

FACULDADE DE TECNOLOGIA DA ZONA SUL SÃO PAULO
“DOM PAULO EVARISTO ARNS”

ELISA DE MORAIS DA SILVA - R.A 1370642212007

THAMIRIS COSTA MELO - R.A 1370642211019

PLANO DE NEGÓCIO – LAVANDERIA ACQUA BOOM

São Paulo

2024

**FACULDADE DE TECNOLOGIA DA ZONA SUL SÃO PAULO “DOM PAULO
EVARISTO ARNS”**

ELISA DE MORAIS DA SILVA - R.A 1370642212007

THAMIRIS COSTA MELO - R.A 1370642211019

PLANO DE NEGÓCIO- LAVANDERIA ACQUA BOOM

Trabalho de Graduação apresentado à
Faculdade de Tecnologia da Zona Sul - São
Paulo - “Dom Paulo Evaristo Arns”, como
exigência parcial para a obtenção do título de
Tecnólogo em Gestão
Empresarial.

Orientador(a): Profa. Dra. Daniela Menezes
Garzaro.

São Paulo

2024

RESUMO

Este plano de negócio apresenta a proposta de criação de uma lavanderia voltada para a praticidade e conveniência dos moradores de Moema. O objetivo é atender às demandas de um público que busca otimizar seu tempo, sem abrir mão de serviços de qualidade. O desenvolvimento do projeto incluiu uma análise detalhada do mercado, projeções financeiras realistas e uma formulação de estratégias de marketing alinhadas ao perfil dos clientes. Entre os diferenciais é oferecido um atendimento personalizado. O estudo demonstrou que o negócio tem potencial para alcançar um faturamento anual de R\$ 678.000,00, com retorno do investimento estimado em 4 anos e 2 meses. A proposta se destaca por suas opções e por sua capacidade de impactar positivamente o cotidiano dos clientes, oferecendo soluções práticas para o cuidado com roupas.

Palavras-chaves: lavanderia; praticidade; análise de mercado; sustentabilidade; inovação.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
1.1 Justificativa.....	6
1.2 Objetivos Geral	6
1.3 Objetivos Específicos.....	7
2 METODOLOGIA	8
3 CRONOGRAMA DAS ATIVIDADES	9
4 SUMÁRIO EXECUTIVO	10
4.1 Sócios Empreendedores	11
4.2 Dados do Empreendimento	12
4.2.1 Missão:	12
4.2.3 Visão:.....	12
4.2.4 Valores:.....	12
4.3 Setores de Atividade.....	12
4.4 Forma jurídica	13
4.5 Enquadramento tributário.....	13
4.6 Capital Social	13
4.7 Fonte de recursos.....	13
5 ANÁLISE DE MERCADO	14
5.1 Clientes.....	14
5.2 Comportamento do Consumidor	14
5.3 Fatores de Decisão	15
5.4 Os Concorrentes	15
5.5 Estudo dos Fornecedores.....	16
6 PLANO DE MARKETING (PRODUTO, PREÇO, PRAÇA E PROMOÇÃO) DA LAVANDERIA ACQUA BOOM.....	17
6.1 Produto	17
6.1.2 Preço.....	17
6.1.3 Praça.....	17
6.1.4 Promoção.....	20
6.1.5 Estratégias de comunicação para a Acqua Boom.....	20

6.1.6 Canais de comunicação que podem ser eficazes para uma lavanderia	21
6.1.7 Promoções em Aplicativos Locais	21
6.1.8 Cartões de Agradecimento	21
6.1.9 Atendimento Presencial.....	21
6.1.10 Resumo da Campanha de Marketing	22
6.1.11 Cronograma.....	22
7 PLANO OPERACIONAL	23
7.1 Capacidade Produtiva.....	24
7.2 Necessidade de Pessoal.....	25
8 ORGANOGRAMA.....	26
9 FLUXOGRAMA.....	27
10 PLANEJAMENTO FINANCEIRO	28
10.1 Estimativa de Investimentos Fixos.....	28
11 CAPITAL DE GIRO	29
11.1 Estimativa De Estoque Inicial	29
12 CAIXA MÍNIMO.....	30
13 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	32
14 INVESTIMENTO TOTAL.....	32
15 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL	33
16 ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO	34
17 APURAÇÃO DOS CUSTOS DOS MATERIAIS DIRETOS.....	35
18 ESTIMATIVAS DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA	36
19 ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS	37
20 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS – DRE	38
21 INDICADORES DE VIABILIDADE	38
22 ANÁLISE DE CENÁRIO.....	39
22.1 PESTEL.....	39
23 ANÁLISE SWOT.....	41
24 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO	42
REFERÊNCIAS.....	44

1 INTRODUÇÃO

Iniciar um novo empreendimento é um desafio que vai além de uma boa ideia; requer um bom entendimento do mercado, planejamento e uma estratégia bem definida. O desenvolvimento de um Plano de Negócio é uma das etapas mais importantes para transformar uma visão empreendedora em realidade. Segundo a obra escrita por Arnoldo,

o plano de negócio, poderá ser um excelente guia para as tomadas de decisão, que inevitavelmente têm de ser efetuadas na conduta do seu empreendimento [...] encontram-se definidos os propósitos, as estratégias, as competências, as habilidades e o conhecimento da empresa, do pessoal e do negócio em si, sendo esses norteadores fundamentais para a comunicação empresarial e para a tomada de decisão (ARNOLDO, 2013, pág. 8).

