu apoio e incentivo.

A todos os professores que contribuíram com seus conselhos e *feedbacks*.

Aos especialistas e profissionais do setor de *self storage*, que generosamente compartilharam seus conhecimentos durante nossas pesquisas.

A todas as instituições e empresas que forneceram recursos e informações essenciais para a concretização deste plano de negócios.

Aos colegas e familiares, por seu apoio constante e encorajamento.

Sem a contribuição e o suporte de cada um de vocês, este projeto não teria sido realizado.

"Organizar é o que você faz antes de fazer alguma coisa, para que tudo seja feito mais fácil e melhor."

Milne, Alan Alexander (1882 – 1956).

RESUMO

A expansão de grandes centros urbanos vem impactando diretamente na redução de espaços, levando pessoas e empresas a buscarem alternativas econômicas para o armazenamento de seus bens. Essa necessidade fez com que o serviço de *self storage* surgisse como uma solução à demanda. A partir desse cenário, a cidade de Praia Grande, localizada no litoral do estado de São Paulo, serviu de base para o desenvolvimento do plano de negócios do Armazenei – *Self Storage*. A empresa, constituída por duas sócias, tem o objetivo de atender pessoas físicas, empreendedores e empresas, através da locação de boxes. Este plano, detalha as etapas e os processos necessários para implementação do empreendimento, sendo embasado por pesquisa de mercado, planejamento de *marketing*, operacional e financeiro. Os resultados alcançados trouxeram números promissores permitindo traçar o perfil do consumidor, identificar ameaças do ambiente e propor um caminho para o resultado almejado. Nas considerações finais, o estudo reafirma a viabilidade de implementação do serviço na cidade de Praia Grande, os benefícios econômicos, sociais e ambientais que o empreendimento pode proporcionar, respaldando a oportunidade do negócio em dados concretos, bem como a estimulação da economia local.

Palavras-chave: Armazenamento. *Self storage*. Solução. Praia Grande. Oportunidade.

ABSTRACT

The expansion of major urban centers has directly impacted the reduction of spaces, leading individuals and companies to seek economical alternatives for storing their belongings. This need has led to the emergence of self-storage services as a solution to the demand. Against this backdrop, the city of Praia Grande, located on the coast of São Paulo state, served as the basis for the development of the business plan for Armazenei - Self Storage. The company, established by two partners, aims to serve individuals, entrepreneurs, and businesses through the rental of storage units. This plan details the necessary steps and processes for implementing the venture, supported by market research, marketing planning, operational, and financial considerations. The achieved results have brought promising figures, allowing for the profiling of the consumer, identification of environmental threats, and proposing a path to the desired outcome. In the final considerations, the study reaffirms the feasibility of implementing the service in the city of Praia Grande, the economic, social, and environmental benefits that the enterprise can provide, supporting the business opportunity with concrete data, as well as stimulating the local economy.

Keywords: Storage. Self storage. Solution. Praia Grande. Opportunity.

RESUMEN

La expansión de los grandes centros urbanos ha impactado directamente en la reducción de espacios, llevando a individuos y empresas a buscar alternativas económicas para almacenar sus bienes. Esta necesidad ha dado lugar al surgimiento de servicios de self storage como una solución a la demanda. En este contexto, la ciudad de Praia Grande, ubicada en la costa del estado de São Paulo, sirvió de base para el desarrollo del plan de negocios de Armazenei - Self Storage. La empresa, constituida por dos socias, tiene como objetivo atender a individuos, emprendedores y empresas mediante el alquiler de espacios de almacenamiento. Este plan detalla los pasos y procesos necesarios para implementar el proyecto, respaldado por investigación de mercado, planificación de marketing, operativa y financiera. Los resultados obtenidos han sido prometedores, permitiendo la elaboración del perfil del consumidor, la identificación de amenazas ambientales y la propuesta de un camino hacia el resultado deseado. En las consideraciones finales, el estudio reafirma la viabilidad de implementar el servicio en la ciudad de Praia Grande, los beneficios económicos, sociales y ambientales que el emprendimiento puede proporcionar, respaldando la oportunidad del negocio con datos concretos, así como estimulando la economía local.

Palabras clave: Almacenamiento. Self storage. Solución. Praia Grande. Oportunidad.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| FIGURA 1 - ARMAZENEI: <i>BUSINESS MODEL CANVAS</i> | 29 |
| FIGURA 2 - PROJEÇÃO DE BOX INDIVIDUALIZADO | 32 |
| FIGURA 3 - DADOS DO EMPREENDIMENTO | 36 |
| FIGURA 4 - ORGANOGRAMA DA GERÊNCIA | 38 |
| FIGURA 5 - SIMBOLOGIA DE FLUXOGRAMA DE PROCESSOS | 40 |
| FIGURA 6 - FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO VIA TELEFONE | 41 |
| FIGURA 7 - ESTRUTURA DO NEGÓCIO..... | 50 |
| FIGURA 8 - MISSÃO DA EMPRESA | 51 |
| FIGURA 9 – VISÃO DA EMPRESA..... | 52 |
| FIGURA 10 – VALORES DA EMPRESA..... | 53 |
| FIGURA 11 - MAPA DE EMPATIA..... | 64 |
| FIGURA 12 - ANÁLISE PESTEL..... | 70 |
| FIGURA 13 - MATRIZ SWOT..... | 75 |
| FIGURA 14 - PLANO DE <i>MARKETING</i> | 80 |
| FIGURA 15 - CORREDOR..... | 82 |
| FIGURA 16 - LANTERNA DE <i>LED</i> | 83 |
| FIGURA 17 - CARRINHO PLATAFORMA: CAPACIDADE DE 400 KG..... | 84 |
| FIGURA 19 - CARRINHO DE COMPRAS | 84 |
| FIGURA 18 - CARRINHO DE CARGA: CAPACIDADE DE 200 KG..... | 84 |
| FIGURA 20 - SITE DA EMPRESA | 86 |
| FIGURA 21 – SUGESTÃO DE LOCALIZAÇÃO ARMAZENEI: SELF STORAGE..... | 88 |
| FIGURA 22 - <i>LAYOUT 2D</i> | 90 |
| FIGURA 23 - <i>LAYOUT 3D</i> | 91 |
| FIGURA 24 - FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO | 93 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|--|-----|
| TABELA 1 – NOTAS ATRIBUÍDAS | 45 |
| TABELA 2 - TAMANHO DOS BOXES | 81 |
| TABELA 3 - VALOR DO ALUGUEL | 85 |
| TABELA 4 - CAPACIDADE PRODUTIVA | 92 |
| TABELA 5 - NÚMERO DE COLABORADORES..... | 94 |
| TABELA 6 - INVESTIMENTO FIXO | 96 |
| TABELA 7 - CAPITAL DE GIRO | 97 |
| TABELA 8 - INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAL..... | 97 |
| TABELA 9 - INVESTIMENTO TOTAL | 98 |
| TABELA 10 - ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL | 99 |
| TABELA 11 - CUSTOS COM TERCEIRIZAÇÃO | 100 |
| TABELA 12 - CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO..... | 100 |
| TABELA 13 - CUSTOS COM IMPOSTOS | 101 |
| TABELA 14 - ESTIMATIVA DE CUSTOS DE PRODUTOS VENDIDOS | 101 |
| TABELA 15 - CUSTOS COM MÃO DE OBRA..... | 102 |
| TABELA 16 - ESTIMATIVA DE CUSTO COM DEPRECIAÇÃO..... | 103 |
| TABELA 17 - CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS | 104 |
| TABELA 18 - DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS | 105 |
| TABELA 19 - INDICADORES DE VIABILIDADE | 106 |
| TABELA 20 - PONTOS DE EQUILÍBRIO..... | 106 |
| TABELA 21 - CENÁRIOS DE LUCRATIVIDADE | 107 |
| TABELA 22 - CENÁRIOS DE RENTABILIDADE | 108 |
| TABELA 23 - PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO..... | 108 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|----|
| QUADRO 1 - DADOS DAS EMPREENDEDORAS | 37 |
| QUADRO 2 - 12 DIMENSÕES DA INOVAÇÃO NOS NEGÓCIOS | 44 |
| QUADRO 3 - DESCRIÇÃO DO MODELO VRIO | 48 |
| QUADRO 4 – DIMENSÕES DA ANÁLISE VRIO DO ARMAZENEI: <i>SELF STORAGE</i> | 49 |
| QUADRO 5 - CAPITAL SOCIAL | 57 |
| QUADRO 6 - DETERMINAÇÃO DE ESTRATÉGIA A PARTIR DA MATRIZ SWOT .. | 78 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| GRÁFICO 1- PREVISÃO DE FATURAMENTO GLOBAL DO SEGMENTO <i>SELF STORAGE</i> | 24 |
| GRÁFICO 2 - COMPARAÇÃO DOS CENSOS DEMOGRÁFICOS: 2010 E 2022..... | 27 |
| GRÁFICO 3 - RADAR DA INOVAÇÃO..... | 46 |
| GRÁFICO 4 - ITENS ARMAZENADOS..... | 59 |
| GRÁFICO 5 - RECEIOS AO USAR SERVIÇO DE AUTO ARMAZENAMENTO..... | 59 |
| GRÁFICO 6 - PESQUISA DE MERCADO | 60 |
| GRÁFICO 7 - GÊNERO PESQUISADO | 61 |
| GRÁFICO 8 - FAIXA ETÁRIA PESQUISADA..... | 62 |
| GRÁFICO 9 - RENDA MENSAL PESQUISADA | 62 |

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

| | |
|----------|--|
| ASBRASS | - Associação Brasileira de <i>Self Storage</i> |
| CAT | - Coordenadoria da Administração Tributária |
| CBO | - Classificação Brasileira de Ocupações |
| CONCLA | - Comissão Nacional de Classificação |
| COVID | - <i>Corona Virus Disease</i> |
| DRE | - Demonstrativo de Resultados |
| ESG | - <i>Environmental, Social, Governance</i> |
| FATEC PG | - Faculdade de Tecnologia da Praia Grande |
| IBGE | - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística |
| ICMS | - Imposto Sobre Circulação de Mercadorias |
| KG | - Quilograma |
| LED | - <i>Light Emitting Diode</i> |
| NBR | - Norma Brasileira |
| NR | - Norma Regulamentadora |
| SEBRAE | - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas |
| SENAI | - Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial |

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| SUMÁRIO EXECUTIVO | 19 |
| 1 INTRODUÇÃO | 20 |
| 1.1 JUSTIFICATIVA..... | 21 |
| 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA | 21 |
| 2.1 EMPREENDEDORISMO..... | 22 |
| 2.2 <i>SELF STORAGE</i> | 23 |
| 2.2.1 Self Storage no Brasil | 24 |
| 3 MODELO DE NEGÓCIO | 25 |
| 3.1 PROPOSTA DE NEGÓCIO E SUA VIABILIDADE..... | 26 |
| 3.1.1 Cidade de Praia Grande: Um Potencial em Desenvolvimento | 27 |
| 3.2 <i>BUSINESS MODEL CANVAS</i> | 28 |
| 3.2.1 Principais Parcerias | 30 |
| 3.2.2 Atividades chave | 30 |
| 3.2.3 Recursos Principais | 31 |
| 3.2.4 Proposta de valor | 31 |
| 3.2.5 Relacionamento com clientes | 32 |
| 3.2.6 Canais | 33 |
| 3.2.7 Segmento de clientes | 34 |
| 3.2.8 Estrutura de Custo | 34 |
| 3.2.9 Fontes de receitas | 35 |
| 4 PLANO DE NEGÓCIOS | 35 |
| 4.1 DADOS DO EMPREENDIMENTO..... | 36 |
| 4.1.1 Dados dos Empreendedores, Experiência Profissional e Atribuições | 37 |
| 4.1.2 Organograma da Empresa | 37 |
| 4.1.3 Descrição das Funções Exercidas Pelos Sócios | 39 |
| 4.1.4 Fluxograma das principais atividades do negócio | 39 |

| | |
|--|-----------|
| 4.2 INOVAÇÃO..... | 42 |
| 4.2.1 Radar de Inovação | 43 |
| 4.2.2 Análise VRIO | 48 |
| 4.3 ESTRUTURA DO NEGÓCIO | 49 |
| 4.3.1 Missão, Visão e Valores da empresa..... | 50 |
| 4.3.2 Setores de atividades | 54 |
| 4.3.3 Forma jurídica | 55 |
| 4.3.4 Enquadramento tributário | 56 |
| 4.3.5 Capital Social | 56 |
| 4.3.6 Fontes de Recursos..... | 57 |
| 4.4 ANÁLISE DE MERCADO | 57 |
| 4.4.1 Pesquisa de mercado | 58 |
| 4.4.2 Estudo dos clientes | 61 |
| <i>4.4.2.1 Mapa de empatia</i> | <i>63</i> |
| 4.4.3 Estudo dos concorrentes..... | 66 |
| 4.4.4 As 5 forças de Porter | 67 |
| 4.4.5 Análise PESTEL | 69 |
| <i>4.4.5.1 Fatores Políticos.....</i> | <i>71</i> |
| <i>4.4.5.2 Fatores Econômicos.....</i> | <i>71</i> |
| <i>4.4.5.3 Fatores Sociais.....</i> | <i>72</i> |
| <i>4.4.5.4 Fatores Tecnológicos.....</i> | <i>73</i> |
| <i>4.4.5.5 Fatores Ambientais.....</i> | <i>73</i> |
| <i>4.4.5.6 Fatores Legais.....</i> | <i>74</i> |
| 4.4.6 Análise SWOT | 75 |
| 4.5 PLANO DE <i>MARKETING</i> | 79 |
| 4.5.1 Descrição dos Principais Produtos e Serviços..... | 81 |
| 4.5.2 Preço e Precificação | 85 |

| | |
|--|-----|
| 4.5.3 Estratégias Promocionais..... | 85 |
| 4.5.4 Estrutura de Comercialização e Logística de distribuição | 86 |
| 4.6 PLANO OPERACIONAL | 87 |
| 4.6.1 Localização do negócio | 88 |
| 4.6.2 <i>Layout</i> ou Arranjo Físico..... | 89 |
| 4.6.3 Capacidade Produtiva, Comercial e de Prestação de Serviços..... | 91 |
| 4.6.4 Processos Operacionais | 92 |
| 4.6.5 Necessidades de Pessoal | 94 |
| 4.7 PLANO FINANCEIRO | 95 |
| 4.7.1 Estimativa dos Investimentos Fixos | 95 |
| 4.7.2 Capital de Giro | 97 |
| 4.7.3 Investimentos Pré-operacionais..... | 97 |
| 4.7.4 Investimento Total | 98 |
| 4.7.5 Estimativa do Faturamento Mensal..... | 98 |
| 4.7.6 Estimativa do Custo Unitário de Matéria-Prima, Materiais Diretos e Terceirizações | 99 |
| 4.7.7 Estimativa dos Custos de Comercialização | 100 |
| 4.7.8 Apuração do Custo dos Materiais Diretos e/ou Mercadorias Vendidas | 101 |
| 4.7.9 Estimativa dos Custos com Mão de Obra | 102 |
| 4.7.10 Estimativa do Custo com Depreciação..... | 102 |
| 4.7.11 Estimativa dos Custos Fixos Operacionais Mensais..... | 104 |
| 4.7.12 Demonstrativo de Resultados | 105 |
| 4.7.13 Indicadores de Viabilidade..... | 105 |
| 4.7.13.1 <i>Ponto de equilíbrio</i> | 106 |
| 4.7.13.2 <i>Lucratividade</i> | 107 |
| 4.7.13.3 <i>Rentabilidade</i> | 107 |

| | |
|--|-----|
| 4.7.13.4 Prazo de retorno do investimento | 108 |
| 5 SUBPROJETO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E/OU SUSTENTABILIDADE | 109 |
| 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS | 110 |
| REFERÊNCIAS | 111 |
| ANEXO 1 - Classificação da Atividade de <i>Self Storage</i> | 122 |
| ANEXO 2 – Definição de Microempresa e de Empresa de Pequeno Porte | 123 |
| APÊNDICE 01 – Código de Ética: Armazenei – <i>Self Storage</i> | 126 |

SUMÁRIO EXECUTIVO

O projeto Armazenei: *Self Storage* propõe a criação de um empreendimento para locação de espaços de auto armazenamento, na cidade da Praia Grande (SP), distribuído em 165 unidades, com tamanhos de 3, 6, 12 e 20 m².

A oferta do espaço é padronizada, atendendo às necessidades individuais dos clientes. Seu acesso é restrito às pessoas autorizadas pelo locatário, permitindo que os pertences sejam acessados conforme a conveniência, contribuindo para a organização tanto de pessoas físicas quanto jurídicas. A localização é favorável aos moradores da cidade e para aqueles que acessam a região metropolitana da Baixada Santista.

Com a falta de concorrência direta na área e o cenário propício de crescimento econômico, demográfico e imobiliário na região, o Armazenei se apresenta como uma oportunidade de negócio promissora. Além disso, a empresa desempenha um papel no desenvolvimento sustentável local, por meio do uso de energia renovável e de parcerias com cooperativas de reciclagem da região.

Com uma estimativa de retorno em cerca de 37 meses, receita anual de R\$ 841.656,91 e uma rentabilidade anual de 23,91%, o investimento se mostra lucrativo e alinhado aos princípios de responsabilidade ambiental e social.

1 INTRODUÇÃO

A busca por soluções inovadoras no cenário empresarial, tem impulsionado o surgimento de novos modelos de negócios capazes de atender às demandas em constante evolução. Bonifácio (2023) relata que tais transformações vieram para ficar, não se limitando a uma tendência temporária, mas também às mudanças na concepção, desenvolvimento e escalabilidade das empresas.

Ao planejar, de acordo com Pereira e Alencar (2023), conseguimos produzir questionamentos que serão fundamentais para coordenar as ações e tomadas de decisões dentro do negócio: Onde estamos? Para onde vamos? Como iremos?

Tais respostas permitirão esboçar estratégias para construir, revisar ou desenvolver condutas de forma crítica e coerente, alinhadas com as oportunidades manifestadas no ambiente externo, visando atingir objetivos e alcançar o sucesso (SEBRAE, 2022).

Durante o planejamento, é necessário que todas as etapas sejam monitoradas a fim de reduzir impasses e contratempos que os gestores possam enfrentar (Pozzolo; Silva; Soares, 2023) e, assim, caso necessário, realizar ajustes para garantir que o plano de negócios permaneça eficaz.

Acompanhando a evolução dos modelos de negócios e mudanças nos hábitos de consumo, o setor de auto armazenamento, também chamado de *self storage* vem ganhando forças no país, sendo uma solução de armazenamento de bens muito útil para quem deseje guardar objetos diversos, mas tem um espaço limitado (Guardex, 2018).

Diante desse contexto, o presente projeto visa desenvolver um plano de negócios aqui denominado *Armazenei - Self Storage*, para locação de boxes com tamanhos variados. O empreendimento, instalado na cidade de Praia Grande, atenderá à demanda da região. A forma de acondicionamento dos itens será regida por contrato estabelecido entre a empresa e os locatários.

1.1 JUSTIFICATIVA

O crescimento populacional e a expansão urbana ao longo do tempo têm levado a uma redução significativa no espaço disponível para construções. Essa escassez de espaço resultou em uma tendência de diminuição no tamanho das moradias para acomodar as crescentes famílias (Terra, 2018). Essa mudança tem criado uma demanda crescente por soluções alternativas de armazenamento, especialmente em áreas urbanas densamente povoadas.

Além disso, a localização e as dimensões do ambiente têm um impacto direto no valor de locação ou venda do espaço disponível (Soares, 2023). Nesse contexto, a locação de espaços de armazenamento oferece uma alternativa econômica em comparação ao investimento em espaços comerciais maiores, que acarretam despesas significativas para sua manutenção e operação (Estoque Bem, 2024).

Dados do *Self Box* (2020) indicam que empresas de diversos tamanhos e setores têm utilizado os serviços de auto armazenamento para otimizar a logística de seus negócios, gerenciar o espaço do escritório, lidar com períodos de reforma ou simplesmente para armazenar mercadorias de forma conveniente.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A relação entre a pesquisa e o embasamento teórico se estabelece na interpretação dos dados obtidos, conferindo solidez à pesquisa realizada e contribuindo para o avanço do conhecimento na área de estudo.

Respondendo ainda à questão como?, aparecem aqui os elementos de fundamentação teórica da pesquisa e, também, a definição dos conceitos empregados.[...] A finalidade da pesquisa científica não é apenas um relatório ou descrição de fatos levantados empiricamente, mas o desenvolvimento de um caráter interpretativo, no que se refere aos dados obtidos. Para tal, é imprescindível correlacionar a pesquisa com o universo teórico, optando-se por um modelo teórico que serve de embasamento à interpretação do significado dos dados e fatos colhidos ou levantados (Marconi; Lakatos, 2003, p. 224).

Uma pesquisa vai além do mero relato de dados, ela busca o desenvolvimento de uma abordagem interpretativa, embasada e contextualizada.

Para a formulação deste trabalho foram utilizadas pesquisas em livros, sites, artigos e redes sociais.

2.1 EMPREENDEDORISMO

Em 1725 o termo empreendedor, de origem no idioma francês: *entrepreneur*, foi introduzido pelo economista Richard Cantillon, ele dizia que o empreendedor é aquele indivíduo que assume riscos. O também francês Jean-Baptise Say, em 1814, utilizou o termo para descrever aquele que: transfere recursos econômicos de um setor de baixa produtividade para outro de maior produtividade (Chiavenato, 2012).

No contexto geral, o empreendedor trará à tona algo inovador (Ferreira; Santos; Serra, 2010), que agregue valor ao cliente. É comum observar que durante este processo, a maior parte das inovações são oriundas de invenções comuns, porém aprimoradas.

O resultado destas ações é denominado empreendedorismo, um processo dinâmico que criará mais riqueza (Hisrich; Peters, 2004). Ele impulsiona a economia nacional, desempenhando um papel importante no desenvolvimento sustentável:

O empreendedorismo se consolida como uma força econômica para o Brasil. As micro, pequenas e médias empresas (MPEs) têm contribuído significativamente para o Produto Interno Bruto (PIB), gerando empregos e melhorando a qualidade de vida da população. De acordo com o Sebrae, existem atualmente cerca de 9 milhões de MPEs que representam 27% do PIB (NSC Total, 2023, n.p).

O cenário pós pandemia, trouxe novos desafios e oportunidades aos empreendedores. “O número de novas empresas no país durante a pandemia Covid-19 (entre 2020 e 2022) cresceu 25,3%, na comparação com os três anos que antecederam a Covid-19 (entre 2017 e 2019).” (Saleme; Oliveira, 2022, n.p.). Desafios ao setor incluem a recuperação econômica, considerando as perdas financeiras da pandemia, o ambiente de negócios ainda competitivo, inovação e adaptação ao comportamento do consumidor.

Ao mesmo tempo, a crise abriu espaço para oportunidades inovadoras quando empreendedores buscaram soluções criativas para atender às novas demandas do mercado, impulsionando a economia digital, o comércio eletrônico e outras áreas. Neste ponto, o setor de serviço é um expoente gerador de renda ao país, com saldo positivo de 339.127 vagas (NSC Total, 2023).

2.2 SELF STORAGE

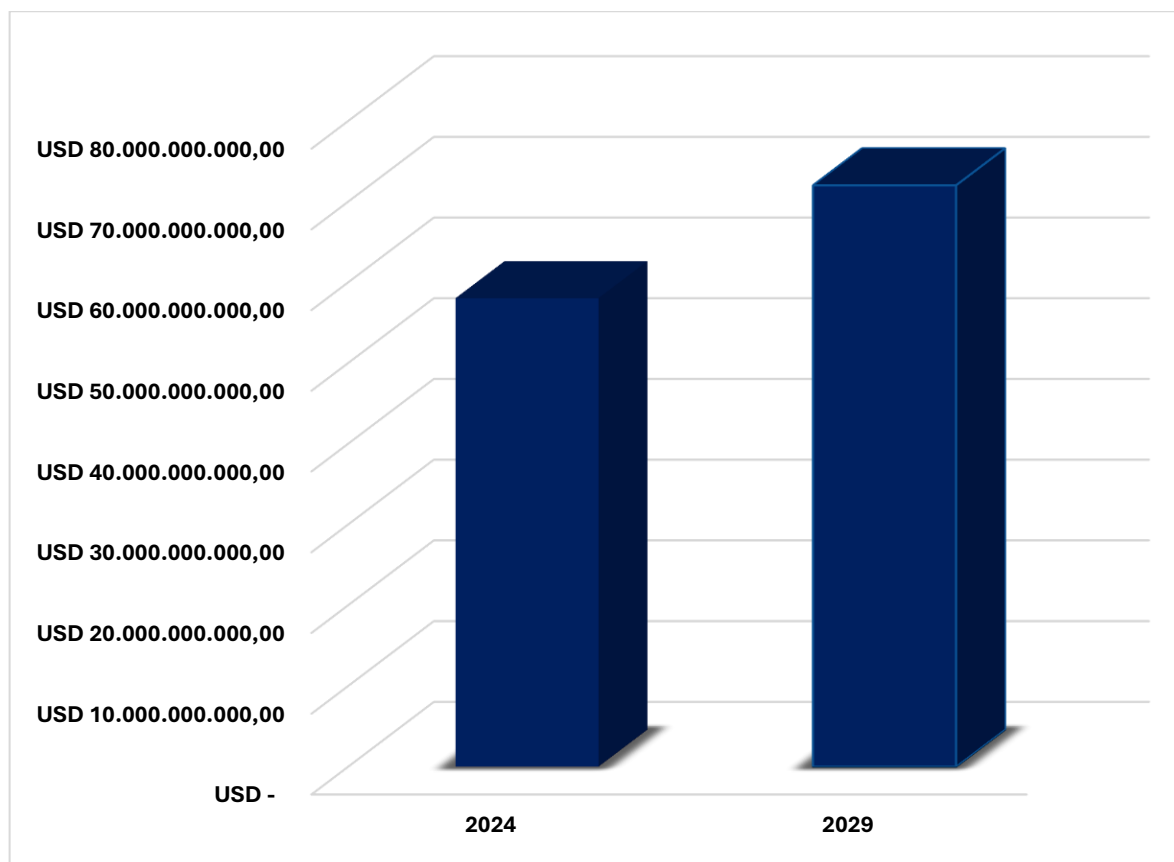
O termo *self storage*, originário do inglês, significa auto armazenamento. Teve origem no mercado imobiliário dos Estados Unidos, sendo responsável por uma receita anual bilionária (*Spare Foot*, 2024). O conceito evoluiu a partir dos tradicionais guarda-móveis e expandiu-se globalmente ao longo do tempo (*Big Box Storage*, 2014).

Nesse modelo de empreendimento, os clientes têm a opção de alugar espaços padronizados para armazenar uma variedade de itens como móveis, documentos, estoques e coleções. Com a crescente escassez de espaços nas cidades, especialmente em áreas urbanas densamente povoadas, o mercado de *self storage* vem se tornando cada vez mais importante (Carvalho; Hyakutake; Rozan, 2019).

Diferente de um galpão, onde os pertences podem ficar armazenados juntos, no *self storage* cada inquilino tem seu próprio *box*, tornando-se uma solução de armazenamento pessoal ou empresarial (ASBRASS, 2023). O acesso é restrito e, em alguns modelos de negócios, pode ser realizado a qualquer dia e horário.

Nos Estados Unidos, país onde o negócio tem maior expressividade mundial, uma pesquisa disponibilizada pelo *Storage Café* (2023), diz que o setor ganhou força devido ao estilo de vida norte-americano, mostrando que existem cerca de 50 mil instalações para locação de *self storages*, número que supera a quantidade de pontos de *fast foods*, como o *Subway* (Morais, 2023).

No ano de 2023, a *Mordor Intelligence*, realizou uma pesquisa com projeções para o setor, nela a lucratividade para 2024, foi estimada em 58,26 bilhões de dólares com perspectiva de, até 2029, atingir 72,15 bilhões, como representado no Gráfico 1:

Gráfico 1- Previsão de Faturamento Global do Segmento *Self Storage*

Fonte: Adaptado de *Mordor Intelligence*, 2023.

As projeções apresentadas no Gráfico 1, mostram que a tendência é de crescimento do mercado, visto as perspectivas positiva do setor.

2.2.1 *Self Storage* no Brasil

Embora o conceito tenha iniciado nos anos 60, no Brasil ele só foi formalmente estabelecido em 1996 e, desde então, os empreendimentos evoluíram significativamente em termos de padrões e excelência. Geralmente, esses espaços são estruturados em galpões logísticos com unidades autônomas, conhecidas como boxes, variando em tamanho e disponíveis para aluguel conforme a necessidade do cliente (Rossi, Duarte; Toneto; *et. al.*, 2016).

Em 2013, a ASBRASS (Associação Brasileira de *Self Storage*) foi fundada com o objetivo de reunir informações e representar o setor no país. Desde então, tem divulgado dados relacionados ao mercado nacional de *self storage* (ASBRASS, 2024).

Em 2024, esses números mostram um cenário positivo para o segmento, refletindo o crescimento e a consolidação dessa indústria no país:

- São 323 empresas em funcionamento no mercado;
- Cerca de 82.400 boxes;
- Em torno de 124.000 metros quadrados disponíveis;
- O modelo de empreendimento está presente em 74 cidades;

Os números indicam que o setor continuará em expansão evidenciando que há espaço para novas empresas se estabelecerem, devido à carência do serviço em muitas cidades do país (ASBRASS, 2024).

Os empreendimentos de auto armazenamento, fazem parte do setor de serviço que, segundo dados da Agência de Notícias (2023), foi responsável por 58% do PIB (Produto Interno Bruto), com arrecadação de R\$6,4 trilhões.

Norberto (2023, n.p.) diz que:

Esse setor implica uma vida urbana intensa e dinâmica, aumentando o comércio eletrônico, o uso dos aplicativos de entrega urbana, o que impulsiona o crescimento do mercado de self storage como local de armazenagem de produtos para fazer a última milha. Outro aspecto que impulsiona o crescimento do setor é o interesse das famílias por apartamentos menores. À medida em que as famílias vão para apartamentos menores há a necessidade de espaço e o self storage atende muito bem a esta necessidade, seja ela temporária ou permanente.

A ASBRASS (2021) estimava um faturamento de cerca de 1,130 bilhão no mercado nacional, demonstrando o sucesso no Brasil e indicando um futuro promissor, com espaço para que as empresas atendam a crescente demanda do país.

3 MODELO DE NEGÓCIO

Um modelo de negócios representa a estrutura por trás do empreendimento descrevendo como ele planeja criar, entregar e capturar valor no mercado. “Um modelo de negócios basicamente descreve como a empresa gerará receita e quais os custos e investimentos necessários para tal” (Dornelas, 2008, p. 60).

O mercado de armazenamento de bens, tem se destacado como um modelo de negócio atrativo para investidores, deixando de ser apenas de uso comum em países como os Estados Unidos. Ele vem encontrando boa aceitação no Brasil devido ao seu custo-benefício para armazenar móveis e outros bens. Investidores interessados devem realizar um planejamento detalhado para compreender as

exigências e minimizar os riscos envolvidos, seguindo os princípios básicos de qualquer empreendimento (Guarde Mais, 2023).

A estruturação desse modelo oferece uma visão estratégica de como a empresa pretende atender às necessidades do mercado, gerar receita e manter-se lucrativa. Em suma, é o alicerce sobre o qual o sucesso do negócio é construído. Compreender e aprimorar tal modelo, é essencial para o sucesso de qualquer organização.

3.1 PROPOSTA DE NEGÓCIO E SUA VIABILIDADE

A capacidade de uma marca se destacar é fundamental para seu sucesso. É através de seu posicionamento que ela buscará se diferenciar e capturar a atenção dos consumidores. O posicionamento envolve destacar as características únicas e os pontos fortes de um produto ou serviço, criando uma imagem distintiva no mercado.

A base de toda estrutura de marketing é o posicionamento. Através dessa técnica, as marcas buscam se diferenciar no mercado e chamar a atenção do consumidor, evidenciando as vantagens e pontos fortes do seu produto. A proposta de valor é a síntese dessa diferenciação, geralmente apresentada no primeiro contato do cliente com a marca, com o intuito de mostrar aquilo que sua empresa tem de especial (Slonik, 2023, n.p).

Nesse contexto, a proposta de valor surge como um elemento fundamental no empreendimento, destacando, para os consumidores, qual é o diferencial apresentado. A proposta de negócio é o alicerce sobre o qual todas as operações e estratégias futuras são construídas. Além dela, um dos procedimentos a ser adotado é a análise de sua viabilidade.

O estudo de viabilidade investigará a exequibilidade, modos de alcançar objetivos, opções de estratégia e metodologia e preverá os prováveis resultados, riscos e consequências de cada curso de ação. Em relatório escrito, o estudo confirmará (ou não) a necessidade e o conceito, proporá objetivos, intenções, estratégias e benefícios e oferecerá uma estimativa aproximada dos custos. (Keeling; Branco, 2012, p. 81).

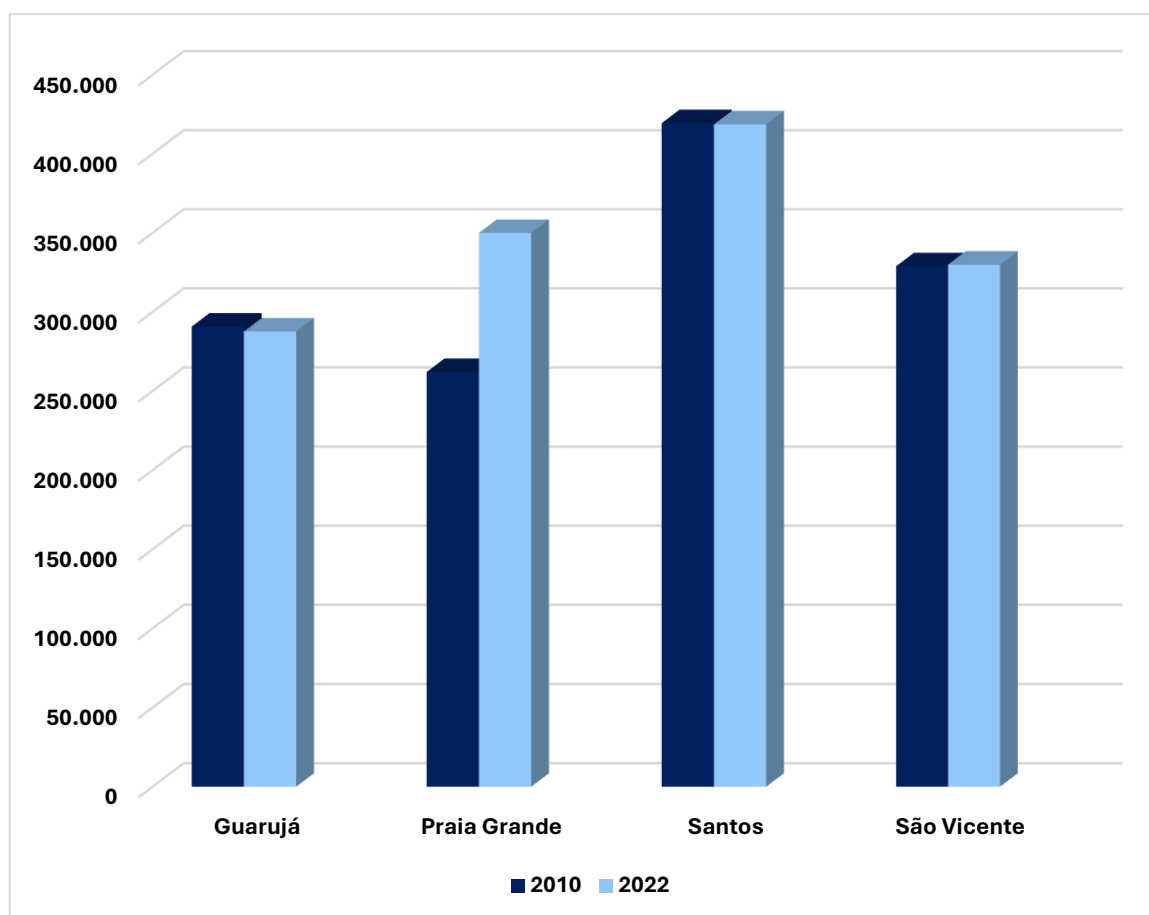
Para a concepção do modelo de negócios apresentado neste trabalho, foi usado *benchmarking*, analisando e comparando o desempenho das empresas da região que têm a mesma proposta de negócio (Maximiano, 2009). Também foi realizada uma pesquisa de mercado com um questionário disseminado através das redes sociais. Algumas das respostas obtidas serão apresentadas no item 4.4.1 Pesquisa de Mercado.

3.1.1 Cidade de Praia Grande: Um Potencial em Desenvolvimento

De acordo com levantamento realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no ano de 2022, a região da Baixada Santista tem 1.805.451 de habitantes. As cidades de Santos, São Vicente e Guarujá tiveram uma redução da população. Praia Grande, em contrapartida, teve o maior crescimento, com 349.935 pessoas (G1, 2023), um aumento de 25%.

No Gráfico 2, constam dados dos censos realizados em 2010 e 2022, mostrando esses números:

Gráfico 2 - Comparação dos Censos Demográficos: 2010 e 2022.



Fonte: Adaptado de IBGE, 2023.

A cidade vem atravessando um processo de desenvolvimento em todas as áreas ao longo dos últimos anos. Ela se transformou em sinônimo de qualidade de vida e infraestrutura, tornando-se a escolha de moradia para pessoas que querem fugir de grandes metrópoles (Prefeitura de Praia Grande, 2023).

A localidade é a quarta mais visitada do país durante a temporada de verão e a segunda do Estado de acordo com a última pesquisa abrangente do Ministério do Turismo [...] Por final de semana, são mais de 300 mil visitantes. O que mais impressiona é que a Cidade registra picos com mais de 1 milhão de turistas, como no período do Réveillon (Biazotto, 2022, n.p).

Diante desse cenário, a instalação de um empreendimento, como o proposto, apresenta-se como uma oportunidade de negócio viável. A falta de concorrência significativa nessa área, aliada ao crescimento constante da população local, torna a cidade um cenário propício para o investimento.

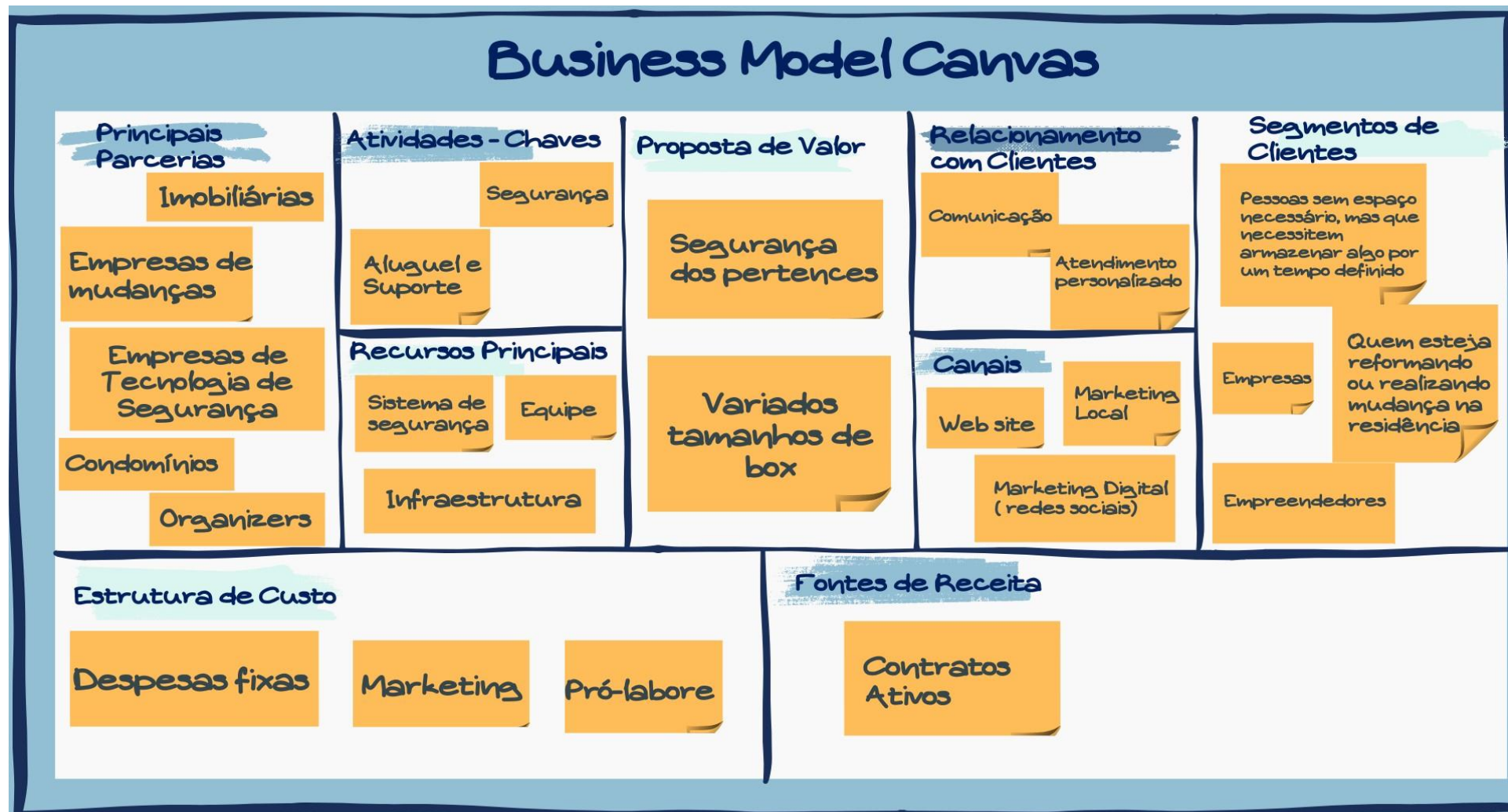
3.2 BUSINESS MODEL CANVAS

Para Osterwalder e Pigneur (2011, p. 14): “Um modelo de negócios descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor por parte de uma organização.” Este conceito proporciona uma visão concisa e abrangente dos principais elementos que moldam a estrutura de um empreendimento.

Esta ferramenta proporciona uma maneira visual e simplificada de compreender e comunicar o modelo de negócio. Além disso, facilita a análise, ajustes e inovações que busquem atender às demandas e melhorar a competitividade da empresa.

A Figura 1 apresenta, o *Business Model Canvas* do plano de negócio da empresa Armazenei: *Self Storage*, destacando os componentes essenciais que direcionam sua operação, estratégia e interação com o mercado.

Figura 1 - Armazenei: Business Model Canvas



Fonte: Autoras, 2023

A seguir, será descrita a estrutura apresentada na Figura 1:

3.2.1 Principais Parcerias

“O componente Parcerias Principais descreve a rede de fornecedores e os parceiros que põem o Modelo de Negócios para funcionar” (Osterwalder; Pigneur, 2011, p. 38). Sendo os representantes deste modelo de negócio:

- Imobiliárias: estas empresas frequentemente lidam com clientes que podem precisar temporariamente de espaço adicional de armazenamento. A parceria pode envolver acordos especiais para os clientes indicados pela imobiliária, proporcionando descontos ou condições preferenciais. Além disso, o *self storage* pode ampliar sua visibilidade;
- Empresas de mudança: parcerias com tais empresas podem ser benéficas, pois elas indicam os serviços do Armazenei aos clientes que precisam armazenar, temporariamente, pertences durante a mudança;
- Empresas de tecnologia de segurança: parcerias com empresas especializadas em tecnologia de segurança, podem aprimorar os sistemas de vigilância e proteção das instalações;
- *Organizer. personal organizers*, profissionais especializados na organização de espaços (Quinto Andar, 2022), podem recomendar o *self storage* aos seus clientes que precisam de espaço adicional para armazenar seus bens.
- Condomínios: mudanças e obras que aconteçam em condomínios, podem usar o serviço de armazenamento temporário.

3.2.2 Atividades chave

“O componente Atividades-Chave descreve as ações mais importantes que uma empresa deve realizar para fazer seu Modelo de Negócios funcionar” (Osterwalder; Pigneur, 2011, p. 36).

Atividades chaves da empresa serão:

- Segurança: o monitoramento dos espaços de armazenamento envolve a implementação de sistemas de segurança. A manutenção preventiva garante que tais sistemas operem de maneira eficaz;
- Aluguel e suporte: abrange todo o processo de locação, promoção do empreendimento e pós locação.

3.2.3 Recursos Principais

“O componente Recursos Principais descreve os recursos mais importantes exigidos para fazer um Modelo de Negócios funcionar” (Osterwalder; Pigneur, 2011 p. 34). Os recursos levantados para a execução desse projeto serão:

- Equipe: para atender aos clientes, gerenciar as locações e fornecer informações;
- Sistema de segurança: para garantir a segurança das instalações;
- Infraestrutura: espaço que o empreendimento disponibilizará para que sejam alugados os boxes.

3.2.4 Proposta de valor

“Descreve o pacote de produtos e serviços que criam valor para um segmento de clientes específico” (Osterwalder; Pigneur, 2011 p. 22). Tal identificação é evidenciada em:

- Segurança dos pertences: oferecer espaços de armazenamento seguros e acessíveis;
- Variados tamanhos de boxes: permitindo atender as diferentes necessidades dos clientes;

A Figura 2, gerada por algoritmo de inteligência artificial, mostra como os pertences podem ficar acomodados de forma otimizada e segura dentro de um *box*:

Figura 2 - Projeção de *Box* Individualizado



Fonte: Copilot, 2024.

A disposição dos bens feita dentro do *box*, possibilita a otimização do espaço e a acomodação dos mais variados objetos comprovando o item 3.2.4.

3.2.5 Relacionamento com clientes

Gerir a forma como uma organização se relaciona com o cliente, consiste em estabelecer e manter interações que são refletidas diretamente na saúde financeira do empreendimento. “Através da gestão de relacionamento com o cliente, as empresas conseguem organizar, automatizar e sincronizar planos de negócio com o

objetivo de atrair novos clientes, fidelizar os atuais e recuperar os antigos.” (Atendare, 2023, n.p).

Kotler (1998), assume que o *marketing* de relacionamento consiste na prática de estabelecer relações duradouras e satisfatórias com partes essenciais: consumidores, fornecedores e distribuidores, com o objetivo de manter o relacionamento a longo prazo. Buscar desenvolver estas relações e estabelecer confiança traz benefícios a longo prazo aos agentes envolvidos.

Para estabelecer essa relação serão adotados:

- Atendimento personalizado: para atender às especificidades dos clientes;
- Comunicação: para manter os clientes informados das políticas, medidas de segurança e promoções da empresa.

3.2.6 Canais

“O componente Canais descreve como uma empresa se comunica e alcança seus segmentos de clientes para entregar uma proposta de valor” (Osterwalder; Pigneus, 2011, p. 27). Para o Armazenei, os canais serão:

- *Website*: permite que clientes tenham seu contato inicial com a empresa, explorem o serviço oferecido, obtenham informações relevantes e, eventualmente, efetuem o contrato de locação;
- *Marketing* local: participação em eventos locais, feiras e parcerias com empresas locais podem aumentar a visibilidade do empreendimento. Destacar a conveniência e a segurança do armazenamento para residentes e empresas locais, podem atrair um público relevante;
- *Marketing* digital (redes sociais): *marketing* digital se beneficia das redes sociais, pois elas são ferramentas muito úteis para envolver interessados. Campanhas podem destacar ofertas especiais, dicas de organização, depoimentos de clientes e promover a conscientização sobre a importância do armazenamento seguro em uma região propensa a eventos climáticos, como enchentes. A interação nas redes sociais proporciona um canal direto para responder às dúvidas e construir relacionamentos com os clientes.

3.2.7 Segmento de clientes

Para Osterwalder e Pigneur (2011), o componente de segmento de cliente em um modelo de negócios determina os grupos que a empresa busca atender. Podendo este ser mercado de massa, nicho, segmentado, diversificado, dentre outros. Segmentar o cliente, define quem será atendido pela empresa.

Este grupo é formado por:

- Pessoas sem espaço necessário, mas que necessitem armazenar algo por um tempo definido: inclui indivíduos que temporariamente enfrentam restrições de espaço em suas residências e precisam armazenar pertences por um período específico. Isso pode abranger estudantes que se mudam temporariamente para a Baixada Santista e pessoas que estão em processo de mudança definitiva para a região, mas que ainda não estão instaladas em um imóvel;
- Empresas: que necessitam de espaço adicional para armazenar inventários, documentos importantes, estoque de produtos, equipamentos ou materiais de marketing;
- Pessoas que estejam realizando obras residenciais e precisem de um espaço para armazenar e proteger seus pertences durante este período;
- Empreendedores: que necessitem de espaço para estocar mercadorias e produtos.

3.2.8 Estrutura de Custo

Estruturar os custos do empreendimento para muitos é a parte mais complexa do plano de negócios. Sobre isso Dornelas (2008) afirma que a seção financeira do plano de negócios deve traduzir em valores todas as informações abordadas como: investimentos, despesas com *marketing*, custos de vendas, gastos com pessoal, custos fixos e variáveis, projeções de vendas, bem como análises de rentabilidade do negócio, entre outros.

Os custos levantados para que o *self storage* execute suas operações serão:

- Despesas fixas: aluguel do espaço onde a empresa está instalada, salários dos colaboradores, energia, água, internet, contabilidade e monitoramento (segurança);

- Pró-labore: remuneração paga às sócias da empresa;
- *Marketing*: publicidade, material promocional, participação em eventos e ações para atrair clientes.

3.2.9 Fontes de receitas

“O componente fontes de receita representa o dinheiro que uma empresa gera a partir de cada segmento de clientes (os custos devem ser subtraídos de renda para gerar lucro)” (Osterwalder; Pigneur, 2011, p. 30).

A fonte de receita levantada para esse projeto será através de contratos ativos, onde os clientes, que buscam soluções temporárias ou de longo prazo para armazenar pertences, assinam contratos que especificam a duração e os termos do aluguel.

4 PLANO DE NEGÓCIOS

Planejar um negócio é uma ferramenta fundamental para estruturar o empreendimento. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2013, n.p):

O plano de negócios é o instrumento ideal para traçar um retrato do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor. É por meio dele que você terá informações detalhadas do seu ramo, produtos e serviços, clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, pontos fortes e fracos do negócio, contribuindo para a identificação da viabilidade de sua ideia e da gestão da empresa. [...] O plano de negócios é o instrumento ideal para traçar um retrato do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor.

Um plano abrange os aspectos da operação da empresa. Ele mostra o que ela vai fornecer, como isso será feito, quem serão os clientes e como será realizada esta gestão.

Um plano de negócios é uma descrição detalhada do empreendimento – o produto ou serviço a ser fornecido e todos os aspectos da operação da futura empresa. O plano de negócios projeta a imagem da empresa como o empreendedor espera que ela seja, para orientar o processo de sua criação e implementação. O plano de negócios também pode ser a base para um pedido de financiamento (Maximiano, 2009, p. 362).

Seguindo o que os autores relataram anteriormente, a estrutura deste trabalho tem a seguinte configuração:

4.1 DADOS DO EMPREENDIMENTO

Os dados do empreendimento são apresentados na Figura 3:

Figura 3 - Dados do Empreendimento

| NOME FANTASIA/ RAZÃO SOCIAL: | | |
|--------------------------------------|--------------|------------|
| Armazenei- Self Storage | | |
| SÓCIOS: | CPF: | RG: |
| Roniéle Daiana Barboza | 0XX00XX7X-9X | 8XXX7XX-1 |
| Victória de Jesus Jamouth de Santana | 4XX48XX1X-5X | 5XXX8XX-0 |



Fonte: Autoras, 2023.

De acordo com o SEBRAE (2022, n.p.): “O nome fantasia de uma empresa é como ela vai ser conhecida ou reconhecida pelo público. É definido na hora da formalização, considerando o mercado e a área de atuação”. Já a razão social: “é o nome oficial do empreendimento no registro, usada em contratos, Nota Fiscal e documentos oficiais. É por esse nome que os órgãos públicos irão identificar a sua empresa”. A empresa tem o mesmo título, tanto fantasia quanto razão social.

4.1.1 Dados dos Empreendedores, Experiência Profissional e Atribuições

O Quadro 1 detalha os dados das empreendedoras responsáveis por esse modelo de negócio.

Quadro 1 - Dados das Empreendedoras

| | | |
|---|--------------------------|--|
| 1 | Nome: | Roniéle Daiana Barboza |
| | Formação: | Turismo e Hotelaria – Universidade Estadual do Centro Oeste do Paraná – UNICENTRO |
| | Cursando: | Tecnologia em Gestão Empresarial - FATEC PG |
| | Idade: | 39 |
| | Naturalidade: | Imbituva – PR |
| | Residência atual: | Itanhaém – SP |
| 2 | Nome: | Victória de Jesus Jasmouth de Santana |
| | Formação: | Administração - Escola Técnica de Educação e Comunicação Escolástica Rosa – ETEC Logística - Escola Técnica de Educação e Comunicação Escolástica Rosa – ETEC |
| | Cursando: | Tecnologia em Gestão Empresarial - FATEC PG |
| | Idade: | 26 |
| | Naturalidade: | Santos – SP |
| | Residência atual: | Praia Grande – SP |

Fonte: Autoras, 2023.

4.1.2 Organograma da Empresa

Um organograma é um método de estruturação de equipes dentro de uma empresa.

Todas as decisões sobre a divisão do trabalho, responsabilidades e autoridade resumem-se na estrutura organizacional. Segundo Chandler, “a estrutura segue a estratégia”, uma adaptação do princípio clássico de que a “forma segue a função”. Isso significa que a estrutura organizacional é uma ferramenta para realizar objetivos, que retrata todas as decisões sobre a divisão do trabalho e a atribuição de autoridade [...] mostra a autoridade e as

responsabilidades das pessoas como indivíduos e como integrantes de grupos. Além disso, mostra a comunicação entre as pessoas e os grupos (Maximiano, 2009, p. 189 - 190).

Cabe aos gestores a escolha de qual opção melhor atende aos desejos e necessidades da instituição. A Figura 4 mostra como a gerência da empresa está estabelecida:

Figura 4 - Organograma da Gerência



Fonte: Autoras, 2023.

As sócias ocupam, respectivamente, as seguintes funções:

- Roniéle Daiana Barboza: gerente financeira, responsável pela elaboração e gerenciamento de contratos de locação, monitorar indicadores financeiros, inadimplência e rentabilidade;
- Victória Jasmouth: gerente administrativa, responsável pela área fiscal, tributária e legal. Como responsável pelo marketing, atua na promoção e implementação de estratégias de mercado.

4.1.3 Descrição das Funções Exercidas Pelos Sócios

O quadro de funções, segundo a classificação brasileira de ocupações (CBO, 2023, n.p), será composto por:

- Gerente administrativo e gerente financeiro, segundo o CBO, tem a mesma definição: dirigem o fluxo financeiro da empresa; implementam o orçamento empresarial e administram recursos humanos. Controlam patrimônio, suprimentos e logística e supervisionam serviços complementares. Coordenam serviços de contabilidade e controladoria e elaboram planejamento da empresa.

4.1.4 Fluxograma das principais atividades do negócio

Utilizar um fluxograma de processo para realizar atendimento, permite que todas as informações necessárias sejam recolhidas diminuindo a possibilidade de erros e problemas na relação entre a empresa e o cliente:

O fluxograma de processos é uma representação gráfica que descreve os passos e etapas sequenciais de um determinado processo. Além disso, esta ferramenta pode ser utilizada para abordar os processos de qualquer organização (Alonço, 2023, n.p.).








Para atendimento presencial no Armazenei: *Self Storage*, será seguido o procedimento a seguir:

- Recepcionar o cliente: sendo aqui o ponto de partida, onde o cliente entra na instalação e é recebido pela equipe de atendimento;
- Identificação das necessidades: como tamanho do espaço desejado, período de aluguel e o que será armazenado;
- Ofertar: explicar as opções de tamanhos de *box*, preços e planos;
- *Tour* pela instalação: quando necessário, mostrar ao cliente as instalações e os espaços disponíveis;
- Documentação: fornecer e preencher os documentos necessários;
- Instruir acesso: explicar como o cliente acessará seu espaço de armazenamento;
- Conclusão: sanar dúvidas que ainda restem para que o cliente saia com as informações necessárias;

- Acompanhamento: oferecer suporte ao cliente durante todo o período de locação.

Existem símbolos usados na representação deste tipo de diagrama, cada um possui um significado, indicando a ação a ser tomada, como indicado na Figura 5:

Figura 5 - Simbologia de Fluxograma de Processos

| | |
|---|--|
|  | Indica o início ou o fim do processo |
|  | Indica cada atividade que precisa ser executada |
|  | Indica um ponto de tomada de decisão |
|  | Indica a direção do fluxo |
|  | Indica documentos utilizados no processo |
|  | Indica uma espera |
|  | Indica que o fluxograma continua a partir desse ponto em outro círculo, com a mesma letra ou número, que aparece em seu interior |

Fonte: Adaptado de Rosa, 2023.

Para o atendimento telefônico, o Armazenei: *Self Storage* adotará o seguinte procedimento, exemplificado na Figura 6:

Figura 6 - Fluxograma de Atendimento via Telefone



Fonte: Autoras, 2023.

- Chamada recebida: cliente liga para o número de atendimento da empresa;
- Atendimento inicial: o telefone deve ser atendido até o terceiro toque. O atendente responde à ligação, da seguinte forma: Armazenei: *Self Storage*, seguido do nome do atendente e uma saudação (bom dia, boa tarde ou boa noite);
- Identificação do cliente: o atendente pede informações de identificação do cliente, como nome e número de telefone;
- Análise das necessidades: o atendente pergunta ao cliente sobre suas necessidades de armazenamento tais como tamanho do espaço, período de aluguel e itens a serem armazenados;
- Oferta de opções: de acordo com o relato do cliente, o atendente oferece opções de tamanhos de espaços de armazenamento e fornece informações sobre preços e planos;
- Instruções de acesso: o atendente explica ao cliente como acessar seu espaço de armazenamento, fornecendo informações necessárias;
- Após esse processo, se ainda persistirem dúvidas, o atendente deverá esclarecê-las;
- Reserva e documentação: se o cliente estiver pronto para reservar, o atendente enviara por e-mail ou aplicativo de mensagens a documentação necessária, para efetuar a transação;
- Encerramento da ligação: o atendente conclui a ligação, agradece ao cliente e fornece informações adicionais, se necessário.

4.2 INOVAÇÃO

A inovação impulsiona a evolução dos negócios, fazendo com que produtos e serviços encontrem e atendam as mais diferentes aspirações do público, destacando e alavancando organizações.