Para um bom Plano de Negócios é necessário muito mais do que apenas uma boa ideia, é necessário desenvolver um roteiro detalhado para a criação e gestão de uma nova empresa, incluindo desde o estudo do mercado-alvo análise de mercado até a análise de viabilidade financeira. Segundo Arnoldo, “o plano de negócio deve ser visto como uma ferramenta operacional que define o posicionamento atual da empresa e as possibilidades futuras, além de indicar os caminhos a serem seguidos” (ARNOLDO, 2013, pág.10).

Foi a partir desse entendimento sobre a importância de um bom planejamento que nasceu a Acqua Boom. Desenhada pelo desejo de oferecer um serviço diferenciado e de alta qualidade a gestora Elisa, com sua experiência no ramo de lavanderias, decidiu transformar seu sonho em realidade. Com um conhecimento profundo das necessidades e expectativas dos clientes, e ciente das tendências emergentes no mercado de serviços de lavanderia, ela criou um conceito que se destaca pela excelência no cuidado das roupas e pela atenção personalizada.

A Acqua Boom surge com um conceito de estabelecer uma lavanderia de bairro que se destaca pela excelência no cuidado, desde peças do dia a dia até roupas de festa mais delicadas. Em um cenário onde a demanda por serviços personalizados e de alta qualidade cresce, a Acqua Boom visa oferecer um atendimento especializado, focado no tratamento adequado de cada tipo de tecido e peça. Esta abordagem não só atende às expectativas dos clientes, mas também foge das tendências emergentes no mercado de serviços de lavanderia. Após o impacto da pandemia a partir do ano de 2022 o mercado de lavanderia conseguiu se recuperar e retomar o crescimento, seguindo a tendência de lavanderias self-service. A Acqua Boom vem no

sentido contrário buscando um âmbito carente no mercado e buscando uma especialização e um cuidado com suas roupas que nenhuma self-service consegue proporcionar.

A empresa pretende preencher uma lacuna no mercado local ao fornecer serviços que combinam expertise técnica com um atendimento personalizado, estabelecendo-se como uma referência em qualidade e confiabilidade.

Este Plano de Negócio tem como objetivo delinear as estratégias necessárias para lançar e consolidar a Acqua Boom no mercado, explorando as oportunidades e abordando os desafios específicos do setor de lavanderias. Através deste planejamento, a Acqua Boom busca não apenas atender, mas superar as expectativas dos clientes, construindo uma base sólida para um crescimento sustentável e bem-sucedido.

1.1 Justificativa

Este projeto se justifica pela necessidade de avaliar a viabilidade do plano de negócios para a lavanderia Acqua Boom. No setor de lavanderias, um planejamento detalhado é crucial para garantir a eficiência operacional e a satisfação do cliente. A Acqua Boom visa se destacar ao oferecer serviços especializados e personalizados que atendam às demandas crescentes por cuidados diferenciados com as roupas. O sucesso da lavanderia depende de uma análise minuciosa das necessidades do mercado e da implementação de estratégias eficazes de operação e atendimento. Portanto, desenvolver um plano de negócios sólido é essencial para assegurar a eficiência dos serviços oferecidos, a satisfação dos clientes e a sustentabilidade financeira da empresa.

1.2 Objetivos Geral

O objetivo geral deste trabalho é elaborar e apresentar um plano de negócios para a Acqua Boom, com o intuito de avaliar a viabilidade e os requisitos necessários para o início das operações de uma lavanderia de bairro especializada. O plano visa fornecer uma estrutura detalhada para o estabelecimento da lavanderia, identificando as estratégias necessárias para a sua operação bem-sucedida e a conquista do mercado local.

1.3 Objetivos Específicos

- Apresentar, através do sumário executivo, as características gerais da Acqua Boom, incluindo a visão, missão, valores e os papéis desempenhados pelos membros da equipe.
- Identificar o perfil dos clientes potenciais para serviços de lavanderia especializados, além de fornecedores para insumos e equipamentos necessários, e analisar os concorrentes locais.
- Definir os serviços oferecidos pela Acqua Boom, estabelecer políticas de preços e desenvolver estratégias de marketing e comercialização para atrair e reter clientes.
- Avaliar os investimentos necessários e estimar os custos operacionais para o funcionamento da lavanderia.
- Analisar a viabilidade da Acqua Boom por meio dos indicadores de lucratividade e sustentabilidade financeira.