A inovação pode surgir em muitas frentes: uma inovação no serviço ao consumidor para reinventar um negócio por uma empresa [...], uma estratégia de extensão de marca [...] ou um método novo de acesso para produtos convencionais (Hooley; Saunders; Piercy, 2001, p. 326).

No cenário empresarial ela desempenha um papel crucial na manutenção da relevância e na conquista de uma posição competitiva. A capacidade de inovar vai

além do desenvolvimento de produtos revolucionários; abrange diferentes frentes e estratégias que se refletem em melhorias no serviço ao consumidor, experiência do cliente e estratégias de extensão de marca.

Inovar é transformar uma ideia em solução com criatividade. Inovar é fundamental para empresas de qualquer setor e porte, e, claro, para um país. A inovação é um dos motores do crescimento. É por isso que a maioria das nações adota uma série de políticas públicas para estimular as atividades de inovação, seja no setor produtivo, na educação, no governo, na saúde, na segurança ou em infraestrutura (Portal da Indústria, 2023, n.p).

Como citado, inovar deve fazer parte das organizações, ela pode se manifestar na criação de métodos inovadores para acessar e utilizar produtos convencionais, melhorando sua efetividade. Compreender sua amplitude é essencial para impulsionar a diferenciação e o crescimento nos negócios.

4.2.1 Radar de Inovação

De acordo com Sawhney; Wolcott e Arroniz (2006, p. 77):

O radar de inovação exibe as 12 dimensões da inovação nos negócios, ancoradas pelas ofertas que uma empresa cria, pelos clientes que atende, pelos processos que emprega e pelos pontos de presença que utiliza para levar suas ofertas ao mercado.

O Quadro 2 mostra as dimensões do radar de inovação segundo os autores:

Quadro 2 - 12 Dimensões da Inovação nos Negócios

| | |
|------------------------|--|
| OFERTA | Desenvolver novos produtos ou serviços inovadores. |
| PLATAFORMA | Usar componentes comuns ou blocos de construção para criar ofertas derivadas. |
| SOLUÇÕES | Criar ofertas integradas e personalizadas que resolvem problemas de ponta a ponta dos clientes. |
| CLIENTES | Descobrir necessidades não atendidas dos clientes ou identificar segmentos de clientes pouco atendidos. |
| EXPERIÊNCIA DO CLIENTE | Reformular as interações com o cliente em todos os pontos de contato e em todos os momentos de contato. |
| CAPTURA DE VALOR | Redefinir como a empresa é remunerada ou criar novas fontes de receita inovadoras |
| PROCESSOS | Reformular os processos operacionais centrais para melhorar a eficiência e a eficácia |
| ORGANIZAÇÃO | Alterar a forma, a função ou o escopo de atividade da empresa |
| CADEIA DE SUPRIMENTOS | Repensar a origem e o cumprimento de maneira diferente. |
| PRESENÇA | Criar novos canais de distribuição ou pontos de presença inovadores, incluindo os locais onde as ofertas podem ser adquiridas ou usadas pelos clientes |
| REDE | Criar ofertas inteligentes e integradas centradas em rede |
| MARCA | Alavancar uma marca em novos domínios. |

Fonte: Adaptado de Sawhney; Wolcott; Arroniz, 2006.

Neste projeto tal relação foi analisada em conjunto com os dois concorrentes diretos da cidade de Santos.

Os indicadores e notas atribuídas de 0 a 5, são apresentados na Tabela 1:

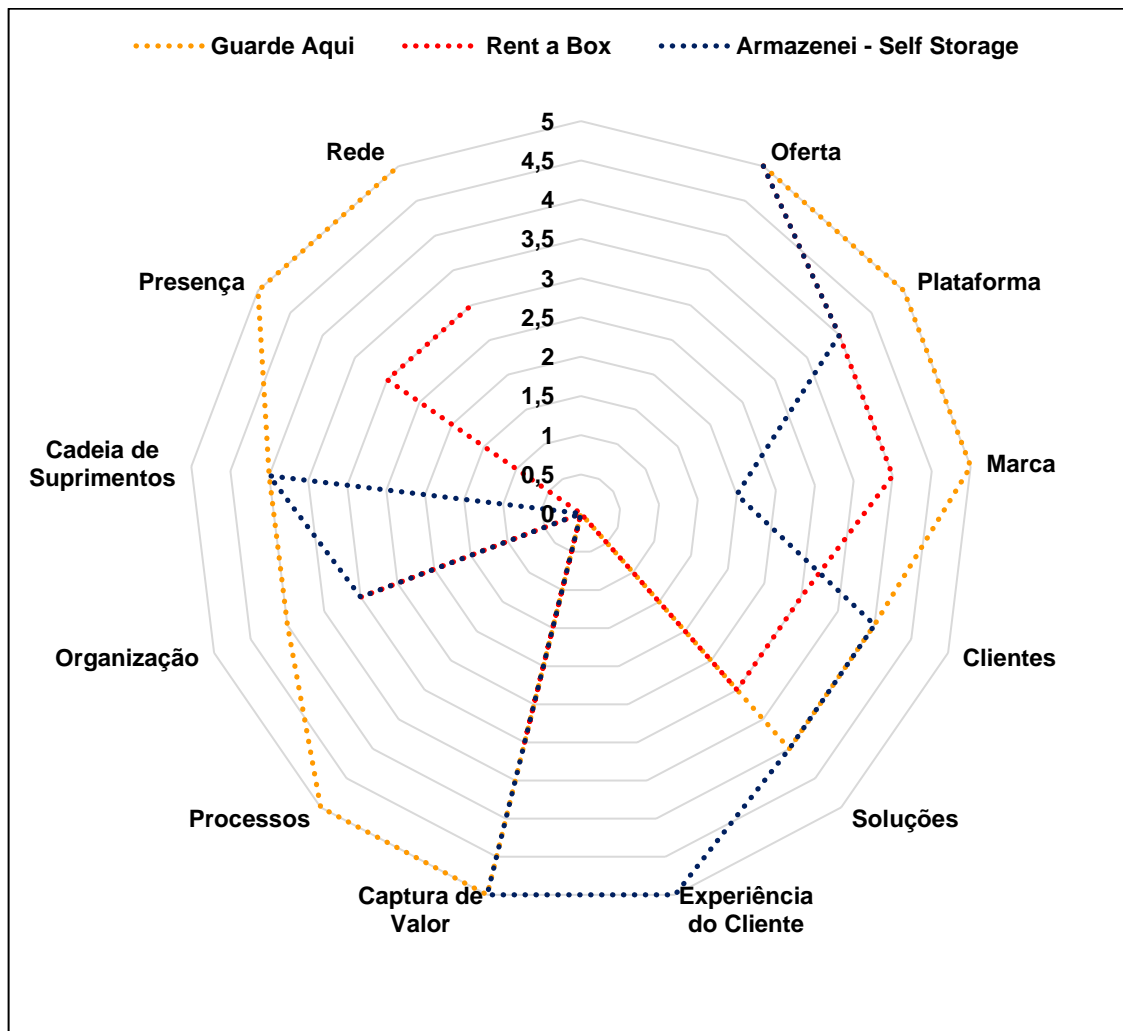
Tabela 1 – Notas Atribuídas

| Indicadores | Guarde Aqui | Rent a Box | Armazenei |
|------------------------|--------------------|-------------------|------------------|
| Oferta | 5 | 5 | 5 |
| Plataforma | 5 | 4 | 4 |
| Marca | 5 | 4 | 2 |
| Clientes | 4 | 3 | 4 |
| Soluções | 4 | 3 | 4 |
| Experiência do Cliente | 3,9 | 3,5 | 5 |
| Captura de Valor | 5 | 3 | 5 |
| Processos | 5 | 3,9 | 3,9 |
| Organização | 4 | 3 | 3 |
| Cadeia de Suprimentos | 4 | 4,5 | 4 |
| Presença | 5 | 3 | 3,9 |
| Rede | 5 | 3 | 3,8 |

Fonte: Autoras, 2023.

O Gráfico 3 apresenta o radar da inovação:

Gráfico 3 - Radar da Inovação



Fonte: Autoras, 2023.

A seguir são explicadas as razões da pontuação atribuída:

- Oferta: Foi considerado a oferta em pontuação de nível 5, devido ao fato de o empreendimento ser pioneiro na cidade de Praia Grande, o que pode proporcionar um grau de oferta e procura alta e a pesquisa de campo comprova que o tipo de serviço foi aprovado pelos clientes;
- Plataforma: Na questão de plataforma, foi distribuída a pontuação de grau 4, pois o serviço de *self storage* pode ser facilmente ampliado devido a suas diversidades de armazenamento, criando assim, novas plataformas;

- Soluções: Para atender as necessidades e identificar as dores dos clientes será utilizado de mecanismos personalizados e tecnológicos para obtenção dos resultados;
- Clientes: Identificar potencial de novos clientes na cidade de Praia Grande e litoral sul foi o diferencial do Armazenei. Anteriormente, ao procurarem serviços de auto armazenamento, as pessoas só tinham como opção duas empresas localizados na cidade de Santos;
- Experiência do Cliente: Para este quesito é necessário desenhar pontos de interação, desde contato inicial ou final. A empresa presa por este requisito, portanto, foi dada a pontuação em grau 5;
- Captação de valor: A captura de valor refere-se à capacidade da empresa de extrair e agregar valor ao seu produto/serviço, conseqüentemente agrada ao cliente e gera lucros a empresa. A nota foi de 5;
- Processo: Replanejar processos dentro de uma empresa visa revisar etapas de trabalho dentro do serviço, identificando possíveis gargalos e desperdícios para realizar uma entrega bem-feita. Por ser uma empresa que está em seu início, foi dada nota 3,9;
- Presença: Manter-se presente é uma ação fundamental ao negócio, para isto, a organização deve criar canais que possam disseminar seus serviços. Foi atribuída nota 3,9;
- Organização: Organização dentro do radar da inovação refere-se mudança da atividade, forma de organização (ou escopo) nos processos com foco no cliente através da eficácia e eficiência. Para esse requisito foi dada a pontuação 3;
- Cadeia de Fornecimento: Compreender a cadeia de fornecimento faz parte do *supply chain* de toda empresa. Em conjunto a isto, explorar formas de fornecimento faz parte do negócio. Foi distribuída pontuação em nível 4;
- Rede: As redes possuem uma variedade de canais para que as empresas possam se comunicar e comercializar seus produtos. Portanto, é fundamental criar redes inteligentes, integradas e que tenham *network* para que trabalhem em conformidade dentro dos processos do negócio. Foi distribuída a nota em nível 3,8;

- Marca: Foi atribuída classificação em grau 2, devido a ser uma empresa nova no segmento. O fortalecimento de uma marca leva tempo consolidação, planejamento, estratégias de diferenciação e disseminação aos consumidores.

4.2.2 Análise VRIO

Compreender os recursos e a capacidade de uma organização podem auxiliar na avaliação de sua força competitiva no mercado, uma das estratégias que podem ser adotadas é a destacada a seguir:

Munidos da visão baseada em recursos, é possível desenvolver um conjunto de ferramentas para analisar todos os diferentes recursos e capacidades que uma empresa pode possuir, bem como o potencial de cada um deles para gerar vantagens competitivas. Dessa forma, será possível identificar as forças e as fraquezas internas de uma empresa. A principal ferramenta para se conduzir essa análise é chamada de modelo VRIO. O modelo VRIO diz respeito a quatro questões que você deve levantar sobre um recurso ou uma capacidade para determinar seu potencial competitivo: as questões do Valor, da Raridade, da Imitabilidade e da Organização (Barney; Hesterly, 2007, p. 66).

Mascarenhas (2009), afirma que os componentes de valor, raridade, imitabilidade e organização, quando bem ordenados serão estratégicos para a empresa.

O quadro 3 mostra a relação destes componentes:

Quadro 3 - Descrição do Modelo VRIO

| | |
|----------------------|--|
| Valor | O recurso deve permitir que a empresa responda adequadamente a oportunidade e ameaças do ambiente de competição. |
| Raridade | O recurso valioso não deve estar disponível a outras empresas. |
| Imitabilidade | O recurso valioso e raro não poderá ser copiado ou substituído facilmente por outras empresas. |
| Organização | Para ser considerado recurso estratégico, a empresa deverá estar organizada adequadamente para explorar um recurso valioso, raro e dificilmente imitável |

Fonte: Adaptado de Mascarenhas, 2009.

O Quadro 4 mostra, a aplicação da ferramenta VRIO na empresa Armazenei:

Quadro 4 – Dimensões da Análise VRIO do Armazenei: *Self Storage*

| Empresa: Armazenei: <i>Self Storage</i> | | | |
|--|----------------|-----------------------------|---|
| É valioso? | É raro? | É difícil de imitar? | A empresa está organizada para explorar? |
| Sim | Sim | Não | Sim |

Fonte: Autoras, 2023.

- Valioso: Tem valor, uma vez que sua localização foi planejada de forma estratégica em um ponto de alta demanda com o foco em clientes da cidade de Praia Grande e cidades do litoral sul;
- Raridade: O empreendimento é considerado raro devido ao fato que na região da baixada santista foi detectado apenas outros dois prestadores do mesmo segmento de negócio;
- Imitabilidade: A prestação de serviço de *self storage* não é algo difícil de se imitar, visto que não possui propriedades únicas e exclusivas, seu formato estrutural não depende de grandes mecanismos para sua funcionalidade;
- Organização: Contará com uma estrutura otimizada/personalizada, recursos humanos e tecnológicos para o fortalecimento do negócio e entregar um serviço de qualidade atendendo as necessidades do cliente;

Com a análise dos pontos apresentados pela ferramenta VRIO, o Armazenei é considerado detentor de vantagem temporária.

4.3 ESTRUTURA DO NEGÓCIO

“A estrutura do negócio refere-se a como uma empresa deseja se representar legalmente na indústria ao ser formada. É o tipo de configuração que permite e restringe as atividades que uma empresa realiza como entidade após sua criação” (Wall Street Mojo, 2024, n.p.).

Tal estrutura pode variar significativamente em tamanho e complexidade, tudo dependerá do segmento empreendido ou qual é a ideia do negócio, sem seguir regras fixas (Almeida, 2018).

Na Figura 7, a estrutura, referente a este projeto é apresentada:

Figura 7 - Estrutura do Negócio



Fonte: Autoras, 2024.

A estrutura mostrada na Figura 7, inclui elementos que serão abordados nos tópicos 4.3.1 a 4.3.6.

4.3.1 Missão, Visão e Valores da empresa

A missão de uma empresa busca revelar seu propósito fundamental de existência: “A missão de uma organização define sua razão de ser, para que ela serve,

qual a justificativa de sua existência para a sociedade e delimita seu espaço de atuação, ou seja, a função social exercida por ela.” (Mendes, 2011, p. 74).

Ainda, de acordo com Keller e Kotler (2012, p. 40):

Para definir sua missão, a empresa deve responder às clássicas perguntas de Peter Drucker: Qual é o nosso negócio? Quem é o cliente? O que tem valor para o cliente? Qual será nosso negócio? Como deveria ser nosso negócio? Essas perguntas aparentemente simples estão entre as mais difíceis às quais a empresa terá de responder. O sucesso das empresas está em formular e abordar essas questões continuamente.

É a razão pela qual a empresa existe, o motivo principal de sua atuação. Segundo Campos e Barsano (2016, p. 37): “a definição de missão é de fundamental importância para a sobrevivência das organizações. Deve nortear a razão de ser das empresas, o porquê de sua existência. Deve ser bem objetiva [...]” Essa definição e finalidade são necessárias para que não se confundam com os demais conceitos apresentados pela empresa. Tal definição é apresentada na Figura 8.

Figura 8 - Missão da Empresa



Fonte: Autoras, 2023.

A visão de uma empresa é um ideal atingível, algo que deseja alcançar ulteriormente: “[...] a visão está focada no futuro e no destino. [...] é a imagem que o empreendedor tem a respeito do futuro do seu negócio. É o que ele pretende que o negócio seja dentro de um certo horizonte de tempo.” (Chiavenato, 2008, p. 146). Essa definição vai ao encontro de que:

A visão é a declaração do que a organização deseja ser, ou seja, da posição que ela deseja ocupar no futuro. Dessa forma, a visão reflete as aspirações da organização, devendo ser apresentada como um desafio para seus membros. A declaração de visão não estabelece ou expressa objetivos quantitativos, apenas fornece uma direção geral que deverá orientar o comportamento dos membros quanto ao futuro que a organização deseja construir (Sobral; Peci, 2008, p. 136).

Como definido pelos autores acima, a visão mostra quais são os objetivos que a instituição deseja atingir.

Para o Armazenei essa definição é apresentada na Figura 9:

Figura 9 – Visão da Empresa



Fonte: Autoras, 2023.

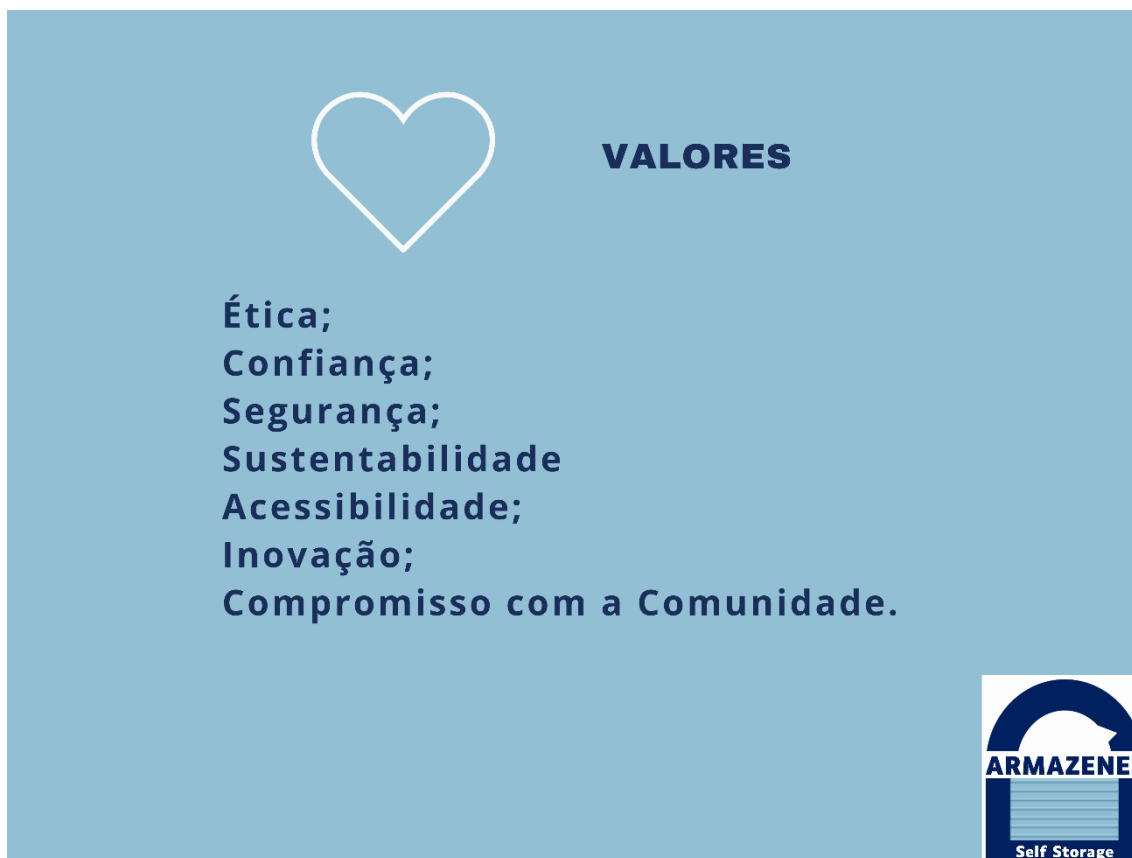
Ao abordar os valores, eles devem mostrar o que serve de norte para a empresa em sua cultura organizacional: “Os valores formam um conjunto de princípios que influenciam as decisões políticas e ações da empresa ao longo de todas as fases de sua evolução. [...] representam características que distinguem uma organização da outra.” (Mendes, 2011, p. 82).

Os valores devem ser alinhados com todos os membros que fazem parte da instituição:

As pessoas e famílias têm seus valores estabelecidos, como humildade, honestidade, ética, educação, respeito às pessoas, entre outros. Uma empresa deve agir da mesma forma na definição de seus valores. Ela deve pautar sua existência em valores aderentes ao seu negócio, coerentes com as necessidades de seus clientes e outras partes interessadas, como acionistas colaboradores, fornecedores e sociedade de forma geral. Os valores devem ser definidos de forma objetiva, como, por exemplo, “Ética”: o próprio termo se torna suficiente para o entendimento de todos, sem demais explicações. (Campos; Barsano, 2016, p. 38).

Essa relação de valores deve refletir a cultura da organização. Neste projeto, estão definidos na Figura 10:

Figura 10 – Valores da Empresa



Fonte: Autoras, 2023.

Eles foram inspirados nas definições encontradas no Dicionário Online de Português (2023, n.p.), sendo elas:

- **Ética:** representa o conjunto de regras morais e sociais que um indivíduo ou que a sociedade adota, ela reflete o agir com transparência e responsabilidade da empresa;
- **Confiança:** convicção ou segurança em relação a alguma coisa. A organização constrói uma relação de confiança com todos os envolvidos no empreendimento, clientes, colaboradores e comunidade;
- **Segurança:** situação livre de perigo. Manter instalações seguras e procedimentos rigorosos definem esse valor;
- **Sustentabilidade:** reduzir ou mitigar o impacto nos recursos naturais. Utilização de lâmpadas de *LED (Light Emitting Diode)* – diodo emissor de luz, uso de energia solar, descarte adequado dos resíduos, minimização do desperdício nas instalações;
- **Acessibilidade:** qualidade do que é acessível. Soluções de armazenamento para atender aos diferentes interessados, além de instalações projetadas de forma a garantir que todas as pessoas possam entrar e circular com facilidade, incluindo rampas, portas largas e áreas de manobra;
- **Inovação:** algo que surgiu recentemente. Adoção de soluções inovadoras e tecnológicas que melhorem a experiência do cliente e a eficiência nas operações;
- **Compromisso com a comunidade:** dever assumido com os indivíduos que compõem a comunidade, sejam eles moradores, empresários, visitantes e turistas.

4.3.2 Setores de Atividades

O governo de São Paulo (1999) através da portaria CAT- Coordenadoria da Administração Tributária, nº 50, diz que: “Artigo 2º - A empresa de "Self-Storage" estabelecida neste Estado deverá inscrever-se no cadastro de contribuintes do ICMS com o código 6810-2/02 da Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE”

A classificação estabelecida pelo CONCLA - Comissão Nacional de Classificação, coloca *self storage* no ramo de atividades imobiliárias.

O Anexo 1 deste projeto mostra a classificação apresentada pela página da instituição, contemplando-a no ramo de serviços, estabelecido no setor terciário da economia nacional.

4.3.3 Forma Jurídica

No Brasil existem tipos diferentes de contratos que podem ser celebrados entre as pessoas; destaca-se aqui o contrato de sociedade, onde duas ou mais pessoas celebram o acordo de uma sociedade a qual poderá ou não ter personalidade jurídica. Através deste contrato são estabelecidos os vínculos jurídicos dos contratantes (Mamede, 2017).

O empreendimento Armazenei: *Self Storage*, como cerca de 90% das sociedades nacionais, será uma sociedade limitada:

Na sociedade limitada, a responsabilidade de cada sócio pelas obrigações da sociedade é restrita ao valor não integralizado de suas quotas (art. 1.052 do Código de Civil), embora todos sejam solidariamente responsáveis pela integralização total do capital social; assim se um sócio já integralizou suas quotas, mas há sócios que ainda não o fizeram, todos poderão ser solidariamente demandados por esse valor em aberto (Mamede, 2017, p. 93).

Na sociedade limitada destacam-se:

- Flexibilidade e controle: oferece flexibilidade na distribuição de lucros e no controle operacional, permitindo que os sócios tenham maior autonomia na gestão do negócio;
- Limitação de responsabilidade: tal limitação protege os bens pessoais dos sócios, limitando sua responsabilidade financeira ao valor das quotas não integralizadas;
- Atração de investidores: pode ser mais atraente para potenciais investidores, por oferecer uma clara divisão de responsabilidades e estrutura formalizada.

Além disso, este plano de negócios é enquadrado como empresa de pequeno porte, definida pelo SEBRAE (2021, n.p.) como: “A sigla EPP é uma abreviação para Empresa de Pequeno Porte e para se enquadrar nesse grupo, a empresa precisa ter o faturamento de R\$360 mil a R\$4,8 milhões”.

Essa definição estabelece os limites de faturamento e permite que a empresa aproveite os benefícios específicos associados a esse enquadramento.

4.3.4 Enquadramento Tributário

A definição de tributos está exposta na lei nº 5.172, que rege o sistema tributário nacional:

Art. 2º O sistema tributário nacional é regido pelo disposto na Emenda Constitucional n. 18, de 1º de dezembro de 1965, em leis complementares, em resoluções do Senado Federal e, nos limites das respectivas competências, em leis federais, nas Constituições e em leis estaduais, e em leis municipais.

Art. 3º Tributo é toda prestação pecuniária compulsória, em moeda ou cujo valor nela se possa exprimir, que não constitua sanção de ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada.

Art. 4º A natureza jurídica específica do tributo é determinada pelo fato gerador da respectiva obrigação, sendo irrelevantes para qualificá-la:

I - a denominação e demais características formais adotadas pela lei;

II - a destinação legal do produto da sua arrecadação.

Art. 5º Os tributos são impostos, taxas e contribuições de melhoria. (Brasil, 1966, n.p).

Este plano de negócio está enquadrado no Simples Nacional, tal regime é definido como:

O Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Simples Nacional) unifica o pagamento de diversos tributos, inclusive impostos estaduais (ICMS), municipais (ISS) e a contribuição patronal para previdência (Governo Federal, 2023, n.p.).

A aptidão para tal regime (Governo Federal, 2023), engloba a natureza da sociedade empresária, sociedade simples, empresa individual ou empresário individual. A receita bruta anual deve ser de até R\$4.800.000,00, dentre outras características demonstradas no anexo 2 deste projeto.

4.3.5 Capital Social

De acordo com Mamede (2017, p. 57):

O contrato especificará, em moeda corrente nacional, o capital que os sócios estão investindo na sociedade. O valor do capital social será dividido em partes, chamadas de *quotas*. O contrato social definirá o número de quotas e seu valor, admitindo-se quotas de mesmo valor ou de valores distintos, devendo o somatório das quotas corresponder ao valor total do capital social.

Ainda, segundo o autor: “Nas sociedades limitadas, a exemplo do que ocorre com as sociedades por ações, o capital deverá ser integralizado em dinheiro ou bens, não se admitindo contribuição que consista em prestação de serviços” (2017, p. 94).

Dessa forma, o capital social apresentado é descrito no Quadro 5:

Quadro 5 - Capital Social

| Sócio | Valor (R\$) | Participação (%) |
|------------------------------------|--------------------|-------------------------|
| Roniéle Daiana Barboza | 343.533,88 | 50 |
| Victória Jesus Jasmouth de Santana | 343.533,88 | 50 |
| Total | 687.067,76 | 100 |

Fonte: Autoras, 2023

4.3.6 Fontes de Recursos

Os recursos de uma empresa podem ser através do capital próprio que, de acordo com Wainberg (2018, n.p.): “é obtido a partir da diferença entre tudo o que a empresa possui (ativos) e deve a terceiros (passivo), sendo também conhecido como patrimônio líquido.” Esse capital é composto pelo capital social e suas variações, além dos lucros e outras reservas.

É possível obter recursos de terceiros, definido por Silva (2021), como recurso fornecido por entidades externas para financiar atividades, produtos ou serviços quando a empresa não possui fundos suficientes. Esse capital é obtido por meio de financiamento ou empréstimo.

O Armazenei contará com a cooperação das sócias para iniciar o negócio.

4.4 ANÁLISE DE MERCADO

O termo mercado, segundo Kotler (1998), era um local onde, antigamente, compradores e vendedores realizavam escambo, uma troca de bens e serviços entre

si. Atualmente, na economia, a palavra é usada para definir um grupo de pessoas que negociam um ou mais produtos entre elas.

No contexto da empresa Armazenei, refere-se ao conjunto de todos os consumidores potenciais que compartilham de uma necessidade específica relacionada ao armazenamento de bens.

4.4.1 Pesquisa de mercado

Existem diferentes formas de pesquisas que podem ser aplicadas para ajudar na decisão sobre a implantação de um produto ou serviço:

Os métodos de pesquisa mais usuais são qualitativa e quantitativa. O propósito da pesquisa qualitativa é descobrir o que se passa na mente do consumidor. Para ter acesso a essa “caixa preta” é preciso utilizar-se de recursos que permitam adentrar à mente das pessoas. Os dados qualitativos são coletados para aprofundar conhecimento acerca de algumas coisas que não podem ser observadas e medidas diretamente.

[...] A pesquisa primária é dita quantitativa quando ela pode ser conduzida de maneira a propiciar um correto dimensionamento das respostas em relação ao tamanho do universo. [...] para obter uma acurácia nas respostas, é preciso que o método de coleta de dados esteja adequado ao tipo de problema a ser investigado. Pois há certos fatores que afetam a escolha do método de pesquisa, como o cálculo da amostra, o tipo de população escolhida, o questionário e o conteúdo das questões (Cobra, 2009, p. 72-73).

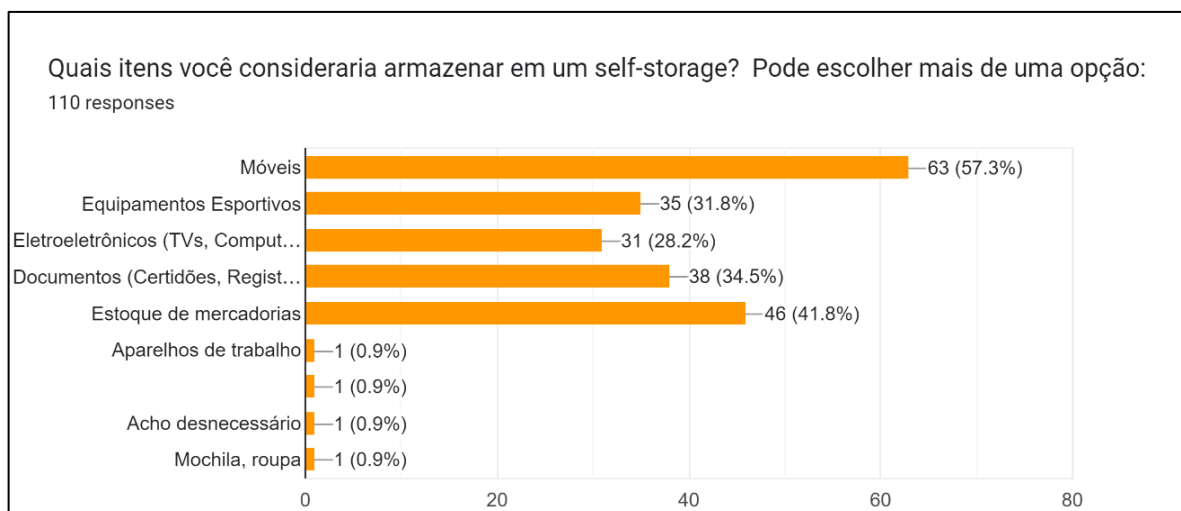
Realizar uma pesquisa de mercado é uma ferramenta auxiliar no lançamento de um produto, serviço e no planejamento de estratégias de negócios. Ela pode minimizar riscos e fornecer informações que orientam as decisões estratégicas da organização.

A pesquisa de marketing, é a identificação, a coleta, a análise, a disseminação sistemática e objetiva das informações para melhorar a tomada de decisão relacionada à identificação e à solução de problemas (também conhecida como oportunidades) no marketing (Malhotra, 2011, p. 4).

Com o intuito de saber sobre a viabilidade da instalação de um serviço de auto armazenamento na cidade da Praia Grande, foi realizada uma pesquisa disseminada nas redes sociais, criada através do *Google-Forms*, uma plataforma para gerenciamentos de pesquisa e coleta de informações.

Foram entrevistadas 110 pessoas, com destaque para as seguintes informações:

- O Gráfico 4 apresenta quais itens seriam armazenados caso o serviço fosse usado:

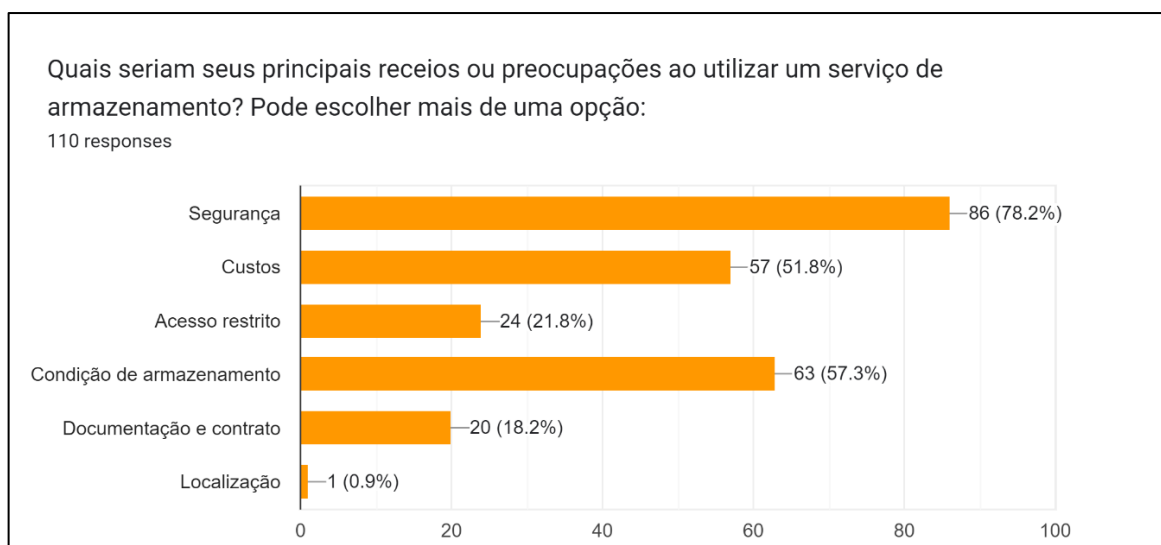
Gráfico 4 - Itens Armazenados

Fonte: Autoras, 2023.

Pode se observar no gráfico 4 que:

- 57,3% indicaram que guardariam móveis;
- 31,8% optariam por armazenar equipamentos esportivos;
- Outro dado expressivo é que 41,8% usariam o espaço para estocar mercadorias. Tais informações são essenciais para entender as necessidades dos clientes.

No Gráfico 5 são descritas as preocupações dos interessados ao usar um serviço de armazenamento:

Gráfico 5 - Receios ao Usar Serviço de Auto Armazenamento

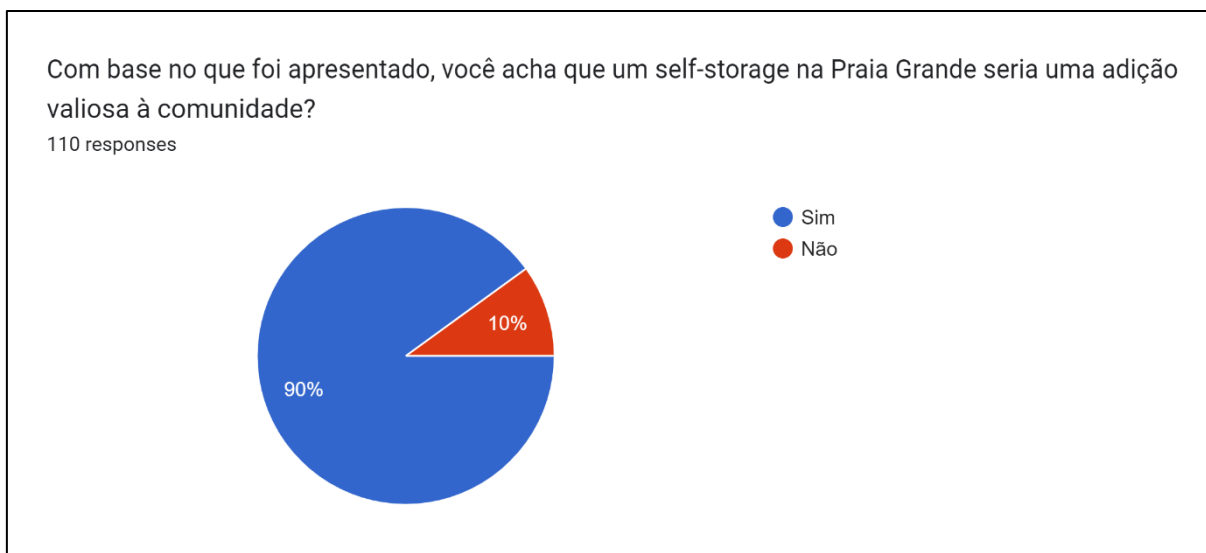
Fonte: Autoras, 2023.

Os dados demonstrados no gráfico 5 mostram que:

- 76,2% dos participantes expressaram preocupação com a segurança de seus bens, destacando a importância de enfatizar as medidas que devem ser adotadas pelo empreendimento;
- Mais da metade 57,3% expressaram preocupação sobre as condições em que os bens ficarão armazenados e 51,8%, com os custos. Isso sugere a necessidade de oferecer opções de preços competitivos e planos que atendam às necessidades financeiras dos interessados.

O Gráfico 6 mostra a opinião em relação a instalação do empreendimento na cidade:

Gráfico 6 - Pesquisa de Mercado



Fonte: Autoras, 2023.

A informação revelada no gráfico 6 evidencia que:

- 90% dos participantes consideram viável a instalação do empreendimento na cidade, indicando potencial de mercado;

Tais dados sugerem que há uma demanda real pelo tipo de serviço na cidade da Praia Grande.

4.4.2 Estudo dos clientes

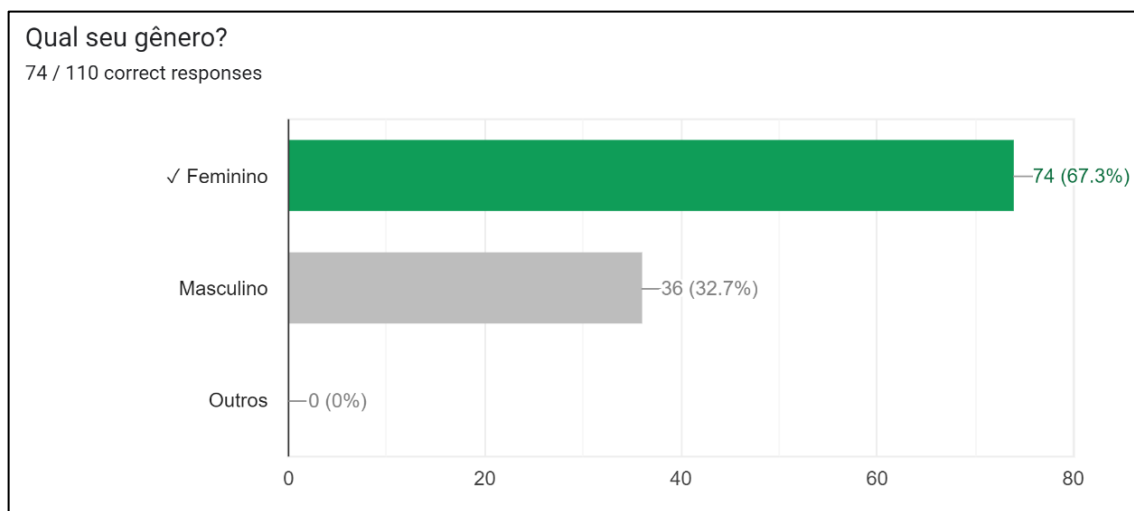
Para atender os clientes, as empresas precisam compreender suas necessidades e desejos individuais, o que permite oferecer produtos ou serviços personalizados.

O valor percebido pelos clientes varia conforme suas preferências, necessidades e expectativas. Estas são influenciadas por experiências de compra que já ocorreram e pelas recomendações que são feitas por outras pessoas, moldando suas expectativas sobre o que constitui um produto ou serviço de qualidade. Os clientes frequentemente desconfiam das promessas dos vendedores, muitas vezes devido a experiências negativas ou à percepção de interesses próprios por parte dos vendedores (Cobra, 2009).

Entender o perfil dos clientes que a empresa atenderá, colabora para a promoção dos produtos ou serviços e à adequação de necessidades buscadas:

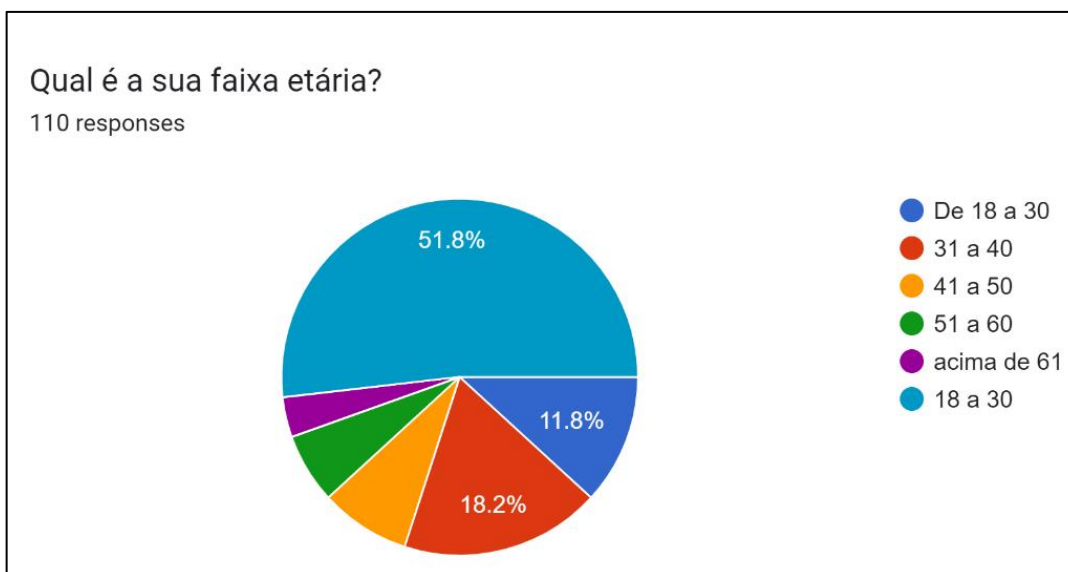
De acordo com a pesquisa realizada, o perfil dos clientes que serão atendidos neste empreendimento é representado pelos Gráficos 7, 8, e 9:

Gráfico 7 - Gênero Pesquisado



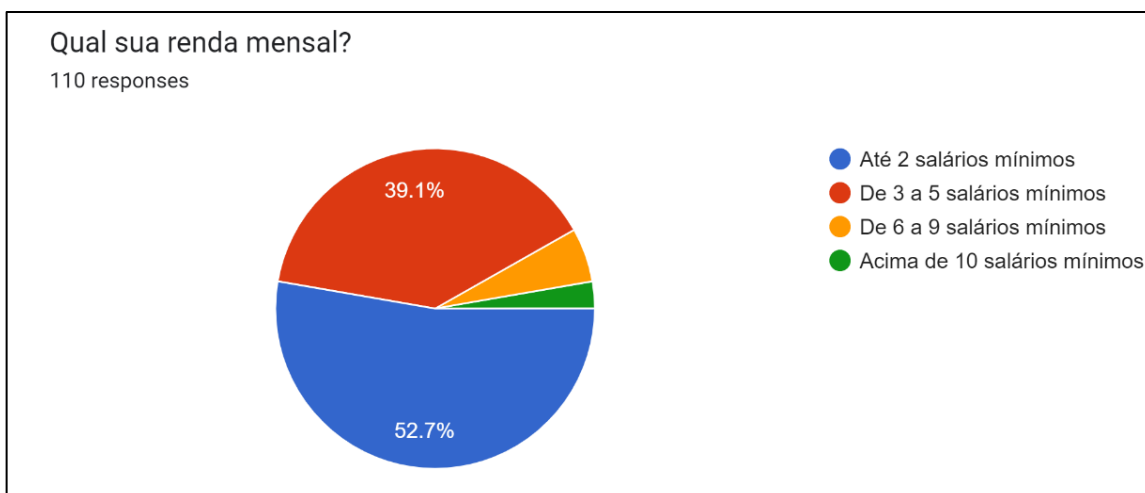
Fonte: Autoras, 2023.

- Formada em sua maioria por mulheres, 67,3%, enquanto 32,7% são homens.

Gráfico 8 - Faixa Etária Pesquisada

Fonte: Autoras, 2023.

- A faixa etária mais representativa é de 18 a 30 anos, 63,6%;
- Seguida por 18,2% entre 31 e 40 anos;
- 8,2% entre 41 e 50 anos;
- 6,4% entre 51 e 60 anos, e
- 3,6% acima de 61 anos.

Gráfico 9 - Renda Mensal Pesquisada

Fonte: Autoras, 2023.

- 52,7% têm uma renda de até 2 salários;
- 39,1% têm renda entre 3 e 5 salários;

- 5,5% têm renda entre 6 e 9 salários;
- 2,7% têm renda acima de 10 salários.

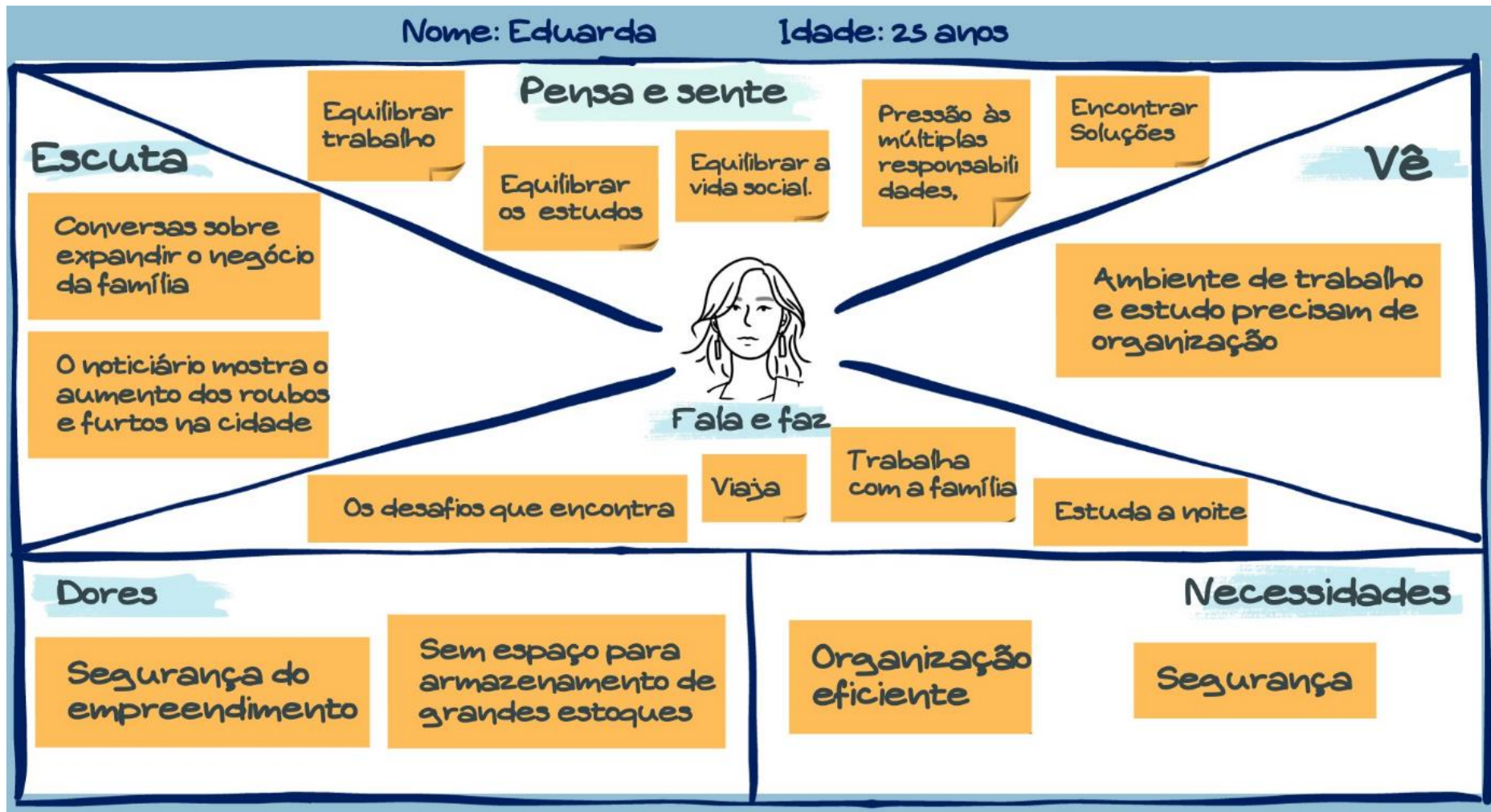
4.4.2.1 Mapa de empatia

Tal ferramenta auxilia na construção de um perfil mais completo dos clientes, direcionando o *design* para proposta de valor de maior eficácia, estratégias de alcance mais convenientes e um diálogo mais alinhado com as necessidades dos consumidores.

[...] ferramenta desenvolvida pela companhia visual XPLANE. Esta ferramenta, que também gostamos de chamar de “fácil analisador de clientes”, ajuda você a ir além das características demográficas e desenvolver uma compreensão melhor do ambiente, dos seus comportamentos, das suas preocupações e aspirações. Fazer isso permite desenvolver um Modelo de Negócio forte, pois o perfil vai guiar o design para melhores Propostas de Valor, maneiras mais convenientes de alcançar os clientes, e um diálogo mais apropriado com o cliente. Ele permite compreender melhor aquilo que o cliente está realmente disposto a pagar. (Osterwalder; Pigneur, 2011, p. 131.)

A Figura 11, baseada na pesquisa realizada, mostra o mapa da empatia de um provável cliente do Armazenei:

Figura 11 - Mapa de Empatia



Fonte: Autoras, 2023.

Ela é uma mulher de 25 anos chamada Eduarda, moradora da cidade da Praia Grande. Suas características levantadas no mapa da empatia são:

O que ela escuta:

- Conversas sobre expandir o negócio da família: discussões sobre estratégias de expansão da loja que presta manutenção e vende acessórios para celulares;
- Noticiário mostra aumento dos roubos e furtos na cidade: tem ciência das condições de segurança da cidade, gerando preocupações sobre a segurança do empreendimento familiar.

O que ela pensa e sente:

- Equilibrar trabalho: Eduarda pensa em maneiras de equilibrar suas responsabilidades no trabalho;
- Equilibrar estudos: gera pressão estar atarefada com a faculdade, mas também motivação para alcançar seus objetivos de educação;
- Equilibrar vida social: com os estudos e o trabalho, ela também precisa encontrar espaço para ela mesma, sair com amigos e com o namorado.

O que ela vê:

- Ambiente de trabalho e estudo precisam de organização: identifica a necessidade de organização no ambiente de trabalho, pois acaba utilizando dele para estudar em vésperas de provas e realizar trabalhos acadêmicos.

O que ela fala e faz:

- Desafios encontrados: compartilha com os colegas e o namorado os desafios enfrentados no equilíbrio entre trabalho, estudos e vida social;
- Viagens: conhecer lugares novos, desfrutar da estrutura do local são coisas que ela gosta de fazer;
- Trabalha com a família: envolvida ativamente nas operações do negócio familiar, Eduarda auxilia os pais na gestão da empresa;
- Estuda à noite: para aprimorar seu conhecimento, Eduarda cursa o segundo semestre de gestão empresarial na Fatec da Praia Grande.

Dores:

- Segurança do empreendimento: preocupação com a segurança do negócio familiar;
- Sem espaço para armazenamento de grandes estoques: enfrenta o desafio de falta de espaço para armazenar estoques maiores em períodos de maior demanda.

Necessidades:

- Organização eficiente: busca uma solução que ofereça uma organização eficiente e segura para a empresa;
- Segurança: prioriza um espaço seguro considerando as preocupações com roubos e furtos.

4.4.3 Estudo dos concorrentes

Conhecer os concorrentes contribui para identificar oportunidades, ameaças, reduzir custos e preencher lacunas, beneficiando o negócio. De acordo com Cobra (2009), a segmentação de mercado é essencial para uma estratégia competitiva pois permite que as empresas identifiquem e compreendam melhor os diferentes grupos de consumidores com necessidades semelhantes.

Ao dividir o mercado em segmentos, as empresas podem adaptar seus produtos, serviços e estratégias de marketing para atender de forma mais eficaz às demandas específicas de cada grupo.

Uma abordagem mais ampla da concorrência a longo prazo é essencial para antecipar mudanças no cenário competitivo e desenvolver estratégias de negócios que permitam à organização se adaptar e permanecer competitiva em um mercado em constante evolução. Para Kotler (2000, p. 245): “Assim que a empresa identifica seus principais concorrentes, ela deve descobrir suas características, especificamente suas estratégias, seus objetivos, suas forças e fraquezas e seus padrões de reação”.

A concorrência é um fator constante e dinâmico onde as empresas devem compreender não apenas seus concorrentes diretos, mas também os cenários mais amplos de concorrência que moldam seu setor.

Analisando o mercado de armazenamento na cidade da Praia Grande e região, não foi observado nenhum concorrente indireto ao setor. Entretanto, de forma direta, há dois concorrentes: as empresas *Guarde Aqui* e *Santos Rent a Box*, ambos na cidade de Santos.

As informações disponibilizadas no site da empresa *Guarde Aqui* (2023), dizem que:

- A rede foi fundada em São Paulo no ano de 2005. Desde então foram inauguradas mais de 20 unidades nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Distrito Federal.

A unidade de Santos, inaugurada em 2015 conta com:

- 3.500 m² de área dividido em 2 andares de boxes;
- Área de carga e descarga;
- Espaço equipado para uso corporativo;
- Docas privativas para carga e descarga;
- Elevadores de carga;
- Equipamentos para transporte de bens;
- Estacionamento para clientes;
- Limpeza e dedetização;
- Monitoramento 24h das áreas comuns.

O empreendimento *Rent a Box* conta com: “cinco unidades, todas no estado de São Paulo. Na cidade de Santos a inauguração ocorreu no ano de 2013” (*Rent a Box*, 2023, n.p). Apenas essas informações estão disponibilizadas no site da empresa.

4.4.4 As 5 forças de Porter

Porter (2009) apresenta 5 forças que, segundo o autor, são importantes para que uma empresa seja competitiva em seu ramo:

- Ameaça de novos entrantes: a entrada de novos competidores pode afetar os preços, custos e investimentos necessários para competir no mercado;
- Poder de barganha dos fornecedores: como os fornecedores podem influenciar os preços, qualidade e os custos dos produtos ou serviços;
- Poder de barganha dos clientes: como os clientes podem afetar os preços, a qualidade e os benefícios oferecidos pela indústria;

- Ameaça de produtos substitutos: produtos ou serviços substitutos podem competir com o produto principal da empresa afetando sua rentabilidade;
- Rivalidade entre concorrentes: como a competição entre as empresas que já operam na indústria pode afetar os preços, a inovação e a rentabilidade.

Para o Armazenei esses fatores são:

- Ameaça de novos entrantes: este fator é visto pela ótica estabelecida pelo ciclo de vida de um produto. Após o lançamento do Armazenei: *Self Storage*, outros empreendimentos podem perceber a oportunidade de mercado na cidade da Praia Grande (SP);
- Poder de barganha dos fornecedores: a influência dos fornecedores especializados em tecnologia de segurança e sistemas de monitoramento é significativa para o negócio, já que detêm um papel na garantia da segurança e integridade dos bens armazenados. O acesso a tecnologias de ponta e serviços de qualidade por parte desses fornecedores pode exercer impacto direto na eficiência operacional e na satisfação do cliente;
- Poder de barganha dos clientes: pelo fato de o conceito do empreendimento ser relativamente novo, clientes potenciais podem manifestar sensibilidade aos preços. É fundamental estabelecer uma comunicação eficaz que destaque os benefícios exclusivos oferecidos pelo *self storage*, além de implementar estratégias que agreguem valor à experiência;
- Ameaça de produtos substitutos: a lucratividade evidenciada no setor de *self storage* pode atrair a atenção de empreendedores inovadores, gerando o surgimento de novos modelos de armazenagem. Além disso, avanços tecnológicos contínuos podem promover o desenvolvimento de soluções mais seguras para armazenar bens no ambiente doméstico;
- Rivalidade entre concorrentes: a entrada de concorrentes, especialmente franqueados que já são consolidados da cidade de Santos, pode intensificar a competição. Empresas estabelecidas e bem reconhecidas podem aproveitar a força de suas marcas para conquistar espaço no mercado da Praia Grande (SP).

4.4.5 Análise PESTEL

Com a ajuda da ferramenta PESTEL é possível analisar cinco pontos essenciais à dimensão da estratégia empresarial:


[...] a estrutura PESTEL pode ser usada para identificar de que maneira as tendências futuras nos ambientes *políticos, econômicos, sociais, tecnológicos, ambientais (ecológicos) e jurídicos* são capazes de entrar em conflito com as organizações. Essa análise PESTEL fornece os “dados” gerais para identificar os *principais indicadores de mudanças*. Esses principais indicadores podem ser utilizados na construção de *cenários* de futuros possíveis. Os cenários avaliam a necessidade de mudanças estratégicas de acordo com as *possibilidades* de mudança do ambiente de negócios (Johnson; Scholes; Whittington, 2011, p. 46-47).

Em meio a um cenário caracterizado por mudanças rápidas e impactantes, compreender tais forças auxilia na sobrevivência e no crescimento sustentável de qualquer organização.

De acordo com o levantamento realizado, tais fatores do Armazenei são representados na Figura 12:

Figura 12 - Análise PESTEL

| POLITICS | ECONOMY | SOCIETY | TECHNOLOGY | ENVIRONMENT | LAW |
|--|----------------------|--------------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------|
| P | E | S | T | E | L |
| Tributação estadual | Taxas de juros | Crescimento populacional | Inovações tecnológicas | Sustentabilidade | Regulamentação federal |
| Reforma tributária | Condições econômicas | Padrão de consumo | Aplicativos móveis | Considerações ambientais | Contratos |
| Importância do estado para a federação | Custo da locação | Tendências sociais e culturais | Marketing | Riscos ambientais | Legislação municipal |



Fonte: Autoras, 2023.