2 METODOLOGIA

A pesquisa é de natureza aplicada e possui uma abordagem qualitativa. Quanto aos estudos possui característica de plano de negócio de uma lavanderia.

3 CRONOGRAMA DAS ATIVIDADES

Atividades	Ago.	Set.	Out.	Nov.
Definição do tema	X			
Análise conceitual do objetivo	X			
Pesquisa de mercado	X	X		
Introdução	X	X		
Elaboração da justificativa			X	
Elaboração da metodologia			X	
Coleta de dados			X	
Resultado de Análise				X
Conclusão do trabalho				X

4 SUMÁRIO EXECUTIVO

A Acqua Boom é uma lavanderia de bairro especializada no cuidado e tratamento de roupas, com um enfoque em oferecer serviços personalizados e de alta qualidade para atender às necessidades específicas de cada cliente. A Acqua Boom se destaca por sua equipe altamente capacitada e treinada para lidar com diferentes tipos de tecidos e cuidados especiais, garantindo a preservação da integridade e da aparência das roupas.

Entre os principais serviços oferecidos pela Acqua Boom estão a lavanderia especializada para roupas delicadas (com pedrarias, couro, tecido com pele de animal, sedas, etc.) e serviços de lavanderia para roupas do dia a dia. A empresa também se dedica a oferecer serviços adicionais como passadoria e pequenos reparos, visando proporcionar uma experiência completa e conveniente para seus clientes. O público-alvo da Acqua Boom inclui residentes locais, profissionais e famílias que buscam um serviço de lavanderia de alta qualidade e confiável.

A Acqua Boom estará localizada no bairro de Moema, conhecido por sua densidade populacional e fácil acesso, o que facilita a proximidade com os clientes potenciais.

4.1 Sócios Empreendedores

Nome: Thamiris Costa Melo

Endereço: Rua Juriti Marrom, 314

Cidade: São Paulo

Contato: thamirescosta147@gmail.com

Perfil:

Atribuições do Sócio 1 – Thamiris Costa: Thamiris ficará encarregada dos recursos humanos e financeiros da Acqua Boom. Suas funções incluirão a supervisão das atividades dos colaboradores, planejamento e desenvolvimento de estratégias de recrutamento e seleção, além de treinamentos e desenvolvimento de pessoal. Ela também será responsável pela administração de salários, relações trabalhistas e clima organizacional, bem como pelo gerenciamento financeiro, incluindo fluxo de caixa e planejamento financeiro.

Nome: Elisa de Moraes da Silva

Endereço: Rua Pascoal Valva,772, casa 03

Cidade: São Paulo

Contato:els.mo.sil@gmail.com

Perfil:

Atribuições do Sócio 2 – Elisa Moraes: Elisa será responsável pelo planejamento e execução das operações da Acqua Boom. Suas atividades incluirão a gestão dos processos operacionais e desenvolvimento de métodos para otimização dos serviços. Ela também gerenciará a estrutura financeira e orçamentária, além de planejar a expansão de mercado e realizar análises de resultados para aprimorar as operações e estratégias da lavanderia.

4.2 Dados do Empreendimento

Nome da Empresa: ACQUA BOOM LTDA

CNAE: 9601-7/01 Lavanderias

CNPJ: a constituir

4.2.1 Missão:

Proporcionar serviços de lavanderia de alta qualidade, com eficiência, cuidado e respeito pelo meio ambiente, garantindo a satisfação dos nossos clientes através de um atendimento rápido, confiável e personalizado.

4.2.3 Visão:

Ser reconhecida como a principal referência em serviços de lavanderia da região, destacando-se pela excelência, sustentabilidade e inovação, oferecendo soluções práticas e confiáveis para a vida moderna.

4.2.4 Valores:

- ✓ **Qualidade:** garantir um serviço impecável, cuidando de cada peça de roupa com atenção aos detalhes.
- ✓ **Pontualidade:** respeitar prazos e entregar sempre no tempo combinado.
- ✓ **Responsabilidade Ambiental:** utilizar produtos e práticas que minimizem o impacto ao meio ambiente.
- ✓ **Atendimento ao Cliente:** priorizar a satisfação do cliente, oferecendo um atendimento personalizado e acolhedor.
- ✓ **Confiança:** manter transparência e confiabilidade em todos os processos. Inovação: Buscar constantemente novas tecnologias e métodos para melhorar a eficiência e qualidade do serviço.

4.3 Setores de Atividade

A Lavanderia da Acqua Boom é uma empresa prestadora de serviços, ela abrange especificamente no ramo de serviços pessoais. O setor abrange serviços diretamente ao consumidor, como lavagem, secagem, passadoria e limpeza de roupas e outros tecidos.

4.4 Forma jurídica

A Acqua Boom é uma sociedade limitada, composta por dois sócios. A responsabilidade de cada sócio é limitada ao valor de suas cotas.