4.4.5.1 Fatores Políticos

Definido por Johnson; Scholes e Whittington (2011, p. 48 - 240) como: “os ambientes políticos podem se alterar rapidamente [...] a política ressalta o papel dos governos.” Como mostrado na Figura 12, os fatores políticos que podem influenciar o empreendimento são:

- Tributação estadual: o estado de São Paulo regulamenta a tributação referentes ao ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias) do setor, o que favorece a estabilidade na cobrança e a instalação de novos empreendimentos, proporcionando um ambiente regulatório propício para o crescimento e desenvolvimento do mercado;
- Reforma tributária: o setor de serviços pode ser afetado devido ao aumento das alíquotas de impostos, que passariam de 2,65% e 8,65% para 27% até 33%, sem a possibilidade de créditos compensatórios. Além disso, pode ocorrer a obrigação de mais obrigações acessórias (Costa, 2024);
- Importância do estado para a federação: dada importância das decisões políticas tomadas no estado de São Paulo, suas dinâmicas podem influenciar diretamente as condições de negócios, inclusive do ramo de armazenamento.

4.4.5.2 Fatores Econômicos

Fatores como taxas de juro, PIB e renda ajudam na compreensão do ambiente macroeconômico operado pela empresa e na tomada de decisões para o desenvolvimento de estratégias. “Comparações decisivas ao se decidir entrar são feitas a partir dos níveis do produto interno bruto e de renda disponível, que ajudam a estimar o tamanho potencial do mercado.” (Johnson; Scholes; Whittington 2011, p. 240).

Nesta pesquisa, esses fatores são representados por:

- Taxas de juros: decisões de política monetária relacionadas à oferta de dinheiro, podem fazer com que os clientes invistam em serviços essenciais, preterindo os adicionais como o de auto armazenamento;

- Condições econômicas: um ambiente econômico em expansão pode proporcionar mais atividade comercial, incidindo uma demanda potencial por serviços de armazenamento;
- Custo da locação: durante períodos de crescimento econômico, a demanda por auto armazenamento pode aumentar, pois pessoas físicas e empresas podem buscar espaço para armazenar bens, mercadorias ou realizar novos negócios. Esse aumento de procura pode elevar os custos de locação, já que a oferta disponível pode não acompanhar o ritmo da demanda, resultando em preços mais altos para alugar esses espaços.

4.4.5.3 Fatores Sociais

Este item, muitas vezes avaliado com sutileza, possui um impacto profundo na jornada empresarial e o sucesso estratégico se torna inseparável da compreensão das dinâmicas sociais. Ele é entendido como:

Fatores sociais claramente serão importantes – por exemplo, a disponibilidade de uma força de trabalho bem qualificada ou o tamanho dos segmentos demográficos de mercado – jovens e idosos - relevantes para a estratégia. As variações culturais precisam ser consideradas para, por exemplo, definir as preferências de mercado (Johnson; Scholes; Whittington, 2011, p. 240)

A análise desse fator mostra que:

- Crescimento populacional: pode indicar uma maior demanda por serviços de armazenamento, especialmente em regiões urbanas, como a Baixada Santista, onde a densidade populacional vem crescendo de acordo com os dados já apresentados;
- Padrão de consumo: tendências sociais e culturais afetam a demanda e a preferência por tipos de produtos armazenados;
- Tendências sociais e culturais: variações culturais podem influenciar o tipo de itens que as pessoas desejam armazenar, seja por motivos sazonais, de estilo de vida ou culturais.

4.4.5.4 Fatores Tecnológicos

A evolução tecnológica não apenas define o panorama empresarial, mas também estabelece as bases para o sucesso ou declínio da organização.

A tecnologia evolui a um ritmo acelerado, o que faz com que empresas precisem estar atualizadas a essas mudanças. Neste item são incluídos fatores como mudanças tecnológicas, taxa de obsolescência, automação e, claro, inovação. É importante levar os fatores tecnológicos em consideração, pois uma organização que não se atualiza corre o sério risco de ficar para trás (Camargo, 2017, n.p.)

A tecnologia é essencial ao setor de armazenamento de bens, pois está diretamente ligada aos meios de segurança que são utilizados. No modelo de negócios aqui apresentado destacam-se:

- Inovações tecnológicas: podem melhorar a eficiência operacional do empreendimento, como automação de processos e, essencialmente à segurança;
- Aplicativos móveis: podem facilitar a interação dos clientes com o serviço de armazenamento, permitindo reservas, pagamentos e notificações em tempo real;
- *Marketing*: o *marketing* digital possibilita o uso de ferramentas que avaliem o desempenho de campanhas, comportamento do cliente e o ajuste nas estratégias seguindo as informações coletadas. A colaboração com influenciadores e empresas nas redes sociais pode aumentar a visibilidade da marca.

4.4.5.5 Fatores Ambientais

O crescente destaque da responsabilidade social adotado pelas empresas, trouxe consigo a necessidade de compreender e abordar os impactos ecológicos de forma proativa. Esses fatores, de acordo com Camargo (2017, n.p.):

Dizem respeito à influência do meio ambiente e o impacto dos aspectos ecológicos. Com o aumento da importância da RSE (Responsabilidade Social Empresarial), fatores ambientais tornam-se cada vez mais importantes. Aqui entram itens como procedimentos de reciclagem, pegada de carbono, eliminação de resíduos e sustentabilidade.

Os fatores levantados neste projeto são:

- Sustentabilidade: empresas comprometidas com práticas ambientais como reciclagem, uso de energia limpa e redução de resíduos, destacam-se como escolhas preferenciais para os clientes, que valorizam negócios alinhados à responsabilidade ambiental;
- Considerações ambientais: pela natureza do empreendimento, ressalta-se que ele não gera resíduos poluentes, como fumaça, poluição atmosférica, ou dejetos industriais. A ausência destes, contribui para a redução de poluentes e posiciona o *self storage* como uma opção mais sustentável em comparação a atividades que podem gerar poluição significativa;
- Riscos ambientais: a cidade da Praia Grande é suscetível a enchentes durante períodos de chuva. Isso pode afetar o acesso ao empreendimento.

4.4.5.6 Fatores Legais

No mundo empresarial, a compreensão das nuances legais é imprescindível para as organizações:

Qualquer empresa, independente do porte, deve entender o que é legal e permitido nos territórios em que atuam. Além disso, é necessário estar ciente de qualquer alteração na legislação e o impacto que isso possa ter sobre as operações comerciais e financeiras, especialmente porque novas leis podem significar aumento de imposto, o que impacta no orçamento empresarial. Exemplos de fatores a serem analisados aqui incluem legislação laboral, direito do consumidor, leis de segurança, regulamentação e restrições internacionais e comerciais (Camargo, 2017, n.p.).

Foram analisados os seguintes fatores nesta pesquisa:

- Regulamentação federal do setor de *self storage*: a ausência de regulamentação federal específica para o setor, coloca a operação sob a influência das jurisprudências e decisões vigentes no país, destacando a importância de monitorar e adaptar-se às tendências legais;
- Contratos: delineiam as responsabilidades tanto da empresa quanto do cliente, incluindo especificações sobre a segurança dos bens armazenados, procedimentos em casos de danos e obrigações de pagamento;
- Legislação municipal: lei de zoneamento da cidade da Praia Grande pode estabelecer regras que determinam onde o empreendimento pode ser localizado e padrões na construção.

4.4.6 Análise SWOT

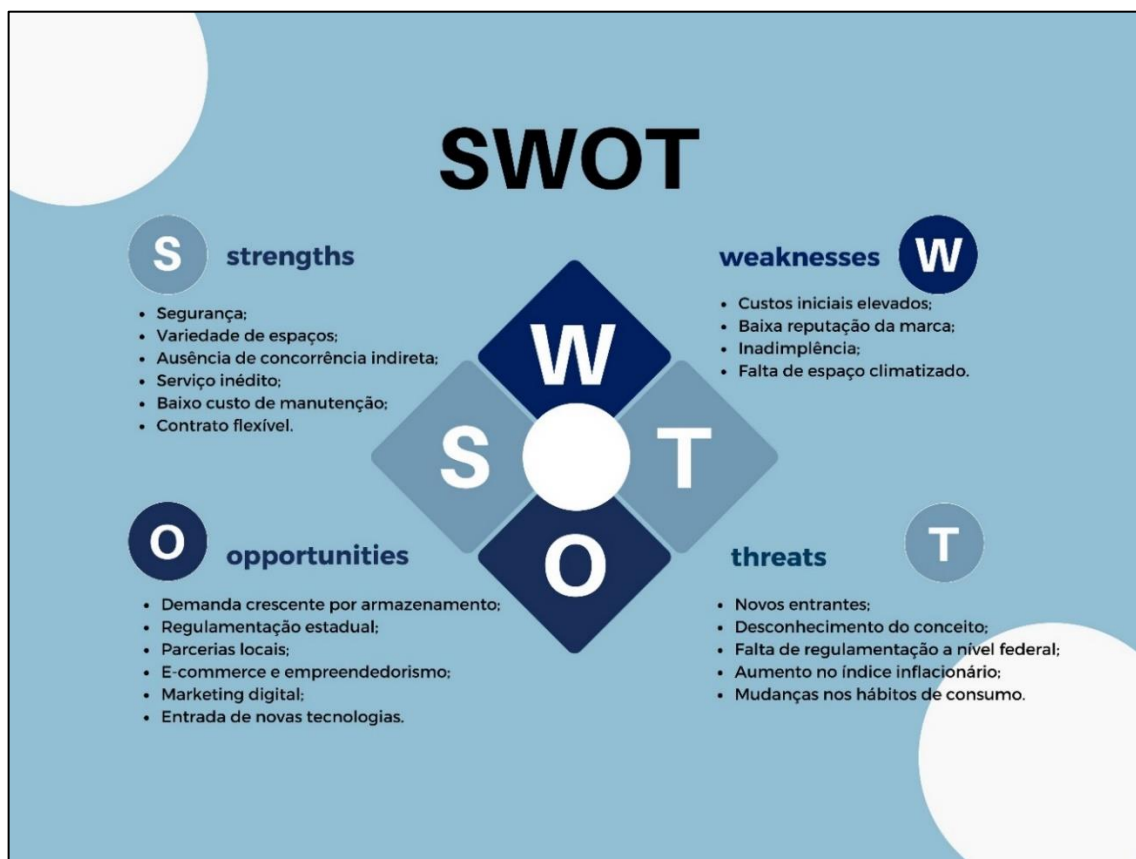
Esse método de planejamento estratégico, é a sigla das palavras em inglês:

- *Strengths* (forças);
- *Weaknesses* (fraquezas);
- *Opportunities* (oportunidades) e
- *Threats* (ameaças).

Também chamada de análise FOFA, incorporando as letras em português à sigla. Ela visa realizar a análise do ambiente interno e externo de uma organização para que essa possa tomar decisões, mostrada na Figura 13:

A análise SWOT funciona bem antes de qualquer decisão estratégica, tática ou operacional que precise ser tomada por uma equipe. Pode ser a empresa inteira, uma área ou um time menor, que esteja envolvido em um projeto. Há quem, inclusive faça a matriz SWOT para analisar uma decisão pessoal. Este é um exercício que pode ser feito rapidamente para analisar uma ideia em uma reunião, mas também pode ajudar em grandes objetivos estratégicos, capazes de mudar o jogo. (Borges, 2013, n.p.).

Figura 13 - Matriz SWOT



Fonte: Autoras, 2023.

Analisando esse método, temos as seguintes informações sobre o plano de negócios aqui levantado:

Forças: “quaisquer atividades nas quais a organização se saia bem ou quaisquer recursos que ela tenha disponíveis.” (Robbins; Coultier, 1996, p. 164).

- Segurança: monitoramento por câmeras, sistemas de alarme e controle de acesso, para garantir a proteção aos pertences;
- Variedade de espaços: para atender às diferentes necessidades dos clientes;
- Ausência de concorrência indireta: não há nenhum empreendimento com similaridade de serviço na cidade da Praia Grande (SP);
- Serviço inédito: único empreendimento do gênero na cidade;
- Baixo custo de manutenção: os custos com manutenção do espaço são relativamente baixos, o que contribui significativamente para a eficiência operacional do empreendimento;
- Contrato flexível: Os contratos são elaborados com base nas necessidades do cliente, isto é, o locador tem a liberdade de escolher o período de locação que melhor atendam suas necessidades.

Fraquezas: “são atividades nas quais a organização não se sai bem, ou recursos dos quais necessita mas não possui.” (Robbins; Coultier, 1996, p. 164).

- Custos iniciais elevados: o negócio começará do zero, o que inclui investimento para adequação do galpão e implementação de sistemas de segurança;
- Baixa reputação da marca: por ser nova no mercado, ainda não é conhecida pelo público;
- Inadimplência: o risco de inadimplência em um negócio de *self storage* refere-se à possibilidade de os clientes não cumprirem com os pagamentos acordados pelos serviços de armazenamento oferecidos.
- Falta de espaço climatizado: em uma região como o litoral, onde as condições climáticas apresentam altas temperaturas e níveis de umidade, pode representar um empecilho para clientes que precisam armazenar objetos em madeira ou documentos antigos, que são sensíveis à variação de temperatura.

Oportunidades:

As oportunidades podem ser classificadas de acordo com sua atratividade e com sua probabilidade de sucesso. O sucesso de uma organização depende não só de as características de seus negócios atenderem aos requisitos-

chave de êxito na operação em mercados-alvo, mas também de superarem os pontos fortes dos concorrentes (Kotler, 2000, p. 98).

- Demanda crescente por armazenamento: aumento na densidade populacional, desenvolvimento imobiliário e econômico, pode aumentar a demanda por espaços de armazenamento;
- Regulamentação estadual: o estado de São Paulo regulamenta a atividade através da portaria CAT 69/99, o que oferece uma estrutura legal para as operações no ente federativo. Essa portaria proporciona segurança jurídica aos empreendedores e locatários estabelecendo regras sobre tributação e licenciamento;
- Parcerias locais: oportunidades de parceria com empresas imobiliárias, empresas de mudanças, lojas de móveis, entre outros que podem oferecer descontos mútuos ou serviços combinados;
- *E-commerce* e empreendedorismo: aumento no comércio eletrônico e no empreendedorismo local, poderá aumentar a demanda por espaços de armazenamento para produtos e estoques.
- *Marketing* digital: impulsionar campanhas divulgando o conceito e os benefícios de um *self storage*;
- Entrada de novas tecnologias que permitam acompanhamento em tempo real do interior dos boxes por parte dos locatários.

Ameaças: definida por Kotler (1998, p. 87), como “[...] um desafio decorrente de uma tendência ou desenvolvimento desfavorável que levaria, na ausência de ação defensiva de *marketing*, a deterioração das vendas ou do lucro”. Tais fatores relacionados ao plano de negócios Armazenei: *Self Storage* são:

- Novos entrantes: por ser um empreendimento inédito na cidade, a possibilidade de novos entrantes adotarem o mesmo modelo de negócio é maior;
- Desconhecimento do conceito: o termo ainda não é muito conhecido no Brasil, sendo necessário maiores ações em divulgação
- Falta de regulamentação a nível federal: por não haver regulamentação neste nível, pode ocorrer insegurança jurídica para os empreendimentos, tornando-os mais suscetíveis a interpretações variadas das leis locais e prejudicando sua operação;
- Desaceleração econômica: pode afetar a demanda por serviços de armazenamento;

- Aumento no índice inflacionário: pode influenciar nos valores de locação;
- Mudanças nos hábitos de consumo: redução da posse de itens físicos devido ao crescimento do compartilhamento e otimização.

O quadro 6, determina as estratégias a serem seguidas de acordo com as informações coletas a partir da matriz *SWOT*:

Quadro 6 - Determinação de Estratégia a partir da Matriz *SWOT*

| | Oportunidade | Ameaça |
|----------|--|---|
| Força | Alavancagem: ocorre quando uma oportunidade encontra um ou mais pontos fortes da organização, permitindo que se possa tirar proveito da situação. | Vulnerabilidade: ocorre quando existe uma ameaça, mas a organização possui um ou mais pontos fortes para neutralizar ou anular seus efeitos. |
| Fraqueza | Limitações: ocorre quando uma oportunidade não pode ser aproveitada devido a um ou mais pontos fracos da organização. | Problemas: ocorre quando uma ameaça encontra um ou mais pontos fracos. |

Fonte: Freitas, 2016.

Após realizar a análise *SWOT* cruzada do Armazenei: *Self Storage*, chegou-se às seguintes informações:

- Forças e oportunidades - situação de alavancagem:

Estratégia ofensiva, a empresa possui o necessário para competir no mercado.

Junção: segurança + variedade de espaços + demanda crescente por armazenamento: através da integração dessas forças e oportunidades, fica evidenciada a viabilidade de instalação do empreendimento na cidade, para atendimento da demanda.

- Forças e ameaças - situação de vulnerabilidade:

Estratégia de confronto. A empresa tem pontos de forças que podem mitigar os pontos de ameaças.

Junção: ausência de concorrência + desconhecimento do conceito: se o mercado tem pouco ou nenhum conhecimento sobre essa área, precisa investir em *marketing*, promoção e divulgação do serviço que será oferecido.

4.5 PLANO DE *MARKETING*

No cenário empresarial, o *marketing* ganha destaque ao mostrar que sua função é o gerenciamento das relações com os clientes.

A função do marketing, mais do que qualquer outra nos negócios, é lidar com os clientes. [...] marketing é administrar relacionamentos lucrativos com o cliente. Os dois principais objetivos do marketing são: atrair novos clientes, prometendo-lhes valor superior, e manter e cultivar os clientes atuais, propiciando-lhes satisfação. (Kotler; Armstrong, 2007, p. 3).

Nesse contexto, ele emerge como uma ferramenta estratégica para o sucesso empresarial, pois direciona ações destinadas a construir e fortalecer os vínculos com o mercado-alvo.

O conjunto de fatores gerenciáveis, que desempenham um papel fundamental na configuração da resposta dos consumidores ao mercado, é chamado de mix de *marketing*, Kotler e Armstrong (2007, p. 42) definem esse sistema como:

O mix de marketing é o conjunto de ferramentas de marketing táticas e controláveis que a empresa combina para produzir a resposta que deseja no mercado-alvo. Consiste em tudo que a empresa pode fazer para influenciar a demanda de seu produto.

Dentro desse mix, de acordo com os autores supracitados, existem variáveis chamadas de 4 Ps, onde:

- Produto: são os bens e serviços que uma instituição oferece ao mercado;
- Preço: é o valor monetário que o cliente paga para adquirir o que deseja;
- Praça: é entendida como a forma e local onde os produtos/serviços são disponibilizados ao público;
- Promoção são as ações destinadas a apresentar os atributos do produto/serviço, para que despertem o interesse de aquisição.

A interação cuidadosa e equilibrada desses elementos contribui para orientar as percepções e comportamentos dos consumidores, influenciando o desempenho no mercado. Desta forma, o plano de marketing do Armazenei: *Self Storage* segue a seguinte premissa, apresentada na Figura 14:

Figura 14 - Plano de Marketing



Fonte: Autoras, 2024.

- Análise da situação da empresa: através da matriz *SWOT*, avaliando os pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças do negócio, demonstrado no item 4.4.6;
- Entendimento do público-alvo: características identificadas no item 4.4.2, como necessidades, desejos e problemas dos potenciais clientes, considerando seus hábitos e comportamentos;
- Estudo da concorrência: no item 4.4.3, foram analisados os concorrentes diretos, para entender seu posicionamento no mercado, identificando oportunidades de diferenciação para que os pontos fortes do Armazenei sejam destacados;
- Definição das estratégias dos 4 Ps do *marketing*, detalhadas entre os itens 4.5.1 a 4.5.4.

4.5.1 Descrição dos Principais Produtos e Serviços

Muito mais que a oferta de algo tangível, um produto é tudo que de alguma maneira é oferecido ao mercado para satisfazer as necessidades e desejos do cliente. É um conjunto de bens físicos, serviços, experiências, eventos, pessoas, lugares e afins que são comercializados pelas organizações. (Kotler; Keller, 2006)

Este plano de negócios visa oferecer boxes de auto armazenamento para locação, divididos em 4 tamanhos diferentes, sendo unidades compactas e maiores, representados na Tabela 2:

Tabela 2 - Tamanho dos Boxes

| Medidas (M) | Altura (M) | Tamanho (M ²) | M | Quantidade instalada |
|--------------|------------|---------------------------|-----|----------------------|
| 3X1 | 2,5 | 3 | 7,5 | 50 |
| 3X2 | 2,5 | 6 | 15 | 65 |
| 3X4 | 2,5 | 12 | 30 | 45 |
| 5X4 | 2,5 | 20 | 50 | 5 |
| Total | - | - | - | 165 |

Fonte: Autoras, 2024.

São 165 boxes com tamanhos de: 3, 6, 12 e 20 m², todos com 2,5 metros de altura.

A visão de um dos corredores, mostrando o exterior dos boxes é projetada na Figura 15:

Figura 15 - Corredor



Fonte: Autoras, 2024.

- Cada *box* tem estrutura em barras de aço revestidas com chapas de aço galvanizado. A parte superior conta com ventarolas (pequenas janelas) que permitem a circulação de ar;
- O fechamento é através de porta de enrolar;

- As portas são trancadas com cadeados e as chaves ficam com o locatário, fazendo com que apenas ele, ou quem ele autorizar, possa acessar o interior do *box*;
- Os corredores possuem lâmpadas com sensores de movimento, proporcionando iluminação quando necessário e reduzindo o consumo de energia;
- Para mitigar os riscos de incêndios, que podem ser causados por mau uso, não há tomadas e nem lâmpadas dentro dos boxes. Caso o locatário necessite, são disponibilizadas lanternas de *LED*, como o modelo mostrado na Figura 16, para uso durante permanência no box;

Figura 16 - Lanterna de *LED*



Fonte: Casa do Brigadista, 2024.

- O Armazenei oferece, ao redor do galpão, estacionamento coberto, inclusive para veículos de grande porte, com espaço para manobras e operações de carga e descarga;
- Carrinhos de carga ficam disponibilizados na entrada do empreendimento, com capacidade para 200 e 400 Kg (quilograma), além de carrinhos de compras, comumente usados em supermercados (Figuras 17, 18 e 19):

Figura 17 - Carrinho Plataforma: Capacidade de 400 KG



Fonte: Metalosa, 2024,

Este com capacidade para até 400 Kg, permite carregar grandes quantidades, reduzindo o esforço físico devido à sua robustez.

Figura 18 - Carrinho de Compras



Fonte: Efácil, 2024

Figura 19 - Carrinho de Carga: Capacidade de 200 kg



Fonte: Gadotti, 2024.

Os carrinhos apresentados nas Figuras 18 e 19, auxiliam no transporte de grandes volumes.

4.5.2 Preço e Precificação

Definir a precificação do produto/serviço é uma das principais etapas para que a empresa atinja seus objetivos. A precificação deve ser o resultado da análise de fatores como: o valor percebido pelos clientes, sazonalidade, ociosidade da capacidade produtiva e o ciclo de vida dos produtos (Porto, 2014).

Os preços de locação no Armazenei, variam entre R\$350,00 a R\$1.800,00, conforme Tabela 3:

Tabela 3 - Valor do Aluguel

| Tam (m ²) | Valor do aluguel (mensal) |
|-----------------------|---------------------------|
| 03 | R\$ 350,00 |
| 06 | R\$ 680,00 |
| 12 | R\$ 1.200,00 |
| 20 | R\$ 1.800,00 |

Fonte: Autoras, 2024.

Como demonstrado na Tabela 3, os valores foram definidos com base em análise de mercado, considerando tamanho do *box*, localização do empreendimento, demanda e oferta na região. Havendo necessidade, tais valores serão revisados.

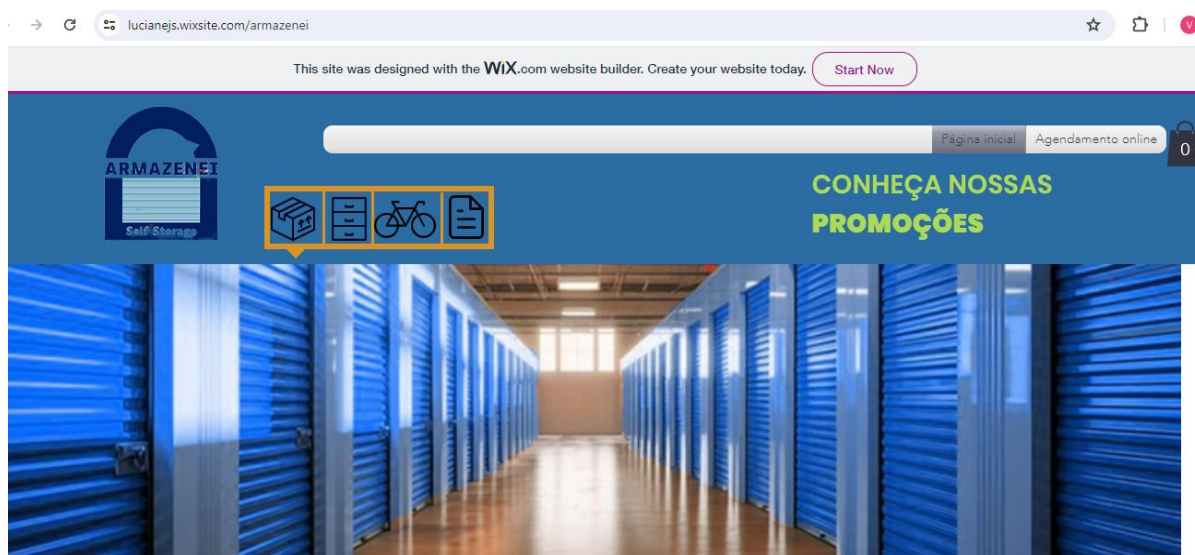
4.5.3 Estratégias Promocionais

Estratégias promocionais para Casas (2009) diz respeito às atividades que complementam as vendas pessoais e propagandas do negócio: seu propósito é atrair e promover seus consumidores incentivando a aquisição dos produtos.

A estratégia promocional adotada pelo Armazenei será:

- Participação em eventos, feiras e festivais promovidos na região;
- Divulgação através das emissoras de rádio e televisão;
- Por intermédio das plataformas de mídia digitais da empresa como: *Site*, *Instagram*, *Facebook* e *WhatsApp* como demonstra a Figura 20.

Figura 20 - Site da Empresa



Fonte: Autoras, 2024.

Essas estratégias têm o intuito de aumentar a visibilidade do empreendimento e atrair potenciais clientes.

4.5.4 Estrutura de Comercialização e Logística de distribuição

O projeto do ambiente de um serviço está intrinsecamente ligado à estética, aparência física e outros elementos de interação. Essa estrutura impacta na forma como as tarefas são realizadas pela equipe e desempenham papel na formação da identidade da natureza da experiência do cliente. (Lovelock; Wirtz, 2006).

A estrutura do Armazenei foi projetada para atender às necessidades práticas e de segurança, oferecendo conveniência e facilidade, distribuídos dentro de um espaço de 1.500 m². As instalações deverão ser mantidas limpas, iluminadas e conservadas. Considerando esses elementos, é sugerida da seguinte estrutura:

- Unidades de armazenamentos variadas: a empresa oferecerá 4 tamanhos de espaço para atender às necessidades de armazenamento dos clientes, de pequenos a grandes objetos. Deve ocupar a maior parte do *layout*;
- Corredores de acesso: estarão dispostos em fileiras, permitindo acesso passagem de carrinhos e movimentação de pessoas;
- Escritório administrativo: espaço onde ficarão as sócias e o auxiliar administrativo;
- Refeitório: destinado as refeições dos colaboradores e ao descanso;
- Banheiros: 2 unidades, sendo 1 banheiro feminino e 1 masculino;
- Serviços adicionais: vendas de cadeados;
- Depósito: para armazenar materiais de limpeza, conservação do ambiente e estocagem.
- Estacionamento: vagas na área externa do galpão.

A estrutura foi planejada para a comercialização e prestação do serviço de forma otimizada, permitindo que os locatários possam acessar seus pertences sem obstáculos no caminho.

4.6 PLANO OPERACIONAL

Para Brigham e Ehrhardt (2017) o plano operacional fornece uma diretriz minuciosa das operações da empresa, abrangendo a escolha de segmentos específicos, estratégias de *marketing*, procedimentos de produção e logística. Este plano pode ser concebido para qualquer período, delineando claramente as responsabilidades de cada função e os prazos para realização de cada tarefa.

Em concordância a este pensamento, Lima (2022) traz o detalhamento de cada ponto, a fim de evitar desperdícios durante os processos. O autor destaca os itens nessa etapa:

- O *layout* ou arranjo físico: nele constam a disposição dos equipamentos, móveis e pessoas;
- Necessidade pessoal: o enquadramento dos colaboradores, terceirizados e afins e suas respectivas funções;
- Processos operacionais: indicando o funcionamento do negócio;

- Capacidade produtiva: o quanto é capaz de produzir com os recursos disponíveis.

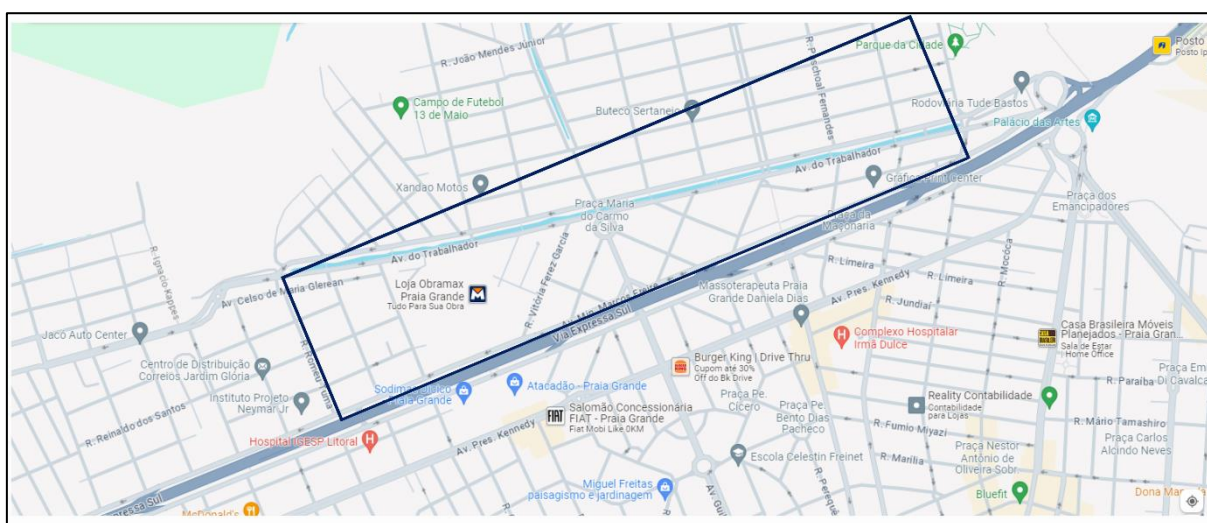
Tais pontos serão abordados detalhadamente nos capítulos 4.6.1 a 4.6.5.

4.6.1 Localização do negócio

Determinar a localização está relacionada à escolha do mercado que a empresa irá atuar. As demandas do mercado influenciam a quantidade de locais a serem construídos, bem como o tamanho e dimensões. A escolha da localização de um serviço é capaz de maximizar os lucros de um negócio (Jacobs; Chase, 2008).

O diferencial do Armazenei é sua localização, sugerida na Figura 21, compreendendo os bairros: Antártica, Glória, Jardim Glória e Sítio do Campo:

Figura 21 – Sugestão de Localização Armazenei: Self Storage



Fonte: Adaptado de Google Maps, 2024.

Com acesso à via Expressa Sul e ao terminal rodoviário Tude Bastos, região que, através de pesquisa realizada na plataforma Zap Imóveis (2024), concentra cerca de 30% dos galpões disponíveis para locação da cidade, os bairros também contam com empresas do setor de transporte logístico.

Além disso, a proximidade de acesso às rodovias: Imigrantes e Anchieta, eixos de ligação com a capital, São Paulo, permite que pessoas e empresas de outras cidades do estado, possam acessar o local com facilidade.

O empreendimento não necessita estar em uma área comercialmente ativa, o que diminui o valor de aluguel do imóvel utilizado.

Outras vantagens da localização são:

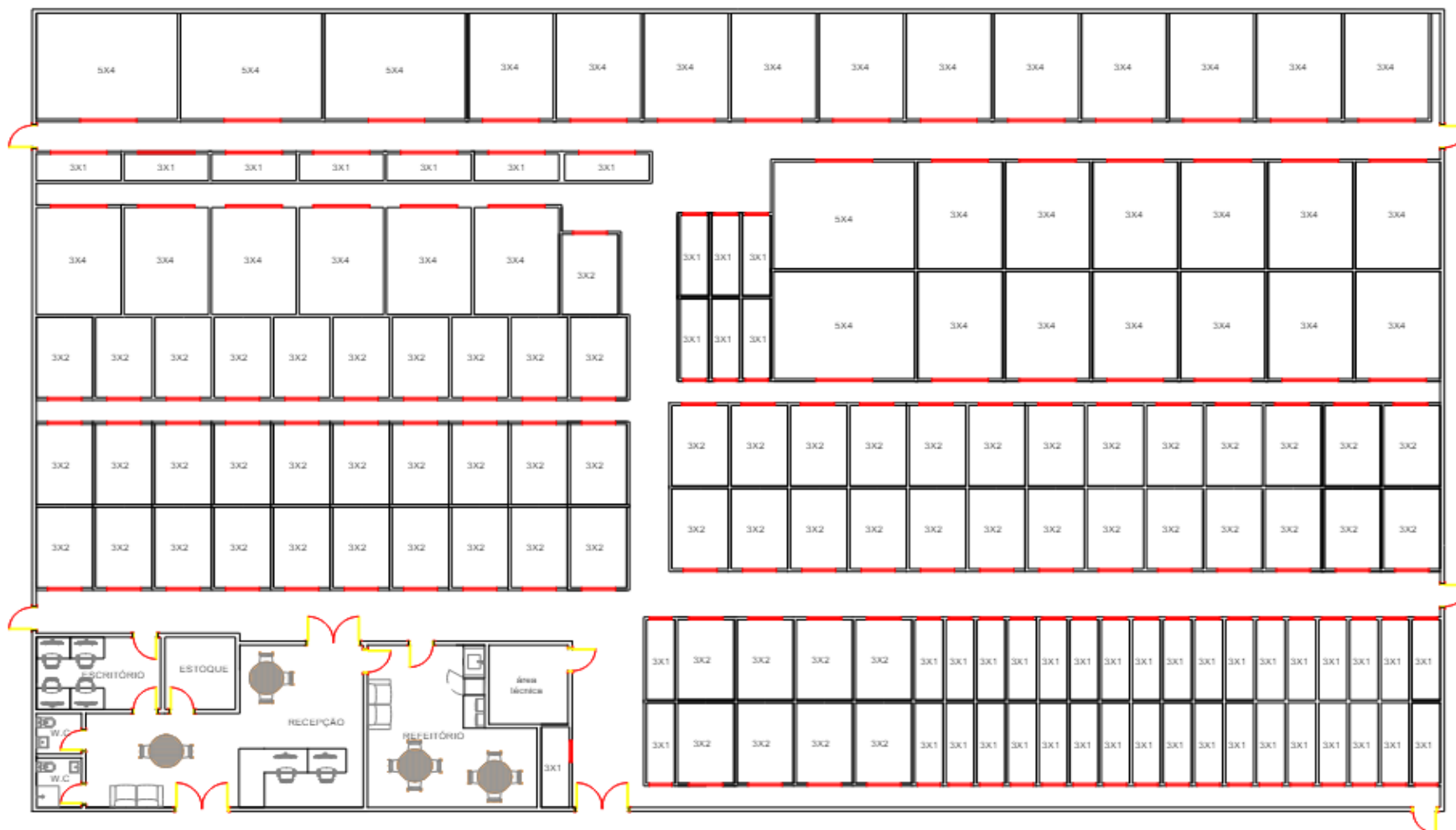
- Facilidade de acesso: maximiza a conveniência para os clientes em potencial, promovendo uma interação mais direta e aumentando as chances de atrair clientes;
- Deslocamento: ao diminuir a distância que as pessoas precisam percorrer para chegar ao local, o estabelecimento se torna mais atraente quando comparado aos concorrentes da cidade de Santos.

4.6.2 *Layout* ou Arranjo Físico

Um *layout* bem estruturado é um fator de vantagem competitiva para qualquer organização. A configuração desse arranjo físico é resultado da análise da posição relativa dos recursos produtivos, como máquinas, instalações hidráulicas, elétricas, vias de locomoção e pessoas. (Martins; Laugeni, 2017).

A Figura 22 exhibe o design do *layout* físico do Armazenei, o qual foi projetado em conformidade com a norma brasileira (NBR) 9050, que trata da acessibilidade das edificações, norma regulamentadora (NR) 18 que impõe regras para a segurança e saúde no trabalho e NR 8, formulada para garantir segurança e conforto às pessoas que trabalham nas edificações.

Figura 22 - Layout 2D



Fonte: Autoras, 2024.

O objetivo foi o aproveitamento do espaço com disposição inteligente dos boxes. Além disso, esse modelo favorece a circulação dos clientes e a segurança dos itens armazenados.

A Figura 23 esboça uma representação em formato 3D, trazendo maior clareza das dimensões do projeto:

Figura 23 - Layout 3D



Fonte: Autoras, 2024.

4.6.3 Capacidade Produtiva, Comercial e de Prestação de Serviços

De acordo com Biagio (2015), para um negócio alcançar sua capacidade produtiva, deve-se atingir o limite máximo de valor agregado, em condições operacionais padrões, dentro de um intervalo de tempo.

A Tabela 4 ilustra a capacidade produtiva do Armazenei em um cenário de locação máxima dos boxes.

Tabela 4 - Capacidade Produtiva

| Tam (m ²) | Valor do aluguel (R\$) | Quantidade instalada | Total (R\$) | Total de área usada em m ² |
|-----------------------|------------------------|----------------------|-------------------|---------------------------------------|
| 3 | 350,00 | 50 | 17.500,00 | 150 |
| 6 | 680,00 | 65 | 44.200,00 | 390 |
| 12 | 1.200,00 | 45 | 54.000,00 | 540 |
| 20 | 1.800,00 | 5 | 9.000,00 | 100 |
| Total | - | 165 | 124.700,00 | 1180 |

Fonte: Autoras, 2024.

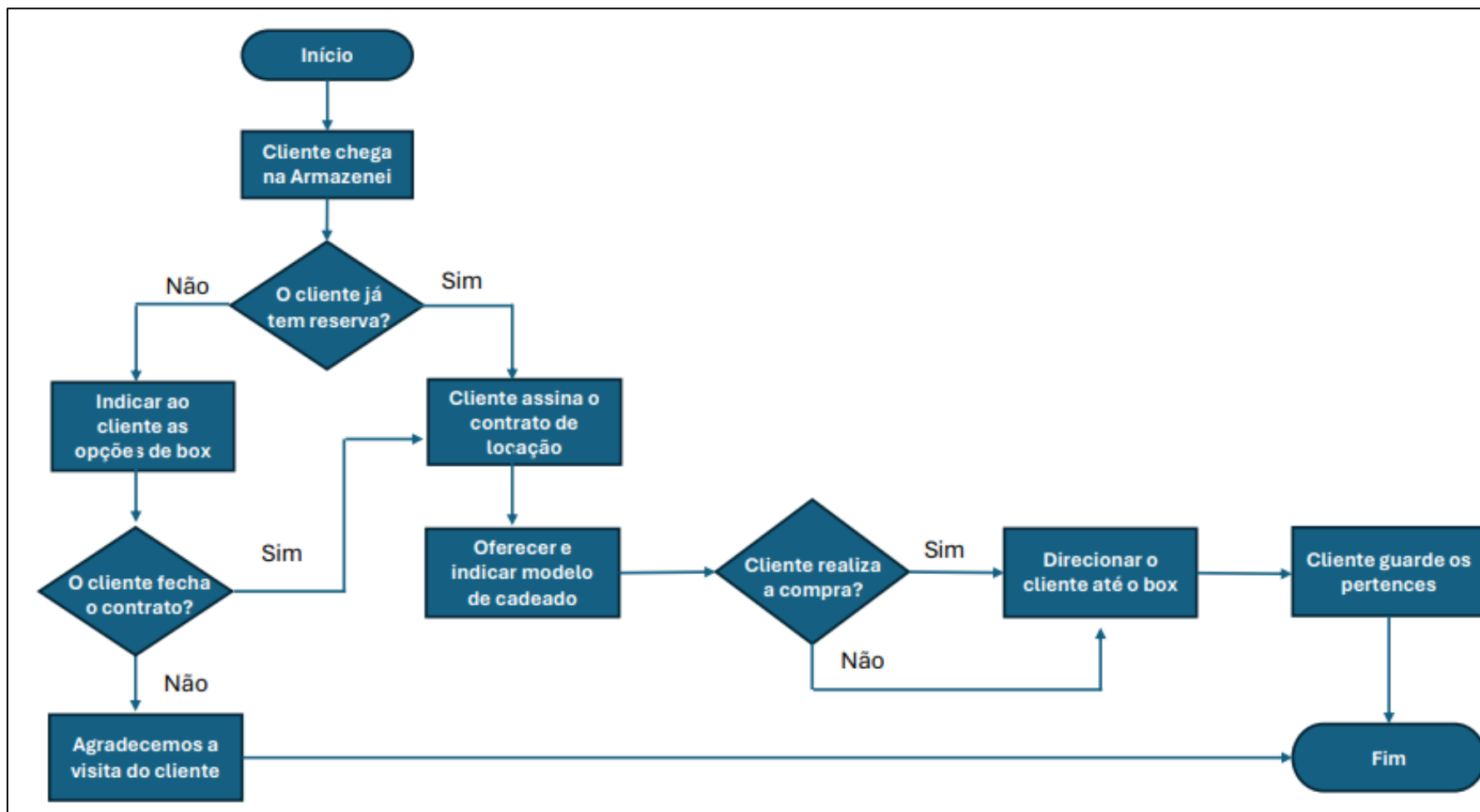
A capacidade produtiva do empreendimento é de 1.180m² disponíveis para locação de armazenamento.

4.6.4 Processos Operacionais

Processos operacionais concentram-se na organização estratégica dos recursos disponíveis, pode-se mencionar os tecnológicos, humanos, informais, bem como à coordenação de suas interações e dos processos envolvidos na entrega de bens e serviços aos clientes. (Corrêa; Corrêa, 2017).

Visando a satisfação do cliente e eficiência nas operações foi elaborado o processo operacional, mostrado na Figura 24, o qual fornece uma apresentação do principal processo operacional da empresa: o atendimento ao cliente no momento de sua chegada na recepção do Armazenei, a locação do *box* e, caso seja de seu interesse, adquirir um dos cadeados disponíveis na empresa.

Figura 24 - Fluxograma de Atendimento



Fonte: Autoras, 2024.

A figura 24 descreve a seguinte situação:

- Cliente chega no local: realizar atendimento utilizando expressões de boas-vindas na recepção;
- Atendimento: a recepção deve seguir as instruções de atendimento colhendo as informações do cliente, verificar se o mesmo já possui reserva do *box*.;
- Análise das necessidades: caso a resposta seja negativa, a recepção analisa as necessidades do cliente a fim de identificar a melhor opção do espaço;
- Fechamento de contrato: tanto para os clientes que já chegam com o *box* alugado por meio das mídias sociais, como o cliente que contrata no espaço físico, os mesmos são encaminhados para contratação documental;
- Venda do cadeado: os boxes precisam ser trancados para segurança dos bens armazenados, neste momento o atendente oferece modelos disponíveis de cadeados para venda;
- Direcionar o cliente ao *box*: o recepcionista indica a localização do *box* contratado pelo cliente;
- Após guardar os pertences o cliente se direciona a saída.

4.6.5 Necessidades de Pessoal

Para Bernardi (2010) as pessoas, assim como os demais recursos da empresa, são elementos fundamentais, pois através de conhecimento e habilidades são capazes de iniciar, desenvolver e concluir as atividades delegadas, logo, impactam diretamente no desempenho dos negócios.

O empreendimento é composto por profissionais que desempenham papéis fundamentais para seu funcionamento, sendo eles representados no Tabela 5:

Tabela 5 - Número de Colaboradores

| Função | Quantidade |
|-------------------------|------------|
| Auxiliar administrativo | 1 |
| Auxiliar de limpeza | 1 |
| Recepcionista | 2 |
| Segurança | 2 |

Fonte: Autoras, 2024.

- Auxiliar administrativo: 1 profissional encarregado de auxiliar nas tarefas administrativas do empreendimento, como controle de documentos, organização de arquivos e apoio à gestão financeira;
- Auxiliar de limpeza: 1 profissional responsável pela limpeza das áreas comuns, incluindo corredores, banheiros, escritório e recepção;
- Recepcionista: 2 profissionais responsáveis por receber os clientes, fornecer informações, realizar o atendimento telefônico, receber pagamentos;
- Segurança: 2 profissionais encarregados de garantir a segurança das instalações, realizar rondas e monitorar o acesso de pessoas;

Além dos profissionais mencionados, o Armazenei conta com a presença de suas sócias, atuando na área administrativa e financeiro da empresa.

4.7 PLANO FINANCEIRO

Para Braga (2010) o planejamento financeiro abrange a organização de todos os planos da administração financeira, além da integração e coordenação com os planos operacionais da empresa. Inclui estimativa dos recursos necessários, determinação do montante total, identificação de métodos para captar recursos, metas e estabelece a melhor estratégia para sua aplicação.

4.7.1 Estimativa dos Investimentos Fixos

Assef (2011, p. 134) define que investimentos: “são gastos destinados à obtenção de bens de uso da empresa ou para aplicações permanentes”, ou seja, são recursos financeiros alocados com o objetivo de adquirir ativos que serão utilizados pela empresa a longo prazo ou aplicados de maneira a proporcionar benefícios duradouros.

Na Tabela 6, são mostrados os investimentos fixos realizados pela empresa, apresentada neste projeto:

Tabela 6 - Investimento Fixo

| Descrição | Quant. | Valor unitário (R\$) | Valor total (R\$) | % |
|--|--------|----------------------|-------------------|---------------|
| Ar Condicionado | 3 | 2.230,72 | 6.692,16 | 14,22 |
| Armário Tipo Arquivo | 1 | 610,00 | 610,00 | 1,30 |
| Cadeira | 10 | 129,00 | 1.290,00 | 2,74 |
| Carrinho de Carga (200 Kg) | 5 | 196,73 | 983,65 | 2,09 |
| Carrinho de Compras | 6 | 382,19 | 2.293,14 | 4,87 |
| Carrinho Plataforma 400 kg | 6 | 1.143,00 | 6.858,00 | 14,58 |
| Computadores Intel core i7 | 5 | 1.909,99 | 9.549,95 | 20,30 |
| Cozinha Compacta | 1 | 469,86 | 469,86 | 1,00 |
| Estante de aço | 6 | 225,00 | 1.350,00 | 2,87 |
| Geladeira | 1 | 1.385,30 | 1.385,30 | 2,94 |
| Impressora Multifuncional HP DeskJet Ink Advantage 277 | 1 | 404,10 | 404,10 | 0,86 |
| Impressora Multifuncional HP Smart Tank 581 | 1 | 899,10 | 899,10 | 1,91 |
| Interfone com câmera | 2 | 569,90 | 1.139,80 | 2,42 |
| Kit 1 Extintor 4kg Bc + 1 Extintor água 10l | 5 | 489,90 | 2.449,50 | 5,21 |
| Kit 10 Luminária De Emergência | 2 | 159,99 | 319,98 | 0,68 |
| Kit hidrante parede completo 90x60x17 | 2 | 999,88 | 1.999,76 | 4,25 |
| Mesa de centro | 1 | 153,94 | 153,94 | 0,33 |
| Mesa de Escritório | 6 | 181,90 | 1.091,40 | 2,32 |
| Mesa refeitório | 1 | 1.082,00 | 1.082,00 | 2,30 |
| Microondas | 1 | 449,90 | 449,90 | 0,96 |
| Pia De Cozinha Inox 105x52cm - Ghel Plus | 1 | 189,99 | 189,99 | 0,40 |
| Smartphone Samsung Galaxy A03 Core 32GB Preto | 4 | 494,10 | 1.976,40 | 4,20 |
| Sofá 2 lugares | 1 | 711,79 | 711,79 | 1,51 |
| Tv 32 polegadas Philco | 3 | 899,91 | 2.699,73 | 5,74 |
| Total | | | 47.049,45 | 100,00 |

Fonte: Autoras, 2024.

Os valores exibidos na Tabela 6, mostram que os itens adquiridos para uso prolongado nas operações, terão um custo de R\$47.049,45.

4.7.2 Capital de Giro

Capital de giro é definido pelo SEBRAE (2013) como os recursos essenciais como dinheiro, crédito e estoques, necessários para manter a liquidez e garantir a continuidade operacional da empresa.

A Tabela 7 expõe o capital de giro da empresa:

Tabela 7 - Capital de Giro

| | |
|---------------------------------------|----------------------|
| Necessidade de Capital de Giro | R\$ 64.471,81 |
| Desembolso Anual | R\$ 640.394,05 |
| Reserva Financeira | R\$ 20.000,00 |

Fonte: Autoras, 2024

Nota-se que o Armazenei necessita de um capital de giro de R\$ 64.471,81 para conseguir cumprir com suas obrigações financeiras e pagar as despesas do empreendimento.

4.7.3 Investimentos Pré-operacionais

Segundo Silva (2023) refere-se aos investimentos necessários para iniciar as operações comerciais e transformar a empresa em uma realidade. Neste processo, envolve custos com a abertura e legalização da empresa, registro de marca, estratégias de marketing e outros.

A Tabela 8 aponta o investimento pré-operacional do Armazenei:

Tabela 8 - Investimento Pré-operacional

| Descrição | Valor total (R\$) | % |
|----------------------------|--------------------------|---------------|
| Gastos de legalização | 3.000,00 | 0.52 |
| Marketing para inauguração | 10.000,00 | 1.74 |
| Reformas e obras | 560.500,00 | 97.48 |
| Uniformes | 1.497,00 | 0.26 |
| Total | 574.997,00 | 100.00 |

Fonte: Autoras, 2024.

O investimento pré-operacional feito pelas sócias, totaliza o valor de R\$574.997,00 resultante de uma série de etapas despendidas na organização da empresa, antes de sua abertura.

4.7.4 Investimento Total

Nas palavras de Lima (2022) investimento total é a soma de todos os recursos financeiros para iniciar as operações e funcionamento do negócio até que ele se torne autossustentável.

Como apresentado na Tabela 9, esse investimento será de:

Tabela 9 - Investimento Total

| Descrição | Valor (R\$) | % |
|--------------------------------|--------------------|---------------|
| Investimentos fixos | 47.049,45 | 6.85 |
| Investimentos pré-operacionais | 574.997,00 | 83.69 |
| Estoque inicial | 549,50 | 0.08 |
| Capital de giro | 64.471,809 | 9.38 |
| Total | 687.067,759 | 100.00 |

Fonte: Autoras, 2024.

O investimento total para o funcionamento do Armazenei, desde sua concepção à operacionalização concluiu em R\$ 687.067,76.

4.7.5 Estimativa do Faturamento Mensal

A previsão de faturamento deve ser derivada do potencial de mercado, da capacidade de produção e dos resultados das vendas da empresa. Para isto, é necessário estimar as vendas de produtos ou serviços, multiplicar as quantidades projetadas pelo preço de venda dos produtos (Maróstica; Maróstica; Branco, 2023).

Na Tabela 10, é apresentada a estimativa de faturamento mensal do Armazenei: *Self Storage*:

Tabela 10 - Estimativa de Faturamento Mensal

| Descrição | Categoria | Quant. | Preço de venda (R\$) | Valor total | % |
|------------------------------------|--------------------|--------|----------------------|------------------|---------------|
| Box 12m | Serviço | 12 | 1.200,00 | 14.400,00 | 22.95 |
| Box 20m | Serviço | 2 | 1.800,00 | 3.600,00 | 5.74 |
| Box 3m | Serviço | 35 | 350,00 | 12.250,00 | 19.52 |
| Box 6m | Serviço | 47 | 680,00 | 31.960,00 | 50.93 |
| Cadeado Iron Lock (Lt 50) | Produto de revenda | 10 | 8,00 | 80,00 | 0.13 |
| Cadeado Pado (Lt-35 Mn Fp) | Produto de revenda | 10 | 12,00 | 120,00 | 0.19 |
| Cadeado Stam (30Mm) | Produto de revenda | 14 | 5,90 | 82,60 | 0.13 |
| Cadeado Stam (Zamac Letonado 20Mm) | Produto de revenda | 15 | 17,40 | 261,00 | 0.42 |
| Total | | | - | 62.753,60 | 100.00 |

Fonte: Autoras, 2024.

A estimativa de faturamento mensal para os primeiros meses do empreendimento, baseou-se em uma capacidade produtiva inicial de 58%, isto é, a utilização efetiva do espaço disponível nas unidades de armazenagem logo após a abertura do negócio.

4.7.6 Estimativa do Custo Unitário de Matéria-Prima, Materiais Diretos e Terceirizações

A estimativa de custo unitário com matéria-prima não se aplica a Armazenei, visto que, é uma empresa do segmento de locação.

Entretanto, o negócio contará com o auxílio de prestadores de serviço terceirizados dentro de algumas atividades. De acordo com RH Center (2019) as empresas que terceirizam serviços obtêm benefícios, minimização de custos, redução de problemas internos e mão de obra qualificada.

Os setores de monitoramento e segurança contarão com serviços de terceiros para garantir o funcionamento da empresa. A Tabela 11 denota tais custos:

Tabela 11 - Custos com Terceirização

| Descrição | | Valor (R\$) |
|-----------------------|----------|-------------|
| Serviços de terceiros | 7.330,00 | 16,49 |

Fonte: Autoras, 2024.

Como observado, a empresa possui gastos com mão de obra terceirizada no valor de R\$ 7.330,00.

4.7.7 Estimativa dos Custos de Comercialização

Em geral, uma empresa quando devidamente legalizada, possui obrigações como pagamento de impostos. Parte das receitas adquiridas pelos produtos comercializados devem ser destinadas ao pagamento destas tributações. Neste item, são pagas comissões e quando aplicável, custos associados ao *marketing* de divulgação (Saraiva, 2024).

É importante monitorá-los para manter a rentabilidade da empresa. As Tabelas 12 e 13, demonstram os custos de comercialização do Armazenei.

Tabela 12 - Custos de Comercialização

| Descrição | Receita (R\$) | Percentual (%) | Total (R\$) |
|------------------|---------------|----------------|------------------|
| Taxas de cartões | 62.753,60 | 3,00 | 1.882,608 |
| Total | | | 1.882,608 |

Fonte: Autoras, 2024.

Tal como indicado na Tabela 12 os custos de taxa de cartão totalizaram o valor de R\$1.882,60.

Tabela 13 - Custos com Impostos

| Descrição | Receita (R\$) | Percentual (%) | Total (R\$) |
|--------------|---------------|----------------|------------------|
| Simplex | 62.753,60 | 8,71 | 5.465,839 |
| Total | | | 5.465,839 |

Fonte: Autoras, 2024.

O Armazenei se enquadra no regime tributário Simples Nacional e na alíquota de 8,71%, equivalente a R\$5.465,83.

4.7.8 Apuração do Custo dos Materiais Diretos e/ou Mercadorias Vendidas

Conforme as palavras de Cruz (2012) os custos de mercadorias vendidas estão ligados aos gastos de produção para comercialização dos bens produzidos ou serviços prestados em determinado período.

A empresa comercializa cadeados dentro da unidade, caso os clientes queiram adquirir no ato da contratação do *box*. Na Tabela 14, a estimativa do custo com tais produtos podem ser observada:

Tabela 14 - Estimativa de Custos de Produtos Vendidos

| Descrição | Valor (R\$) |
|-----------|-------------|
| Mês 1 | 271,80 |
| Mês 2 | 277,236 |
| Mês 3 | 282,781 |
| Mês 4 | 288,436 |
| Mês 5 | 294,205 |
| Mês 6 | 300,089 |
| Mês 7 | 306,091 |
| Mês 8 | 312,213 |
| Mês 9 | 318,457 |
| Mês 10 | 324,826 |
| Mês 11 | 331,323 |
| Mês 12 | 337,949 |

Fonte: Autoras, 2024.

A Tabela 14 descreve os custos com a comercialização deste produto no período de um ano.

4.7.9 Estimativa dos Custos com Mão de Obra

O custo com a mão de obra é descrito por Duarte (2011) como os gastos relacionados ao pessoal empregado direta e indiretamente na produção de uma empresa. Corresponde à soma de custos subsequentes a contratação.

Tais custos, além do salário, envolvem as contribuições mensais obrigatórias, encargos anuais e estimativa de despesas eventuais (Casarotto Filho; Kopittke, 2010).

Na Tabela 15, estão os custos com a mão de obra do Armazenei:

Tabela 15 - Custos com Mão de Obra

| Cargo | Nº Emprega-dos | Salário Mensal (R\$) | Custo com Salários (R\$) | Encargo Social (%) | Custo com Encargos (R\$) | Benefícios (R\$) | Custo Total (R\$) |
|-------------------------|----------------|----------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|------------------|-------------------|
| Auxiliar Administrativo | 1 | 1.600,00 | 1.600,00 | 40,00 | 640,00 | 646,60 | 2.886,60 |
| Recepcionista | 2 | 1.500,00 | 3.000,00 | 40,00 | 1.200,00 | 646,60 | 5.493,20 |
| Total | | | | | | | 8.379,80 |

Fonte: Autoras, 2024.

O Armazenei terá 1 auxiliar administrativo, com salário de R\$1.600,00, benefícios de vale transporte e vale refeição, totalizando R\$2.888,60. Além disso, 2 recepcionistas atuarão no empreendimento, recebendo salários de R\$1.500,00 e os mesmos benefícios de vale transporte e alimentação, com custo total de R\$5.493,20.

4.7.10 Estimativa do Custo com Depreciação

Gitman (2010), traz o conceito de que, na depreciação, as empresas podem lançar uma parte dos custos do ativo imobilizado contra as receitas. Ela está associada à diminuição do valor de um ativo, devido a deterioração ou obsolescência (Casarotto Filho; Kopittke, 2010).