4.5 Enquadramento tributário

Como empresa de pequeno médio porte, somos optantes pelo Simples Nacional.

4.6 Capital Social

O investimento inicial para a implementação da lavanderia é de R\$ 200.000,00, distribuído entre a aquisição de equipamentos, aluguel do espaço, e custos operacionais iniciais. Com base no planejamento financeiro, espera-se que o faturamento mensal alcance R\$ 56.500,00, com um lucro estimado de R\$ 3.890,00 por mês. O prazo de retorno do investimento está projetado para aproximadamente 4 anos e 2 meses, permitindo à Acqua Boom consolidar sua presença no mercado local e garantir a satisfação dos clientes.

4.7 Fonte de recursos

Os recursos para implementação da empresa são de capital próprio de cada um dos sócios.

A sócia Elisa disponibilizara o recurso através da venda de dois veículos próprio, juntamente com a sócia Thamiris que disponibilizará o recurso através da venda de um imóvel da herança do seu pai.

5 ANÁLISE DE MERCADO

5.1 Clientes

Identificar o público-alvo sempre foi um dos objetivos cruciais na idealização do sucesso da Acqua Boom. Nossa lavanderia especializa-se em oferecer serviços personalizados e de alta qualidade, atendendo às necessidades específicas dos clientes. O perfil do nosso público-alvo inclui:

- **Residentes Locais:** Famílias e indivíduos que valorizam o cuidado com suas roupas e buscam um serviço confiável e personalizado.
- **Profissionais:** pessoas que trabalham em ambientes que exigem uma apresentação impecável, como advogados, executivos e pessoas da área de eventos.
- **Público com Roupas Delicadas:** clientes que possuem peças especiais, como roupas de festa e tecidos delicados, que requerem cuidados diferenciados.
- **Parceria com hotéis:** estabelecimentos de hospedagem que prezam pelo conforto e bem-estar dos seus hóspedes. E que possuem jogo de camas, cortinas e toalhas com tecidos como linho, seda, ou qualquer outro tecido que necessite de um cuidado especial e personalizado.

5.2 Comportamento do Consumidor

A frequência com que os clientes utilizam serviços de lavanderia pode variar. Espera-se que clientes regulares busquem nossos serviços semanalmente ou quinzenalmente, especialmente em situações de eventos especiais, trocas sazonais de roupas e cuidados com jogo de camas e peças delicadas.

A pesquisa por serviços de lavanderia é predominantemente realizada online, com clientes buscando recomendações e avaliações em redes sociais e plataformas de avaliação, mas não podemos esquecer da referência de lavanderias de bairro, a divulgação boca-boca também se torna um diferencial nos nossos serviços, por isso prezamos pelo melhor atendimento possível. Além disso, a confiança em empresas já conhecidas ou que tenham um bom histórico é um fator importante na decisão de escolha.

5.3 Fatores de Decisão

Os principais elementos que influenciam a escolha do cliente incluem:

- **Qualidade dos Serviços:** tratamento especializado e resultados visíveis.
- **Atendimento Personalizado:** relação de confiança e comunicação eficaz.
- **Preço:** valores justos que reflitam a qualidade do serviço
- **Tempo:** prezamos pelo atendimento fast, então realizar os procedimentos no menor tempo possível é um dos nossos diferenciais.
- **Entrega:** para maior comodidade do cliente temos a opção de retirar e entregar as peças na sua residência.
- **Produtos:** a seleção de produtos de qualidade que mantenham as peças hidratadas e que trazem vida e vitalidade à peça, as tornando praticamente novas em folha.
- **Armazenagem:** nos preocupamos com a forma que as peças chegam até o cliente então uma embalagem que armazene toda a fragrância e capricho que foi aplicado à peça faz com que o cliente final consiga sentir o carinho nos detalhes.

5.4 Os Concorrentes

Analisar a concorrência é fundamental para entender o cenário em que a Acqua Boom está inserida. No nosso caso, os principais concorrentes são outras lavanderias locais, incluindo aquelas que operam no modelo de serviços mais tradicionais. Cada fornecedor tem seu comprometimento em garantir suas entregas no prazo. A lavanderia DryClean oferece serviços de Delivery e atendimento personalizado, a lavanderia Washlav tem como diferencial o serviço de lavagem de roupas finas e delicadas, a 5asec segue oferecendo os mesmos serviços com qualidade e garantia no prazo final, com essa análise é possível explorar o cenário da concorrência local. Abaixo segue alguns pontos importantes a serem destacados.

Tabela 1 – Relação de Concorrentes

Nome do Concorrente	Atendimento Personalizado	Média de preço	Cuidados Ambientais	Embalagem Especializada	Serviços Delivery
Acqua Boom	Sim	R\$14 a R\$180	Sim	Sim	Sim
Moema Dryclen	Sim	R\$16 a 190	Sim	Não	Sim
Lavanderia Washlav	Sim	R\$15 a R\$200	Sim	Não	Não
Lavanderia 5asec	Sim	R\$15 a R\$200	Sim	Sim	Sim

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

5.5 Estudo dos Fornecedores

A escolha de fornecedores de qualidade é essencial para garantir a eficiência e a qualidade dos serviços da Acqua Boom. Um bom relacionamento com fornecedores pode resultar em melhores preços, prazos de entrega e qualidade dos insumos.

Tabela 2 – Fornecedores

Ordem	Descrição dos Itens	Nome do Fornecedor	Preços	Prazo de Entrega	Localização
1.	Máquina de lavar industrial	Ali Express	R\$ 2.811,65	20 dias com taxa	https://abrir.link/ZkuvC
2.	Terceirização de Tapetes	Boa limpeza	R\$50,00	20 dias	https://abrir.link/cshHK
3.	Edredons e lençóis terceirizados	5asec lavanderia	R\$60,00	5 dias	https://abrir.link/NVcuC
4.	Peça em couro	Requinte lavanderia	R\$90,00	7 dias	https://abrir.link/TokeE
5.	Embalagens	Dom Plastic	R\$28,50	2 dias úteis	https://abrir.link/PcyKQ

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

6 PLANO DE MARKETING (PRODUTO, PREÇO, PRAÇA E PROMOÇÃO) DA LAVANDERIA ACQUA BOOM

6.1 Produto

O produto é a essência da existência das empresas. Ele atende às necessidades dos consumidores e traz benefícios para suas vidas. Além disso, é a partir do produto que os outros elementos do marketing são desenvolvidos.

- Prestação de Serviços: Lavagem de roupas, e passadoria.
- Qualidade: Uso de produtos de limpeza de alta qualidade, equipamentos modernos e técnicas sustentáveis.

6.1.2 Preço

- Estratégia de precificação: preços competitivos em comparação com concorrentes locais.

O preço dos serviços:

- lavagem simples e serviços de passadoria (calças jeans, camisetas, roupas de treino, bermudas) a partir de 6 peças R\$ 160,00.
 - lavagem de peças delicadas e serviços de passadoria R\$ 30,00 a R\$ 70,00
- Políticas de Descontos e Pacotes: oferecer descontos em serviços em grandes volumes ou planos mensais. A partir de R\$ 300,00 em lavagem de peças de roupas e pagando a vista, o cliente terá um desconto de 10%.
 - Percepção de valor: justificar preços mais altos com serviços premium e atendimento ao cliente excepcional.
 - Condições de pagamentos: Pix, crédito (à vista ou parcelado em 2x) e cartão débito.

6.1.3 Praça

O P de Praça, diz respeito aos canais de distribuição e aos pontos de venda, tanto físicos quanto virtuais. É por meio desse elemento que se determina como o produto alcançará o consumidor da Acqua Boom.

- Localização: Estar em áreas de alta circulação, como bairros residenciais ou comerciais.
- Canal de distribuição: Loja física, mas também serviços online para agendamento de coletas e entregas.

- Acessibilidade: Facilitar o acesso através de um website ou aplicativo, como também é disponibilizada a retirada das peças em loja física.
- Cobertura de distribuição: A área de distribuição será limitada a 10 km para aqueles que utilizarem o meio de lavanderia delivery, e para clientes que querem levar sua peça até a lavanderia a Acqua Boom estará disponível na região do Moema, São Paulo, porém a pretensão é estender o número de lavanderias por todas as regiões nobres de São Paulo.
- Frete e logística: O frete vai funcionar a depender de alguns fatores, primeiro ponto é limitação de 10 km, será disponibilizado serviços de entrega especializados com motorista e carro próprio da lavanderia Acqua Boom e se possível se fará a integração do sistema de pedidos da lavanderia com o sistema do serviço de entrega, facilitando o acompanhamento e a gestão dos pedidos.