A Tabela 16 traz a depreciação auferida neste projeto:

Tabela 16 - Estimativa de Custo com Depreciação

| Descrição | Vida útil | Val. residual (R\$) | Val. total (R\$) | Depreciação anual (R\$) | Depreciação mensal (R\$) |
|--|-----------|---------------------|------------------|-------------------------|--------------------------|
| Ar Condicionado | 5 anos | 1.338,43 | 6.692,16 | 1.070,746 | 89,229 |
| Armário Tipo Arquivo | 10 anos | 122,00 | 610,00 | 48,80 | 4,067 |
| Cadeira | 10 anos | 258,00 | 1.290,00 | 103,20 | 8,60 |
| Carrinho de Carga (200 Kg) | 10 anos | 196,73 | 983,65 | 78,692 | 6,558 |
| Carrinho de Compras | 10 anos | 458,63 | 2.293,14 | 183,451 | 15,288 |
| Carrinho Plataforma 400 kg | 10 anos | 1.371,60 | 6.858,00 | 548,64 | 45,72 |
| Computadores Intel core i7 | 5 anos | 2.000,00 | 9.549,95 | 1.600,00 | 133,333 |
| Cozinha Compacta | 10 anos | 93,97 | 469,86 | 37,589 | 3,132 |
| Estante de aço | 10 anos | 270,00 | 1.350,00 | 108,00 | 9,00 |
| Geladeira | 10 anos | 277,06 | 1.385,30 | 110,824 | 9,235 |
| Impressora Multifuncional HP DeskJet Ink Advantage 277 | 5 anos | 80,82 | 404,10 | 64,656 | 5,388 |
| Impressora Multifuncional HP Smart Tank 581 | 5 anos | 179,82 | 899,10 | 143,856 | 11,988 |
| Interfone com câmera | 5 anos | 227,96 | 1.139,80 | 182,368 | 15,197 |
| Kit 1 Extintor 4kg Bc + 1 Extintor água 10l | 10 anos | 489,90 | 2.449,50 | 195,96 | 16,33 |
| Kit 10 Luminária De Emergência | 10 anos | 63,99 | 319,98 | 25,599 | 2,133 |
| Kit hidrante parede completo 90x60x17 | 10 anos | 399,95 | 1.999,76 | 159,981 | 13,332 |
| Mesa de centro | 10 anos | 30,78 | 153,94 | 12,316 | 1,026 |
| Mesa de Escritório | 10 anos | 218,28 | 1.091,40 | 87,312 | 7,276 |
| Mesa refeitório | 10 anos | 216,40 | 1.082,00 | 86,56 | 7,213 |
| Microondas | 10 anos | 89,98 | 449,90 | 35,992 | 2,999 |
| Pia De Cozinha Inox 105x52cm - Ghel Plus | 10 anos | 38,00 | 189,99 | 15,199 | 1,267 |
| Smartphone Samsung Galaxy A03 Core 32GB Preto | 10 anos | 395,28 | 1.976,40 | 158,112 | 13,176 |
| Sofá 2 lugares | 10 anos | 142,36 | 711,79 | 56,943 | 4,745 |
| Tv 32 polegadas Philco | 10 anos | 539,95 | 2.699,73 | 215,978 | 17,998 |
| Total | | | | 5.330,77 | 444,231 |

Fonte: Autoras, 2024.

Mensalmente, esses valores serão de R\$444,23 e o valor anual será de R\$5.333,77.

4.7.11 Estimativa dos Custos Fixos Operacionais Mensais

Os custos fixos são aqueles que permanecem constantes dentro de determinadas faixas de atividades, não relacionada às variações no volume de produção ou no nível da atividade estabelecida (Hong, 2006).

Wernke (2019) reitera que nos custos fixos, a totalidade do montante tende a permanecer constante, mesmo com mudanças no nível de atividades operacionais.

A Tabela 17 mostra os valores estimados para o modelo de negócio Armazenei:

Tabela 17 - Custos Fixos Operacionais

| Descrição | Valor total | Porcentagem |
|-----------------------------------|------------------|---------------|
| Água | 400,00 | 0.90 |
| Aluguéis, condomínio e IPTU | 13.500,00 | 30.37 |
| Depreciação | 444,23 | 1.00 |
| Encargos sociais sobre pró-labore | 2.000,00 | 4.50 |
| Encargos sociais sobre salários | 1.840,00 | 4.14 |
| Honorários contábeis | 500,00 | 1.13 |
| Luz | 300,00 | 0.68 |
| Marketing e propaganda | 300,00 | 0.68 |
| Materiais de limpeza | 50,00 | 0.11 |
| Material de escritório | 50,00 | 0.11 |
| Pró-labore | 10.000,00 | 22.50 |
| Salários e Benefícios | 6.539,80 | 14.71 |
| Seguros | 666,67 | 1.50 |
| Serviços de terceiros | 7.330,00 | 16.49 |
| Tarifas bancárias | 30,00 | 0.07 |
| Telefone e internet | 500,00 | 1.13 |
| Total | 44.450,70 | 100.00 |

Fonte: Autoras, 2024.

A estimativa de custos fixos operacionais mensais é de R\$44.450,70.

4.7.12 Demonstrativo de Resultados

Mutti (2019), destaca que o demonstrativo de resultados (DRE) é um relatório que exhibe receitas, custos e despesas de um período de apuração específico. Tornando-se uma ferramenta utilizada para tomada de decisões. É através dela que o desempenho da instituição é mensurado (Ross; Westerfield; Jaffe; *et. al.*, 2015).

Os resultados obtidos no DRE deste projeto, são demonstrados na Tabela 18:

Tabela 18 - Demonstrativo de Resultados

| Descrição | |
|------------------------|-----------------|
| Receita Anual | R\$ 841.656,91 |
| Custos Variáveis | -R\$ 92.069,67 |
| Margem de Contribuição | R\$ 749.587,24 |
| Custos Fixos | -R\$ 548.324,38 |
| Resultado | R\$ 201.263,00 |
| Lucratividade Anual | 23,91 % |

Fonte: Autoras, 2024.

A receita anual, estimada para o primeiro ano de atividades é de R\$841.656,91, tendo uma taxa de lucratividade de 23,91%.

4.7.13 Indicadores de Viabilidade

A viabilidade financeira é um dado calculado em cima de despesas e lucros, baseando-se na avaliação do potencial de retorno financeiro de um investimento (SEBRAE, 2019).

Na Tabela 19 são apresentados os indicadores de viabilidade do negócio:

Tabela 19 - Indicadores de Viabilidade

| Descrição | |
|---------------------|----------|
| Payback Simples | 37 meses |
| Rentabilidade Anual | 29,29 % |

Fonte: Autoras, 2024.

A estimativa de retorno é de 37 meses, com rentabilidade anual estimada em 29,29%. Tal resultado foi estimado utilizando 58% da capacidade produtiva do empreendimento.

À medida que a ocupação aumenta, os custos fixos são diluídos por mais unidades alugadas, reduzindo o custo médio por unidade e aumentando a margem de lucro. Os números demonstram a viabilidade da implantação do empreendimento na cidade de Praia Grande.

4.7.13.1 Ponto de equilíbrio

“É a situação na qual o somatório dos custos da empresa, equivale à sua receita; é o ponto de lucro zero” (Hong, p. 55, 2006).

Também chamado de: “*break even point*, que define o valor da receita bruta necessária para amortizar os custos e as variáveis da empresa.” (Assef, p. 167, 2011). A síntese do ponto de equilíbrio mostra o momento em que a empresa não está tendo lucro, mas também não acarretou prejuízos em sua operação.

Os pontos de equilíbrio são expostos na Tabela 20:

Tabela 20 - Pontos de Equilíbrio

| Descrição | |
|---------------|----------------|
| PE Contabil | R\$ 615.679,74 |
| PE Financeiro | R\$ 609.694,15 |
| PE Econômico | R\$ 727.963,60 |

Fonte: Autoras, 2024.

O ponto de equilíbrio contábil estimado para o negócio é de R\$615.679,74, já o ponto de equilíbrio financeiro previsto é de R\$609.694,15 e o ponto de equilíbrio econômico é de \$727.963,60.

4.7.13.2 Lucratividade

Lucratividade líquida é: “medida pela divisão do lucro líquido sobre a receita bruta da empresa (exceto a parcela de IPI)” (Assef, p. 206, 2011). Dessa forma, a lucratividade mostra a proporção do lucro que a empresa gera, relacionado ao total das vendas efetivadas em determinado período.

Neste projeto, utilizando uma taxa de 10%, obteve-se os cenários apresentados na Tabela 21:

Tabela 21 - Cenários de Lucratividade

| Descrição | Cenário Provável | Cenário Otimista | Cenário Pessimista |
|---------------------|------------------|------------------|--------------------|
| Lucratividade Anual | 23.91% | 37.75% | 7.00% |

Fonte: Autoras, 2024.

Um cenário provável para o negócio mostra uma lucratividade de 23,91%, em um contexto otimista, essa taxa sobe para 37,75%, em contrapartida, com uma projeção pessimista, esse percentual cai para 7%.

4.7.13.3 Rentabilidade

Definida pelo SEBRAE (2015), como o resultado do retorno obtido. É o lucro gerado em relação ao investimento realizado.

Gitman (2010) define como as métricas que possibilitam o analista avaliar os lucros da empresa, em relação as vendas, aos ativos e o capital investido. A rentabilidade do negócio é vista como algo primordial, pois sem lucro, uma empresa não conseguiria atrair capital externo.

Os percentuais de rentabilidade estão na Tabela 22:

Tabela 22 - Cenários de Rentabilidade

| Descrição | Cenário Provável | Cenário Otimista | Cenário Pessimista |
|---------------------|------------------|------------------|--------------------|
| Rentabilidade Anual | 29.29 % | 56.52 % | 7.02 % |

Fonte: Autoras, 2024.

Ainda dentro das estimativas de cenários, com uma taxa de 10%, tem-se que, de forma provável, ele é de 29,29%. Já de modo otimista chega a 56,52%. O cenário pessimista mostra uma queda de 7,02%.

4.7.13.4 Prazo de retorno do investimento

“*Return on Investment (ROI)* representa a divisão entre o lucro líquido e o capital total investido [...] pode ser calculado através da divisão do lucro líquido pelo ativo total, obtendo-se o retorno sobre ativos, ou *Return on Assests (ROA)*” (Assef, p. 207, 2011).

Gitman (2010), afirma que o retorno será o ganho ou prejuízo obtido através de um investimento ao longo do tempo.

O tempo estimado para retorno do investimento é previsto na Tabela 23:

Tabela 23 - Prazo de Retorno do Investimento

| Descrição | Cenário Provável | Cenário Otimista | Cenário Pessimista |
|-----------------|------------------|------------------|--------------------|
| Payback Simples | 37 meses | 21 meses | 104 meses |

Fonte: Autoras, 2024.

A previsão de retorno do Armazenei – *Self Storage* é estimada em 37 meses de maneira provável. De forma otimista, há uma queda para 21 meses. Em um retrato pessimista destes cenários, esse prazo sobe para 104 meses.

5 SUBPROJETO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E/OU SUSTENTABILIDADE

A Armazenei terá como base os princípios de *ESG (Environmental, Social, Governance)*, traduzidas como: ambiental, social e governança, onde as empresas assumem um compromisso com práticas em prol do desenvolvimento do negócio (Alves, 2023). Esses princípios não só orientarão as decisões de investimentos, bem como as ações que impactam o desenvolvimento da empresa.

Os serviços de auto armazenamento, diferente de instalações industriais ou comerciais, requer menos energia para operar. Os sistemas de iluminação e segurança do Armazenei, são projetados para serem eficientes em termos de energia, contando com placas fotovoltaicas, lâmpadas de *LED* com sensores de movimento nas áreas comuns, os quais evitam que luzes permaneçam acesas sem necessidade.

O empreendimento também terá abastecimento por energia elétrica convencional. O excedente, produzido pelas placas solares, será transferido à companhia de energia que atende à cidade em troca de crédito na conta de energia. Ao fazer uso da energia solar, o Armazenei está optando por uma fonte limpa e renovável.

Materiais como embalagens e caixas de papel, provenientes de materiais de escritório ou dispensados pelos locatários, serão repassados a uma cooperativa de reciclagem, estimulando uma abordagem de responsabilidade compartilhada em relação ao uso adequado do material. Desta forma, apoia-se um grupo de trabalhadores que promovem práticas ambientais responsáveis.

Os cadeados revendidos, terão destinação total do lucro para uma instituição que presta auxílio às mulheres vítimas de violência, sediada na cidade da Praia Grande.

O empreendimento também se compromete em fornecer um ambiente de trabalho inclusivo aos colaboradores:

- Há uma cozinha adaptada para que alimentos sejam aquecidos e armazenados sob refrigeração;
- Área de descanso, com sofá, televisão e ar-condicionado;
- Estabelecimento de um Código de Ética, relacionado no apêndice 01, demonstrando o compromisso do empreendimento com a integridade e respeito aos clientes e colaboradores, preceitos que guiam as atividades e interações da empresa.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto Armazenei: *Self Storage* surge como uma alternativa à demanda por soluções de armazenamento, impulsionada pela expansão dos grandes centros urbanos, com o litoral do estado de São Paulo. A escassez de espaço e a busca por alternativas de armazenamento, impulsionam o setor de *self storage*.

Ao desenvolver este plano de negócios, foram realizadas análises de mercado, viabilidade econômica, planejamento de marketing, operacional e financeiro, cujos resultados demonstraram a oportunidade que o empreendimento apresenta. A falta de concorrência direta e o contexto de expansão econômica, demográfica e imobiliária da cidade de Praia Grande, ganham destaque como fatores favoráveis para a implementação do empreendimento

Os estudos realizados permitiram identificar ameaças do ambiente e propor um caminho estratégico para alcançar objetivos. Além disso, os números obtidos indicam uma estimativa de retorno em menos de 3 anos, com uma rentabilidade próxima a 30%.

Além dos benefícios econômicos para a empresa, a implantação do empreendimento, pretende impactar positivamente áreas sociais e ambientais, estimulando a economia local, criação de empregos e o incentivo aos empreendedores.

Dessa forma, o Armazenei: *Self Storage* demonstra sua viabilidade financeira, contribuição para o desenvolvimento sustentável da região e para o atendimento das necessidades de soluções de armazenamento acessíveis e convenientes.

REFERÊNCIAS

Agência de Notícias. **PIB cresce 2,9% em 2023 e fecha o ano em R\$ 10,9 trilhões.** 01 mar. 2023. Disponível em: [https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/39303-pib-cresce-2-9-em-2023-e-fecha-o-ano-em-r-10-9-trilhoes#:~:text=Em%202023%2C%20o%20PIB%20\(Produto,Servi%C3%A7os%20\(2%2C4%25\).&text=O%20PIB%20totalizou%20R%24%2010%2C9%20trilh%C3%B5es%20em%202023](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/39303-pib-cresce-2-9-em-2023-e-fecha-o-ano-em-r-10-9-trilhoes#:~:text=Em%202023%2C%20o%20PIB%20(Produto,Servi%C3%A7os%20(2%2C4%25).&text=O%20PIB%20totalizou%20R%24%2010%2C9%20trilh%C3%B5es%20em%202023). Acesso em: 07 abr. 2024.

ALMEIDA, Ravel. **Plano de Negócio Simplificado: o guia passo a passo para negócios de sucesso.** 04 out. 2018. Disponível em: <https://qgmarketing.com/plano-de-negocio-simplificado-o-guia-passo-a-passo-para-negocios-de-sucesso/>. Acesso em: 08 maio, 2024.

ALONÇO, Guilherme. **O que é Fluxograma de Processos? Saiba como fazer passo a passo.** Templum. Disponível em: < <https://certificacaoiso.com.br/o-que-e-fluxograma-de-processos/>>. Acesso em: 03 nov. 2023.

ALVES, Ricardo Ribeiro. **ESG: o presente e o futuro das empresas.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2023. Disponível em: <https://www.google.com.br/books/edition/ESG/4u7EEAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1&dq=esg+livros&printsec=frontcover>. Acesso em: 22 maio 2024.

ASBRASS – Associação Brasileira de *Self Storage*. **Como Funciona.** Disponível em: <https://asbrass.com.br/como-funciona/#>. Acesso em: 23 ago. 2023.

_____. **Números do Setor.** Disponível em: <https://asbrass.com.br/numeros-do-setor/>. Acesso em: 07 abr. 2024.

_____. **Setor de Self Storage se aproxima da marca de R\$ 1 bilhão ao ano no mercado nacional.** 26 ago. 2021. Disponível em: <https://asbrass.com.br/setor-de-self-storage-se-aproxima-da-marca-de-r-1-bilhao-ao-ano-no-mercado-nacional/>. Acesso em: 25 mar. 2024.

ASSEF, Roberto. **Gerência de Preços: como ferramenta de marketing.** 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

Atendare. **O que é Gestão de Relacionamento com o Cliente e como implementar?** Disponível em: <https://atendare.com/br/blog/o-que-e-gestao-de-relacionamento-com-o-cliente-e-como-implementar/>. Acesso em: 25 ago. 2023.

BARNEY, Jay B.; HESTERLY, Willian S. **Administração Estratégica e Vantagem Competitiva.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BARSANO, Paulo R.; CAMPOS, Alexandre de. **Administração: guia prático e didático.** 2 ed. São Paulo: Érica, 2016.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de Empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2010.

BIAGIO, Luiz Arnoldo. **Como administrar a produção**. 1ª ed. São Paulo: Editora Manole, 2015. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/Como_administrar_a_produ%C3%A7%C3%A3o/m6M4CQAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1&dq=capacidade+produtiva+de+uma+empresa&printsec=frontcover. Acesso em: 05 maio 2024.

BIAZOTTO, Bruno. **Praia Grande é campeã do Prêmio Top Destinos Turísticos 2022 na categoria “Sol e Praia”**. Prefeitura de Praia Grande. Praia Grande, 08 dez. 2022. Disponível em: https://www.praiagrande.sp.gov.br/pgnoticias/noticias/noticia_01.asp?cod=57548. Acesso em: 23 ago. 2023.

Big Box Storage. **The History of Self Storage**. 14 set. 2014. Disponível em: <https://www.bigbox.com/blog/the-history-of-self-storage/>. Acesso em: 18 fev. 2024.

BONIFÁCIO, Rafaela. **Startups e Empreendedorismo Digital: o caminho para o sucesso empresarial**. 03 nov. 2023. Disponível em: <https://radio93fm.com.br/startups-e-empendedorismo-digital-o-caminho/>. Acesso em: 10 nov. 2023.

BORGES, Leandro. **Como Desenvolver uma Matriz ou Análise SWOT (FOFA)**. Jornada do Gestor. 12 out. 2013. Disponível em: <https://jornadadogestor.com.br/o-que-e/como-desenvolver-uma-matriz-ou-analise-swot-fofa/>. Acesso em: 25 ago. 2023.

BRAGA, Roberto. **Fundamentos e Técnicas de Administração Financeira**. São Paulo: Atlas, 2010.

BRASIL. Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966. Dispõe sobre o Sistema Tributário Nacional e institui normas gerais de direito tributário aplicáveis à União, Estados e Municípios. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5172compilado.htm#:~:text=Art.%203%C2%BA%20Tributo%20%C3%A9%20toda,mediante%20atividade%20administrativa%20plenamente%20vinculada. Acesso em: 09 nov. 2023.

_____. Lei complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. (Republicação em atendimento ao disposto no art. 5º da Lei Complementar nº 139, de 10 de novembro de 2011.) Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis no 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei no 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar no 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis no 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm. Acesso em: 12 nov. 2023.

BRIGHAM, Eugene F.; EHRHARDT, Michael C. **Administração Financeira: teoria e prática**. 14ª Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2017.

CAMARGO, Renata F. de. **O que é Análise Pest e como elaborar uma Matriz Pestel? Contamos tudo aqui!** Treasy. 06 out. 2017. Disponível em: <https://www.treasy.com.br/blog/analise-pest/>. Acesso em: 12 nov. 2023.

CARVALHO, Arthur M. E. de; Hyakutake, Edward M; Rozan, Giovanni C. **Análise da atividade de Self Storage na cidade de São Paulo: perspectiva como alternativa de EBI**. 2019. 114 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Escola Politécnica, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://bdta.abcd.usp.br/directbitstream/89051b00-af16-469f-bb68-4a7d43ce25b9/ARTHUR%20MACHADO%20EPPENSTEIN%20DE%20CARVALHO%20TF-19.pdf>. Acesso em: 27 mar. 2024.

Casa do Brigadista. **Iluminação emergência autônoma 30 Leds**. Disponível em: <https://www.casadobrigadista.com.br/produto/iluminacao-emergencia-autonoma-30-leds/>. Acesso em: 05 maio 2024.

CASAROTTO FILHO, Nelson; KOPITCKE, Bruno. **Análise de Investimentos**. 11ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CASAS, Alexandre L.L. **Marketing: conceitos, exercícios, casos**. 8ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

CBO: Classificação Brasileira de Ocupações. **Ministério do Trabalho e Emprego**. Disponível em: <<http://www.mtecbo.gov.br/cbsite/pages/home.jsf>>. Acesso em: 03 out. 2023.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilização de novas empresas: um guia para iniciar e tocar seu próprio negócio**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

_____. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilização de novas empresas: um guia para iniciar e tocar seu próprio negócio**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

COBRA, Marcos. **Administração e Marketing no Brasil**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

CONCLA. **Comissão Nacional de Classificação**. Disponível em: <https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?subclasse=6810202&tipo=cnae&versao=6&view=subclasse>. Acesso em: 13 nov. 2023.

Copilot. Disponível em: <https://copilot.microsoft.com/>. Acesso em: 11 abr. 2024.

CORRÊA, Henrique L.; CORRÊA, Carlos A. **Administração de produção e operações: o essencial**. 3ªed. Editora Atlas: São Paulo, 2017.

COSTA, José Cesar da. **Reforma Tributária: por que o setor que mais emprega será penalizado?** Correio Braziliense. 01 abr. 2024. Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/opinia o/2024/04/6828689-reforma-tributaria-por-que-o-setor-que-mais-emprega-sera-penalizado.html>. Acesso em: 13 abr. 2024.

CRUZ, June A. W. **Gestão de Custos: perspectivas e funcionalidades**. 1 ed. Paraná: Intersaberes, 2012. Disponível em: <https://www.google.com.br/books/edition/Gest%C3%A3o de custos/Zp8AEQAAQB AJ?hl=pt-BR&gbpv=0> Acesso em: 19 maio 2024.

Dicionário Online de Português. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/>. Acesso em: 08 nov. 2023.

DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DUARTE, Geraldo. **Dicionário de Administração e Negócios**. 1. Ed. Rio de Janeiro: KBR, 2011. Disponível em: <https://www.google.com.br/books/edition/Dicion%C3%A1rio de Administra%C3%A7%C3%A3o/s48Wk4Nj5EoC?hl=pt-BR&gbpv=0>. Acesso em: 19 maio 2024.

Efácil. **Carrinho Amapá Super Premium, sem Porta Bebê, 90L**. Disponível em: https://www.efacil.com.br/loja/produto/carrinho-premium-s-porta-bebe-90-litros--2600402/?canal=ca_9784&srsId=AfmBOopmnsTdBia3CnX1vEBruXIHEpi0oR4MvaJ2xvt-h37ceR-cAsMUckQ. Acesso em: 19 maio 2024.

Estoque Bem. **Qual a importância de um self storage para e-commerce? Veja 3 pontos**. Disponível em: <https://www.estoquebem.com.br/2022/05/04/qual-a-importancia-de-um-self-storage-para-e-commerce-veja-3-pontos/>. Acesso em: 26 mar. 2024.

FERREIRA, M.P; SANTOS, J.C.; SERRA, F.A.R. **Ser empreendedor: pensar, criar e moldar a nova empresa**. São Paulo: Editora Saraiva, 2010. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/SER_EMPREENDEDOR/vR1nDwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1&dq=empreendedorismo+livro+em+pdf&printsec=frontcover. Acesso em: 08 abr. 2024.

FREITAS, Sergio M. de O. **Gestão Estratégica por meio de Projetos, Programas e Portfólio**. Rio de Janeiro: Brasport, 2016. Disponível em: <https://www.google.com.br/books/edition/Gest%C3%A3o Estrat%C3%A9gica por meio de Projeto/6vtmDAAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1&dq=swot+alavancagem&pg=PA66&printsec=frontcover>. Acesso em: 20 nov. 2023.

Gadotti. **Carrinho plataforma com assoalho de chapa 400 Kg com aba frontal fixa**. Disponível em: <https://www.gadotticar.com.br/carro-plataforma-prancha-chapa>. Acesso em: 05 maio 2024.

G1. **Censo 2022: população na Baixada Santista cresce 8,5% e tem 1.805.451 habitantes**. Santos, 28 jun. 2023 Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/santos->

regiao/noticia/2023/06/28/censo-2022-baixada-santista-tem-1805451-habitantes-aponta-censo.ghtml. Acesso em: 23 ago. 2023.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

Governo Federal. **Optar pelo Simples Nacional**. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/servicos/optar-pelo-simples-nacional>. Acesso em: 15 nov. 2023.

Google Maps. Disponível em: <https://www.google.com/maps/place/Praia+Grande+-+SP/@-24.0043627,-46.4406551,15z/data=!4m6!3m5!1s0x94ce1d00114834dd:0xd9331312b249a764!8m2!3d-24.0089072!4d-46.4125304!16zL20vMDQ5M3Nu?entry=ttu>. Acesso em: 27 abr. 2024.

Guarde Aqui. **Nossa Marca: Conheça nossa história, nosso propósito e nossa missão com você!** Disponível em: <https://www.guardeaquai.com/a-empresa>. Acesso em: 27 out. 2023.

Guarde Mais. **Como Montar um Self Storage**. Disponível em: <https://guardemais.com.br/como-montar-um-self-storage/>. Acesso em: 28 out. 2023

Guardex. **O que é self storage? Entenda agora o significado do termo!** 21 nov. 2018. Disponível em: <https://www.guardex.com.br/blog/o-que-e-self-storage-entenda-agora-o-significado-do-termo/#:~:text=O%20self%20storage%20%C3%A9%20uma,%2C%20estoques%20de%20mercadorias%2C%20etc>. Acesso em: 30 out. 2023.

HONG, Yuh Ching. **Contabilidade Gerencial: novas práticas contábeis para a gestão de negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

HISRISH, Roberto D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. **Estratégias de Marketing e Posicionamento Competitivo**. 2. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2001.

IBGE. **Guarujá**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/guaruja/panorama>. Acesso em: 27 nov. 2023.

_____. **Praia Grande**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/praiagrande/panorama>. Acesso em: 27 nov. 2023.

_____. **Santos**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/santos/panorama>. Acesso em: 27 nov. 2023.

_____. **São Vicente**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/saovicente/panorama>. Acesso em: 27 nov. 2023.

JACOBS, Robert F.; CHASE, Richard B. **Administração da Produção e de Operações: o essencial**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

JOHNSON, Gerry; SCHOLLES, Kevan; WHITTINGTON, Richard. **Fundamentos de Estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2011. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/Fundamentos_de_Estrat%C3%A9gia/S0KT1RNJXhMC?hl=pt-BR&gbpv=1. Acesso em: 12 nov. 2023.

KEELING, Ralph; BRANCO, Renato H. F. **Gestão de Projetos: uma abordagem global**. 2. edição. São Paulo: Saraiva, 2012.

KELLER, Kevin L.; KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

_____. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

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

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 12ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LIMA, Sérgio R. **Hoje Empregado, amanhã empreendedor**. 1ª Ed. São Paulo: Literare Books Internacional, 2022. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/Hoje_empregado_amanh%C3%A3_empreeendedor/VONhEAAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1&dq=como+deve+ser+um+plano+operacional+de+uma+empresa&pg=PT114&printsec=frontcover. Acesso em: 05 maio 2024.

LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen. **Marketing de Serviços: pessoas, tecnologia e resultados**. 5ª Ed. São Paulo: Editora Pearson, 2006.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing: foco na decisão**. 3 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MAMEDE, Gladston. **Manual de Direito Empresarial**. 11 ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARCONI, Marina de A; LAKATOS, Eva M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas 2003.

MARÓSTICA, Eduardo; MARÓSTICA, Neiva A.C.; BRANCO, Valdec R. C. **Inteligência de Mercado**. 1 ed. São Paulo: Cengage, 2023. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/Intelig%C3%Aancia_de_Mercado/0u7IEAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1. Acesso em: 20 maio 2024.

MARTINS, Petrônio G.; LAUGENI, Fernando P. **Administração da Produção Fácil**. 1ª ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2017.

MASCARENHAS, Andre O. **Gestão estratégica de pessoas: Evolução, teoria e crítica**. 1. Ed. São Paulo: Cengage, 2009.

MAXIMIANO, Antonio C. A. **Introdução à Administração**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MENDES, Luís Augusto L. **Projeto Empresarial: como construir estratégias eficazes e identificar os caminhos da lucratividade e do crescimento**. São Paulo: Saraiva, 2011.

Metalosa. **Carro de carga 20 A**. Disponível em: <https://metalosa.com.br/produto/carro-de-carga-20-a/>. Acesso em: 05 maio 2024.

MORAIS, Guilherme. **Self-storage: conheça mais sobre o setor de auto-armazenamento e investir**. VG Research. 28 set. 2023. Disponível em: <https://blog.vgresearch.com.br/economia/self-storage-saiba-mais-sobre-o-setor-de-auto-armazenamento-e-investir/#:~:text=Nos%20Estados%20Unidos%20existem%20mais,18.130%20lojas%20da%20Dollar%20General>. Acesso em: 01 nov. 2023.

Mordor Intelligence. **Tamanho do mercado de autoarmazenamento e análise de ações: tendências e previsões de crescimento (2024 – 2029)**. 2023. Disponível em: <https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/self-storage-market>. Acesso em: 07 mar. 2024.