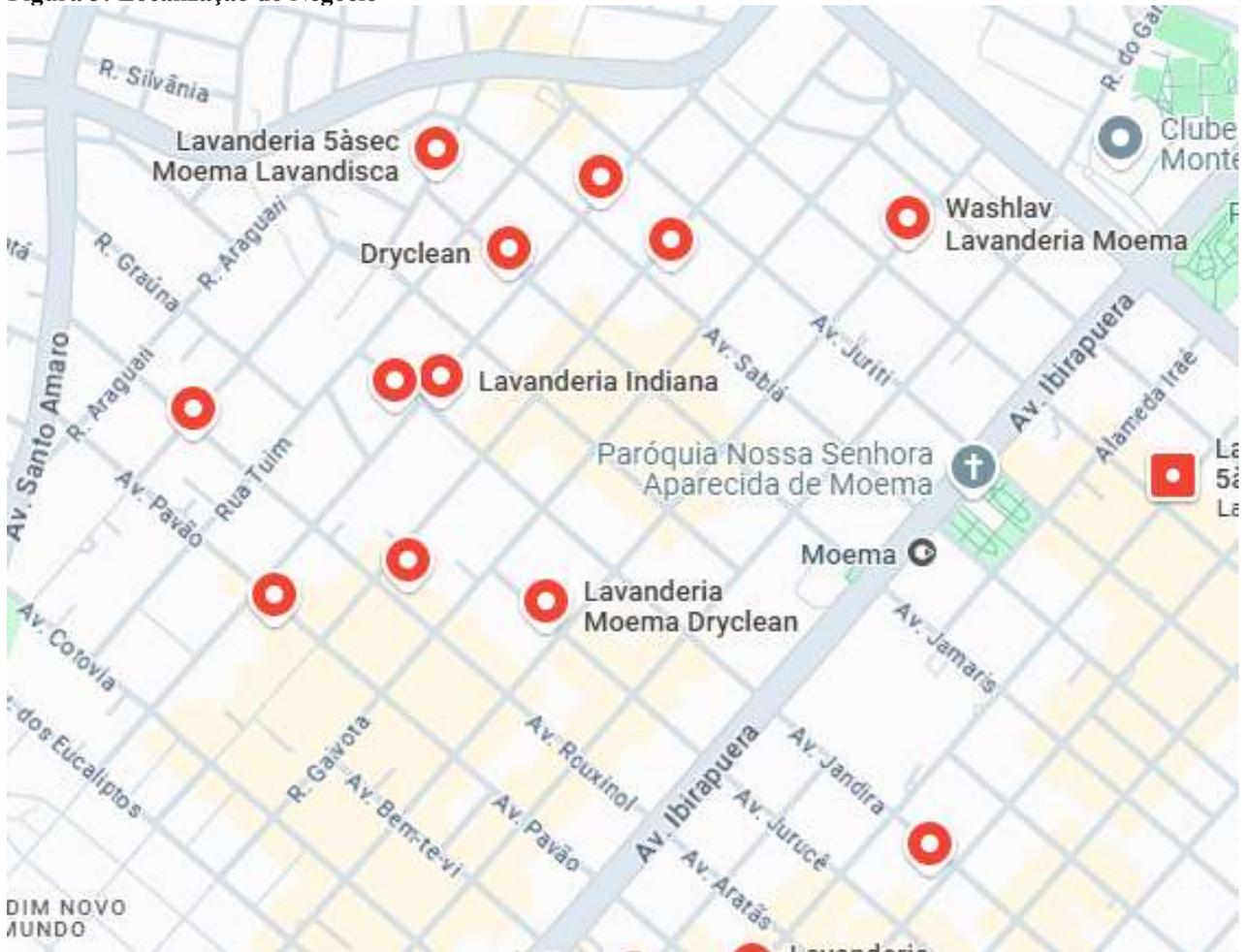
Processo Logístico - Recepção: Os pedidos serão realizados tanto pelo (aplicativo e site)

Tempo de Entrega: em até 3 dias úteis para roupas simples e demais roupas delicadas e sofisticadas em conformidade com a demanda para que se atenda às expectativas dos clientes.

LAVANDERIA ACQUA BOOM

Endereço: Rua Gaivota, 1198 Bairro: Moema / Zona Sul	Cidade: São Paulo	Estado: SP
---	-------------------	------------

Figura 3: Localização do Negócio



Fonte: Google Maps (2024)

6.1.4 Promoção

Promoção refere-se às estratégias utilizadas para incentivar a demanda pelo produto entre o público-alvo.

- Publicidade: Anúncios em mídias sociais, Google Ads e panfletos na região que se encontra inserida uma loja física.
- Promoções sazonais: Ofertas durante datas comemorativas ou períodos de alta demanda (como volta às aulas).
- Fidelização: Programas de recompensas para clientes que são frequentes, ganha um serviço gratuito após 10 utilizações.
- Descontos de Boas-Vindas: Oferecer 20% de desconto no primeiro serviço para novos clientes.
- Propaganda: Desenvolver materiais promocionais com design atrativo, destacando os serviços oferecidos, promoções e contatos. Distribuir em estabelecimentos locais, como academias, cafés, condomínios e até mesmo prédios comerciais.
- Merchandising: Criação de um logotipo moderno e atraente que incorpore elementos relacionados à água e limpeza. Cores como azul e verde podem transmitir frescor e pureza. Slogan marcante - “A limpeza que faz boom!” para destacar a eficiência dos serviços

6.1.5 Estratégias de comunicação para a Acqua Boom

As estratégias de comunicação é aumentar a conscientização da marca, tornando-a Acqua Boom conhecida na comunidade local, engajar e fidelizar clientes, e informar sobre serviços e promoções.

Para atingir esses objetivos, a Acqua Boom utilizará vários canais. Nas redes sociais, como Instagram e Facebook, serão feitos posts visuais, promoções e dicas sobre cuidados com roupas. Um site de conteúdo informativo será desenvolvido, incluindo um blog com conteúdo relevante. Também haverá marketing local com distribuição de flyers e cartazes em negócios parceiros.

As mensagens principais destacarão a qualidade e confiabilidade dos serviços, promoções, como o desconto de boas-vindas, e o compromisso com a sustentabilidade. Campanhas específicas como promoção do programa de fidelidade, além de ações sazonais para datas comemorativas.

Para engajar o público, a Acqua Boom incentivará depoimentos de clientes nas redes sociais. O desempenho das campanhas será monitorado mensalmente, com ajustes conforme necessário. A equipe também receberá capacitação para garantir uma comunicação eficaz e transmitir os valores da marca.

A implementação da estratégia será feita em etapas ao longo dos primeiros seis meses, com revisões trimestrais para melhorias contínuas.

6.1.6 Canais de comunicação que podem ser eficazes para uma lavanderia

- ✓ YouTube: Criar vídeos educativos e promocionais sobre cuidados com roupas, dicas de lavanderia e a rotina de trabalho da Acqua Boom.
- ✓ Influenciadores Locais: Colaborar com influenciadores ou micro influenciadores da região para divulgar a marca por meio de postagens e histórias.
- ✓ Eventos de Networking: Participar de eventos de networking para pequenos negócios e empreendedores, promovendo parcerias e colaborações.
- ✓ Participação em feiras locais: Para promover os serviços e fazer networking.

6.1.7 Promoções em Aplicativos Locais

- ✓ Anunciar em aplicativos que promovem negócios locais, como cupons ou ofertas especiais.
- ✓ Google Ads: Para direcionar clientes que buscam serviços de lavanderia na região.
- ✓ Redes sociais: Anúncios pagos para aumentar a visibilidade.

6.1.8 Cartões de Agradecimento

Incluir cartões de agradecimento nas entregas, incentivando o retorno e o compartilhamento nas redes sociais.

6.1.9 Atendimento Presencial

Loja física para garantir que a equipe esteja treinada para fornecer informações e atender bem os clientes.

Planejamento para uma campanha de marketing para a Acqua Boom, incluindo canais de comunicação, quantidade, tipo de inserção e estimativa de valor:

Tabela 4 – Canais de comunicação

Canal de distribuição	Tipo de inserção	Quantidade	Valor
Redes sociais (Instagram, Facebook)	Posts com conteúdo informativo e anúncios em stories	5 posts e 5 anúncios	R\$ 1.000,00
Google Ads	Anúncios de pesquisa e display	15 anúncios	R\$ 800,00
Flyers e Panfletos	Distribuição em comércios locais	1.000 flyers	R\$ 400,00
Parcerias com Influenciadores Locais	Postagens e Stories promovendo a marca	3 influenciadores	R\$ 900,00
Campanhas de Fidelização	Cartões para clientes acumularem pontos por cada serviço realizado	450 cartões	R\$ 180,00
Valor Total			R\$ 3.280,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

6.1.10 Resumo da Campanha de Marketing

Total de Canais: 5

Total de Inserções: 5 posts em redes sociais, 15 anúncios no Google, 1.000 flyers, 3 influenciadores, 450 cartões de fidelidade.

Custo Total: R\$ 3.280,00.

6.1.11 Cronograma

Duração da Campanha: 1 mês.

Início: Primeira semana do mês.

Avaliação: Ao final do mês, análise dos resultados e ajustes para futuras campanhas.

Ao realizar a análise, as sócias decidiram se serão necessários manter todos os canais de comunicação ou não, mas de fato pelo menos duas campanhas de promoção da lavanderia serão mantidas.