MUTTI, Marcos Aparecido. **Contabilidade para Empreendedores: conceitos básicos e importantes**. São Paulo: Viseu, 2019. Disponível em: [https://www.google.com.br/books/edition/Contabilidade para Empreendedores/bNydDwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=0](https://www.google.com.br/books/edition/Contabilidade_para_Empreendedores/bNydDwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=0). Acesso em: 19 maio 2024.

NORBERTO, Márcio. **Expectativas positivas para o Self Storage em 2023**. ASBRASS. 27 fev. 2023. Disponível em: <https://asbrass.com.br/expectativas-positivas-para-o-self-storage-em-2023/>. Acesso em: 26 ago. 2023.

NSC Total. **MPEs fortalecem a economia e impulsionam o empreendedorismo no Brasil**. 17 out. 2023. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/mpes-fortalecem-a-economia-e-impulsionam-o-empendedorismo-no-brasil>. Acesso em: 19 nov. 2023.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUS, Yves. **Business Model Generation: inovação em modelos de negócios: um manual para visionários e revolucionários**. Rio de Janeiro: Atlas Books, 2011.

PEREIRA, Djair; ALENCAR, Paula Rodrigues. **Planejamento Estratégico do Clássico ao Contemporâneo: conceitos, metodologias e aplicações**. São Paulo: Freitas Bastos Editora, 2023. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/Planejamento_Estrat%C3%A9gico/62ndEA

[AAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1&dq=planejamento+estrat%C3%A9gico&printsec=frontcover](#). Acesso em: 30 mar. 2023.

Portal da Indústria. **O que é inovação? Definição, importância e as ações que têm impulsionado a inovação no Brasil.** Disponível em: <https://www.portaldaindustria.com.br/industria-de-a-z/inovacao/#:~:text=Inovar%20%C3%A9%20basicamente%20gerar%20valor,inven%C3%A7%C3%A3o%2C%20mas%20n%C3%A3o%20ser%C3%A1%20inova%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em: 02 out. 2023.

PORTER, Michael E. **Ser Competitivo: edición actualizada y aumentada.** Barcelona: Ediciones Deusto, 2009. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/Ser_Competivo/C1gKoErmS_MC?hl=pt-BR&gbpv=1&dq=estrat%C3%A9gia+competitiva+michael+porter&printsec=frontcover. Acesso em: 04 nov. 2023.

PORTO, Gilberto. **Formação e gestão de preços.** 1ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2014. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/Forma%C3%A7%C3%A3o_e_gest%C3%A3o_de_pre%C3%A7os/LS6HCgAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1&dq=capacidade+produtiva+de+uma+empresa&printsec=frontcover. Acesso em: 05 maio 2024.

POZZOLO, A.A.D.; SILVA, M.S.; SOARES, C.S. **Ferramentas de Gestão Voltadas ao Planejamento em uma empresa familiar:** um estudo teórico e empírico. 12º Fórum Internancional ECOINOVAR, 2023. Disponível em: <https://ecoinovar.submissao.com.br/12ecoinovar/anais/arquivos/185.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2023.

Prefeitura de Praia Grande. **Praia Grande: Perfil.** Disponível em: https://www.praiagrande.sp.gov.br/PraiaGrande/centro.asp?cd_pagina=248. Acesso em: 23 ago. 2023.

Quinto Andar. **Personal organizer: o que é e vantagens de contratar o serviço para a organização do lar.** 16 set. 2022. Atual. em: 13 mar. 2024 Disponível em: <https://www.quintoandar.com.br/guias/personal-organizer/#o-que-e-personal-organizer-aa879705-989a-4b3e-9c41-e9afdb33086f>. Acesso em: 18 maio 2024.

Rent a Box. **Saiba mais sobre a unidade da Rentabox Guarda Móveis em Santos.** Disponível em: <https://www.rentabox.com.br/guarda-moveis-santos/>. Acesso em: 27 out. 2023.

RH Center. **Por que a terceirização de serviço reduz custos na empresa.** 23 dez. 2019. Disponível em: <https://www.rhcenter.com.br/blog/por-que-a-terceirizacao-de-servico-reduz-custos-na-empresa>. Acesso em: 27 maio 2024.

ROBBINS, Stephen; COULTIER, Mary. **Administração.** 5 ed. Rio de Janeiro: Prendice Hall, 1996.

ROSA, Alexandre R. **Fluxogramas Técnico em Informática Técnicas**

Administrativas People. Slideplayer. Disponível em:

<https://slideplayer.com.br/slide/14018473/>. Acesso em: 03 nov. 2023.

ROSS, Stephen A.; WESTERFIELD, Randolph W.; JAFFE, Jeffrey. et. al.

Administração Financeira. Porto Alegre: AMGH, 2015.

ROSSI, Alessandro; TONETO, André; DUARTE, Daniel. et. al. **Estudo sobre o mercado de self storage na região metropolitana de São Paulo**: pesquisa sobre a demanda, oferta e principais características do negócio. 2016, Anais. São Paulo: LARES, 2016. Disponível em: http://lares.org.br/16a-conferencia-internacional-lares/artigos/ROSSI_ESTUDO_ARTIGO.pdf. Acesso em: 27 mar. 2024.

SAWHNEY, Mohanbir; WOLCOTT Robert C.; ARRONIZ, Inigo. **The 12 Different Ways for Companies to Innovate**. 2006. Disponível em:

<<https://emotrab.ufba.br/wp-content/uploads/2019/06/SAWHNEY-Mohanbir-The-12-Different-ways-for-companies-to-innovate.pdf>>. Acesso em: 24 out. 2023.

SALEME, Isabelle; OLIVEIRA, Bruno. **Número de novas empresas aumenta 25% depois da pandemia**. 06 out. 2022. Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/numero-de-novas-empresas-aumenta-25-depois-da-pandemia/>. Acesso em: 19 nov. 2023.

SÃO PAULO. Portaria CAT nº 50, de 09 de abril de 2014. Altera a Portaria CAT 69/99, de 6-10-99, que dispõe sobre a locação de espaços temporários para o armazenamento de bens ou mercadorias por contribuintes do ICMS. Disponível em: <https://legislacao.fazenda.sp.gov.br/Paginas/pcat502014.aspx>. Acesso em: 12 nov. 2023.

_____. Portaria CAT nº 69 de 06 outubro de 1999. Dispõe sobre a locação de espaços temporários para o armazenamento de bens ou mercadorias por contribuintes do ICMS. Disponível em:

<https://legislacao.fazenda.sp.gov.br/Paginas/pcat691999.aspx>. Acesso em: 12 nov. 2016.

SARAIVA, Sonimar Z. R. **Elaborando um plano de negócios: o plano financeiro**.

SEDIS, 2024. Disponível em:

https://redeetec.mec.gov.br/images/stories/pdf/eixo_rec_naturais/aquicultura/181012_emp_agro_xiv.pdf. Acesso em: 26 maio 2024.

SEBRAE. **Capital de giro: aprenda o que é e como fazer**. 27 dez. 2013. Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigosFinancas/o-que-e-e-como-funciona-o-capital-de-giro_a4c8e8da69133410VqnVCM1000003b74010aRCRD#:~:text=O%20capital%20de%20giro%20%C3%A9%20a%20diferen%C3%A7a%20entre%20os%20recursos,de%20spesas%20e%20contas%20a%20pagar.&text=Tudo%20come%C3%A7a%20com%20um%20bom,as%20poss%C3%ADveis%20entradas%20de%20dinheiro. Acesso em: 15 mar. 2024

_____. **Descubra se seu negócio é rentável.** 10 dez. 2015. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/descubra-se-seu-negocio-e-rentavel,296ac97f2bc81510VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=Se%20o%20in%20vestimento%20inicial%20total,%C3%A9%20de%204%25%20ao%20ano>. Acesso em: 18 maio 2014.

_____. **Diferença entre nome fantasia e razão social.** 09 ago. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ac/artigos/diferenca-entre-nome-fantasia-e-razao-social,82c78aa15f223810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 20 nov. 2023.

_____. **EPP:** entenda o que é uma empresa de pequeno porte. 04 jun. 2021. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ac/artigos/epp-entenda-o-que-e-uma-empresa-de-pequeno-porte,305fd6ab067d9710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 12 nov. 2023.

_____. **Planejamento estratégico:** um roteiro para o sucesso. 21 fev. 2019. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/planejamento-estrategico-um-roteiro-para-o-sucesso,8b7d2ba058019610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 30 mar. 2023.

_____. **Self Storage: Conheça a tendência de armazenamento de empresas e residências.** Nov. 2019. Disponível em: <5dc2cc7c25c64047073619.pdf> (sebrae-sc.com.br). Acesso em: 08 nov. 2023.

_____. **Tudo o que você precisa saber para criar o seu plano de negócio.** 05 dez. 2013. Atual. em: 09 ago. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 04 set. 2023.

_____. **Viabilidade Financeira.** 03 dez. 2019. Atual. em.: 25 nov. 2019. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/viabilidade-financeira,4e8ccd18a819d610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 20 maio 2024.

Self Box. **Como o self storage pode te ajudar na sua mudança.** 28 set. 2020. Disponível em: <https://www.selfbox.com.br/como-o-self-storage-pode-te-ajudar-na-sua-mudanca/>. Acesso em: 26 mar 2024.

SENAI. **Inova.** São Paulo. 2019. Disponível em: [https://plataforma.gpinovacao.senai.br/plataforma/media/upload/ckeditor/ckfinder/file/s/PITCH_Orientacoes%20e%20Dicas\(2\).pdf](https://plataforma.gpinovacao.senai.br/plataforma/media/upload/ckeditor/ckfinder/file/s/PITCH_Orientacoes%20e%20Dicas(2).pdf). Acesso em: 20 nov. 2023.

SILVA, Camila Cristina. **Gestão financeira de projetos culturais.** SENAC. São Paulo. 2023. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/Gest%C3%A3o_financeira_de_projetos_culturais/raW9EAAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=0. Acesso em: 07 maio 2024.

SILVA, Eduardo Sá; MONTEIRO, Fátima. **Empreendedorismo e Plano de Negócios**. Porto: Vida Económica, 2013. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/Empreendedorismo_e_Plano_de_Neg%C3%B3cios/B_MoAwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1&dq=plano+de+neg%C3%B3cios&printsec=frontcover. Acesso em: 19 nov. 2023.

SLONIK, Thiago. **Proposta de valor: O que é e como criar a ideal para o seu negócio**. Jr Consultoria. Disponível em: <https://jrconsultoria.com.br/proposta-de-valor/>. Acesso em: 28 out. 2023.

SOARES, Alexandre. **O que valoriza um imóvel? Confira 9 fatores que influenciam**. Infinity Imobiliária. Disponível em: <https://infinityimobiliaria.com.br/blog/mercado/o-que-valoriza-um-imovel/>. Acesso em: 17 nov. 2023.

SOBRAL, Felipe; PECL, Alketa. **Administração: Teoria e Prática no Contexto Brasileiro**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.

Storage Café. **Auto Armazenamento Tendências do Setor**. Disponível em: <https://www.storagecafe.com/self-storage-industry-statistics/>. Acesso em: 08 nov. 2023.

Spare Foot. **U.S. Self-Storage Industry Statistics**. 16 abr. 2024. Disponível em: <https://www.sparefoot.com/self-storage/news/1432-self-storage-industry-statistics/>. Acesso em: 20 abr. 2024.

TERRA. **Espaços Residenciais estão Sendo Reduzidos e Móveis Precisam ser Inovadores ao novo Ambiente**. 27 abr. 2018. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/espacos-residenciais-estao-sendo-reduzidos-e-moveis-precisam-ser-inovadores-ao-novo-ambiente,620bcbce17bced3bc214087b914fda7e8ubriaw1.html>. Acesso em: 01 out. 2023.

WAINBERG, Rodrigo. **Capital próprio: o que é? Como uma empresa pode utilizá-lo?** Suno. 16 abr. 2018. Disponível em: <https://www.suno.com.br/artigos/capital-proprio/>. Acesso em: 03 out. 2023.

WERNKE, Rodney. **Análise de Custos e Preços de Venda**: ênfase em aplicações e casos nacionais. São Paulo: Saraiva, 2019.

Wall Street Mojo. **Business Structure: what is a business structure?** 04 abr. 2024. Disponível em: <https://www.wallstreetmojo.com/business-structure/>. Acesso em: 31 maio 2024.

ZAP Imóveis. Disponível em: https://www.zapimoveis.com.br/aluguel/galpao-deposito-armazem/?_ab=olx:upgrade,zap-newldp:control,super-high:control,exp-aa-test:control,novopos:new,rp-imob:enabled&transacao=aluguel&tipos=galpao_comercial&pagina=1. Acesso em: 28 abr. 2024.

ANEXO 1 - CLASSIFICAÇÃO DA ATIVIDADE DE SELF STORAGE

Atividades
Estrutura

classificação classe

CNAE-Subclasses 2.3

Hierarquia

| | |
|------------|---|
| Seção: | L ATIVIDADES IMOBILIÁRIAS |
| Divisão: | 68 ATIVIDADES IMOBILIÁRIAS |
| Grupo: | 68.1 Atividades imobiliárias de imóveis próprios |
| Classe: | 68.10-2 Atividades imobiliárias de imóveis próprios |
| Subclasse: | 6810-2/02 Aluguel de imóveis próprios |

Notas Explicativas:

Esta subclasse compreende:

- o aluguel de imóveis próprios, residenciais e não-residenciais
- o aluguel de apart-hotéis residenciais próprios
- o aluguel, em base mensal, de vagas de garagem próprias
- o aluguel de terras próprias para exploração agropecuária, inclusive de pastos

Esta subclasse não compreende:

- a exploração de estacionamentos de veículos ([5223-1/00](#))
- as atividades de hotéis, acampamentos e outros alojamentos para estadias de curta duração (55.10-8/01, 55.10-8/02 e 55.10-8/03) e (55.90-6/01, 55.90-6/02, 55.90-6/03 e 55.90-6/99)

Lista de Descritores

Registros encontrados: 16

Mostrar 25 registros por página

| Código | Descrição |
|---------------------------|--|
| 6810-2/02 | ADMINISTRAÇÃO DE IMÓVEIS PRÓPRIOS |
| 6810-2/02 | ALUGUEL DE IMÓVEIS PRÓPRIOS; RESIDENCIAIS E NÃO-RESIDENCIAIS |
| 6810-2/02 | ALUGUEL DE IMÓVEL PRÓPRIO |
| 6810-2/02 | ALUGUEL DE IMÓVEL PRÓPRIO RESIDENCIAL EM APART-HOTEL |
| 6810-2/02 | ALUGUEL DE TERRAS PRÓPRIAS |
| 6810-2/02 | ALUGUEL DE TERRAS PRÓPRIAS PARA EXPLORAÇÃO AGROPECUÁRIA |
| 6810-2/02 | ALUGUEL MENSAL DE VAGAS DE GARAGEM PRÓPRIAS |
| 6810-2/02 | APART-HOTEL RESIDENCIAL PRÓPRIO; ALUGUEL DE |
| 6810-2/02 | ARRENDAMENTO DE IMÓVEIS PRÓPRIOS; SERVIÇOS DE |
| 6810-2/02 | IMÓVEIS PRÓPRIOS; LOCAÇÃO DE |
| 6810-2/02 | PASTOS; ALUGUEL DE |
| 6810-2/02 | SELF STORAGE |
| 6810-2/02 | SUBLOCAÇÃO DE IMÓVEIS DE TERCEIROS |
| 6810-2/02 | TERRENOS PRÓPRIOS; ALUGUEL DE |
| 6810-2/02 | VAGA DE GARAGEM PRÓPRIA; ALUGUEL DE |
| 6810-2/02 | VAGAS DE GARAGEM PRÓPRIAS; ALUGUEL MENSAL DE |

Anterior Próximo

Fonte: Adaptado de CONCLA, 2023.

ANEXO 2 – DEFINIÇÃO DE MICROEMPRESA E DE EMPRESA DE PEQUENO PORTE

CAPÍTULO II

DA DEFINIÇÃO DE MICROEMPRESA E DE EMPRESA DE PEQUENO PORTE

Art. 3º Para os efeitos desta Lei Complementar, consideram-se microempresas ou empresas de pequeno porte, a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário a que se refere o [art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 \(Código Civil\)](#), devidamente registrados no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, conforme o caso, desde que:

I - no caso da microempresa, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais); e

~~II - no caso da empresa de pequeno porte, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais);~~

II - no caso de empresa de pequeno porte, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais). [\(Redação dada pela Lei Complementar nº 155, de 2016\)](#) [Produção de efeito](#)

§ 1º Considera-se receita bruta, para fins do disposto no **caput** deste artigo, o produto da venda de bens e serviços nas operações de conta própria, o preço dos serviços prestados e o resultado nas operações em conta alheia, não incluídas as vendas canceladas e os descontos incondicionais concedidos.

§ 2º No caso de início de atividade no próprio ano-calendário, o limite a que se refere o **caput** deste artigo será proporcional ao número de meses em que a microempresa ou a empresa de pequeno porte houver exercido atividade, inclusive as frações de meses.

§ 3º O enquadramento do empresário ou da sociedade simples ou empresária como microempresa ou empresa de pequeno porte bem como o seu desenquadramento não implicarão alteração, denúncia ou qualquer restrição em relação a contratos por elas anteriormente firmados.

§ 4º Não poderá se beneficiar do tratamento jurídico diferenciado previsto nesta Lei Complementar, incluído o regime de que trata o [art. 12 desta Lei Complementar](#), para nenhum efeito legal, a pessoa jurídica:

I - de cujo capital participe outra pessoa jurídica;

II - que seja filial, sucursal, agência ou representação, no País, de pessoa jurídica com sede no exterior;

III - de cujo capital participe pessoa física que seja inscrita como empresário ou seja sócia de outra empresa que receba tratamento jurídico diferenciado nos termos desta Lei Complementar, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de que trata o inciso II do **caput** deste artigo;

IV - cujo titular ou sócio participe com mais de 10% (dez por cento) do capital de outra empresa não beneficiada por esta Lei Complementar, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de que trata o inciso II do **caput** deste artigo;

V - cujo sócio ou titular seja administrador ou equiparado de outra pessoa jurídica com fins lucrativos, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de que trata o inciso II do **caput** deste artigo;

VI - constituída sob a forma de cooperativas, salvo as de consumo;

VII - que participe do capital de outra pessoa jurídica;

VIII - que exerça atividade de banco comercial, de investimentos e de desenvolvimento, de caixa econômica, de sociedade de crédito, financiamento e investimento ou de crédito imobiliário, de corretora ou de distribuidora de títulos, valores mobiliários e câmbio, de empresa de arrendamento mercantil, de seguros privados e de capitalização ou de previdência complementar;

IX - resultante ou remanescente de cisão ou qualquer outra forma de desmembramento de pessoa jurídica que tenha ocorrido em um dos 5 (cinco) anos-calendário anteriores;

X - constituída sob a forma de sociedade por ações.

XI - cujos titulares ou sócios guardem, cumulativamente, com o contratante do serviço, relação de pessoalidade, subordinação e habitualidade. [\(Incluído pela Lei Complementar nº 147, de 2014\)](#)

§ 5º O disposto nos incisos IV e VII do § 4º deste artigo não se aplica à participação no capital de cooperativas de crédito, bem como em centrais de compras, bolsas de subcontratação, no consórcio referido no [art. 50 desta Lei Complementar](#) e na sociedade de propósito específico prevista no [art. 56 desta Lei Complementar](#), e em associações assemelhadas, sociedades de interesse econômico, sociedades de garantia solidária e outros tipos de sociedade, que tenham como objetivo social a defesa exclusiva dos interesses econômicos das microempresas e empresas de pequeno porte.

§ 6º Na hipótese de a microempresa ou empresa de pequeno porte incorrer em alguma das situações previstas nos incisos do § 4º, será excluída do tratamento jurídico diferenciado previsto nesta Lei Complementar, bem como do regime de que trata o art. 12, com efeitos a partir do mês seguinte ao que incorrida a situação impeditiva.

§ 7º Observado o disposto no § 2º deste artigo, no caso de início de atividades, a microempresa que, no ano-calendário, exceder o limite de receita bruta anual previsto no inciso I do **caput** deste artigo passa, no ano-calendário seguinte, à condição de empresa de pequeno porte.

§ 8º Observado o disposto no § 2º deste artigo, no caso de início de atividades, a empresa de pequeno porte que, no ano-calendário, não ultrapassar o limite de receita bruta anual previsto no inciso I do **caput** deste artigo passa, no ano-calendário seguinte, à condição de microempresa.

§ 9º A empresa de pequeno porte que, no ano-calendário, exceder o limite de receita bruta anual previsto no inciso II do **caput** deste artigo fica excluída, no mês subsequente à ocorrência do excesso, do tratamento jurídico diferenciado previsto nesta Lei Complementar, incluído o regime de que trata o [art. 12](#), para todos os efeitos legais, ressalvado o disposto nos §§ 9º-A, 10 e 12.

§ 9º-A. Os efeitos da exclusão prevista no § 9º dar-se-ão no ano-calendário subsequente se o excesso verificado em relação à receita bruta não for superior a 20% (vinte por cento) do limite referido no inciso II do **caput**.

§ 10. A empresa de pequeno porte que no decurso do ano-calendário de início de atividade ultrapassar o limite proporcional de receita bruta de que trata o § 2º estará excluída do tratamento jurídico diferenciado previsto nesta Lei Complementar, bem como do regime de que trata o [art. 12 desta Lei Complementar](#), com efeitos retroativos ao início de suas atividades.

§ 11. Na hipótese de o Distrito Federal, os Estados e os respectivos Municípios adotarem um dos limites previstos nos [incisos I e II do caput do art. 19](#) e no [art. 20](#), caso a receita bruta auferida pela empresa durante o ano-calendário de início de atividade ultrapasse 1/12 (um doze avos) do limite estabelecido multiplicado pelo número de meses de funcionamento nesse período, a empresa não poderá recolher o ICMS e o ISS na forma do Simples Nacional, relativos ao estabelecimento localizado na unidade da federação que os houver adotado, com efeitos retroativos ao início de suas atividades.

§ 12. A exclusão de que trata o § 10 não retroagirá ao início das atividades se o excesso verificado em relação à receita bruta não for superior a 20% (vinte por cento) do respectivo limite referido naquele parágrafo, hipótese em que os efeitos da exclusão dar-se-ão no ano-calendário subsequente.

§ 13. O impedimento de que trata o § 11 não retroagirá ao início das atividades se o excesso verificado em relação à receita bruta não for superior a 20% (vinte por cento) dos respectivos limites referidos naquele parágrafo, hipótese em que os efeitos do impedimento ocorrerão no ano-calendário subsequente.

~~§ 14. Para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte, poderão ser auferidas receitas no mercado interno até o limite previsto no inciso II do **caput** ou no § 2º, conforme o caso, e, adicionalmente, receitas decorrentes da exportação de mercadorias, inclusive quando realizada por meio de comercial exportadora ou da sociedade de propósito específico prevista no [art. 56 desta Lei Complementar](#), desde que as receitas de exportação também não excedam os referidos limites de receita bruta anual.~~

§ 14. Para fins de enquadramento como microempresa ou empresa de pequeno porte, poderão ser auferidas receitas no mercado interno até o limite previsto no inciso II do **caput** ou no § 2º, conforme o caso, e, adicionalmente, receitas decorrentes da exportação de mercadorias ou serviços, inclusive quando realizada por meio de comercial exportadora ou da sociedade de propósito específico prevista no art. 56 desta Lei Complementar, desde que as receitas de exportação também não excedam os referidos limites de receita bruta anual. [\(Redação dada pela Lei Complementar nº 147, de 2014\)](#) [\(Produção de efeito\)](#)

~~§ 15. Na hipótese do § 14, para fins de determinação da alíquota de que trata o [§ 1º do art. 18](#), da base de cálculo prevista em seu § 3º e das majorações de alíquotas previstas em seus §§ 16, 16-A, 17 e 17-A, será considerada a receita bruta total da empresa nos mercados interno e externo.~~

§ 15. Na hipótese do § 14, para fins de determinação da alíquota de que trata o § 1º do art. 18, da base de cálculo prevista em seu § 3º e das majorações de alíquotas previstas em seus §§ 16, 16-A, 17 e 17-A, serão consideradas

separadamente as receitas brutas auferidas no mercado interno e aquelas decorrentes da exportação.

[\(Redação dada pela Lei Complementar nº 147, de 2014\)](#) [\(Produção de efeito\)](#)

§ 16. O disposto neste artigo será regulamentado por resolução do CGSN. [\(Incluído pela Lei Complementar nº 147, de 2014\)](#)

§ 17. [\(VETADO\)](#). [\(Incluído pela Lei Complementar nº 155, de 2016\)](#) [Produção de efeito](#)

§ 18. [\(VETADO\)](#). [\(Incluído pela Lei Complementar nº 155, de 2016\)](#) [Produção de efeito](#)

Art. 3º-A. Aplica-se ao produtor rural pessoa física e ao agricultor familiar conceituado na [Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006](#), com situação regular na Previdência Social e no Município que tenham auferido receita bruta anual até o limite de que trata o inciso II do **caput** do art. 3º o disposto nos arts. 6º e 7º, nos Capítulos V a X, na Seção IV do Capítulo XI e no Capítulo XII desta Lei Complementar, ressalvadas as disposições da [Lei nº 11.718, de 20 de junho de 2008](#). [\(Incluído pela Lei Complementar nº 147, de 2014\)](#)

Parágrafo único. A equiparação de que trata o **caput** não se aplica às disposições do Capítulo IV desta Lei Complementar. [\(Incluído pela Lei Complementar nº 147, de 2014\)](#)

Art. 3º-B. Os dispositivos desta Lei Complementar, com exceção dos dispostos no Capítulo IV, são aplicáveis a todas as microempresas e empresas de pequeno porte, assim definidas pelos incisos I e II do **caput** e § 4º do art. 3º, ainda que não enquadradas no regime tributário do Simples Nacional, por vedação ou por opção.

Fonte: Brasil, 2006.

APÊNDICE 01 – Código de Ética: Armazenei – Self Storage

Este Código de Ética foi elaborado para estabelecer os princípios e padrões de conduta que guiam todas as nossas atividades e interações. Este documento é um reflexo do nosso compromisso com colaboradores, clientes e comunidade. É um guia para garantir que todas as operações sejam conduzidas de maneira ética e responsável, promovendo um ambiente de trabalho seguro, inclusivo e respeitoso. Todos os colaboradores são responsáveis por compreender e cumprir este código, assegurando que mantemos padrões de ética e profissionalismo em todas as nossas ações.

1. Confidencialidade e Discrição:

1.1. Todos os colaboradores estão comprometidos com a confidencialidade absoluta das informações dos clientes.

1.2. É estritamente proibido divulgar qualquer informação sobre os bens armazenados, identidade dos clientes ou qualquer detalhe relacionado aos itens armazenados sem a autorização expressa do cliente e posterior aval da gerência.

2. Respeito à Privacidade dos Clientes:

2.1. Os colaboradores devem respeitar a privacidade dos clientes e garantir que todos os procedimentos sejam realizados de maneira discreta e respeitosa.

2.2. Não é permitido observar ou acessar os pertences dos clientes sem autorização explícita ou em situações estritamente necessárias para a segurança e manutenção dos itens armazenados.

3. Segurança e Proteção dos Bens Armazenados:

3.1. Os colaboradores devem priorizar a segurança e proteção dos bens armazenados, adotando medidas adequadas para evitar danos, roubo ou acesso não autorizado.

3.2. Qualquer irregularidade ou suspeita de violação da segurança deve ser relatada imediatamente para investigação e ação corretiva.

4. Ética Profissional:

4.1. Todos os colaboradores devem agir com integridade, honestidade e ética em todas as interações relacionadas ao trabalho.

4.2. É vedada a aceitação de qualquer forma de presente ou benefício pessoal que possa influenciar o julgamento ou as decisões dos colaboradores em detrimento da empresa ou dos clientes.

5. Não Discriminação e Não Assédio:

5.1. É proibida qualquer forma de discriminação ou assédio com base em raça, cor, sexo, religião, nacionalidade, idade, orientação sexual, identidade de gênero, deficiência ou qualquer outra característica.

5.2. Todos os colaboradores têm o direito de trabalhar em um ambiente livre de discriminação e assédio. Qualquer incidente de discriminação ou assédio deve ser imediatamente relatado à gerência para investigação e ação apropriada.

6. Cumprimento das Regulamentações e Normas Aplicáveis:

6.1. Os colaboradores devem cumprir todas as leis, regulamentos e normas aplicáveis ao funcionamento do empreendimento.

6.2. Devem ser seguidas as diretrizes e procedimentos operacionais estabelecidos pela empresa para garantir a conformidade com as leis de segurança, proteção de dados e qualquer outra regulamentação relevante.

7. Denúncia de Irregularidades:

7.1. Todos os colaboradores têm o direito e a responsabilidade de relatar quaisquer violações deste código de ética ou quaisquer outras práticas antiéticas ou ilegais.

7.2. Serão disponibilizados canais de denúncia confidenciais e seguros para que os colaboradores possam relatar preocupações ou irregularidades sem medo de retaliação.

8. Treinamento e Educação:

8.1. A empresa fornecerá treinamento adequado aos colaboradores sobre as políticas, procedimentos e regulamentações relevantes para o desempenho de suas funções.

8.2. Os colaboradores devem participar ativamente de programas de educação continuada e desenvolvimento profissional para aprimorar suas habilidades e conhecimentos.