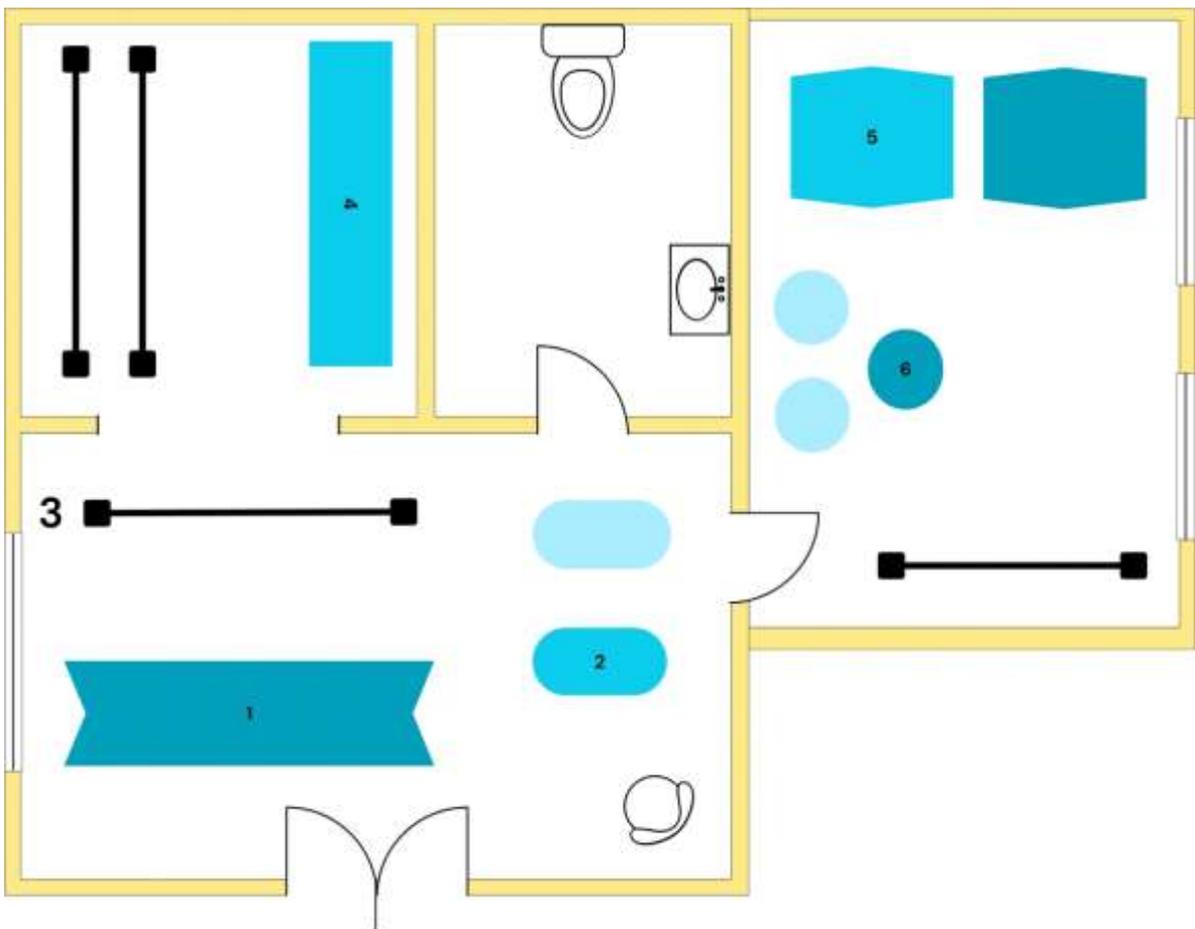
7 PLANO OPERACIONAL

O plano operacional consegue trazer uma visão estratégica em relação as operações dentro do setor empresarial. Segue-se algumas informações importantes sobre a estrutura do plano operacional da lavanderia Aqua Boom.

Layout

Para otimizar o fluxo do trabalho o arranjo físico da Aqua Boom segue esse segmento de fluxo de trabalho, abaixo uma demonstração:

Figura 5 - Layout



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Legenda:

1. Atendimento ao cliente;
2. Área para passadoria;
3. Arara para peças de roupa;

4. Armazenamento de roupas;
5. Área de lavagem;
6. Carrinhos para deslocamento de peças.

7.1 Capacidade Produtiva

A capacidade produtiva desse seguimento é dependente da sazonalidade. O período de maior demanda são os meses de: março, abril, maio, junho, agosto, setembro, outubro e novembro. Os meses em que o movimento na lavandeira decresce em decorrência de férias e festas, é o período de menor demanda os meses: janeiro, fevereiro, julho e dezembro. A época de maior demanda é o período em que o público-alvo está fora do intervalo de férias. Abaixo temos uma tabela considerando o período de maior demanda, ou seja, estamos apresentando a capacidade total do nosso negócio.

Tabela 6 – Capacidade total

Capacidade de clientes por turno(manhã e tarde)	12
Capacidade diária de clientes	24
Capacidade Mensal de clientes	480
Vagas reserva mensalmente	60

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Tabela 7- Processo Organizacionais

Processo	Objetivo	Necessidade	Recurso	Controle
Compras	Manter estoque mínimo	Levantamento de estoque	1 funcionário 1 computador	Relatório de estoque
Marketing	Divulgação da lavanderia Acqua Boom	Parcerias Locais, e WhatsApp	1 funcionário 1 computador 1 celular	Cronograma de divulgação de promoções e serviços pelo WhatsApp
Financeiro	Gestão dos recursos financeiros	Controles dos valores a receber e a pagar	1 funcionário 1 computador	Relatório financeiro
Administração	Organização planejamento execução das atividades da lavanderia	Alcançar o seu objetivo de forma eficiente e sustentável	1 sócio e 1 funcionário 1 computador	Controle por meio de relatório e planejamento mensal

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

7.2 Necessidade de Pessoal

Inicialmente para o desenvolvimento das atividades serão necessárias 2 pessoas, sendo elas as sócias da empresa

Tabela 8- Necessidade de Pessoal

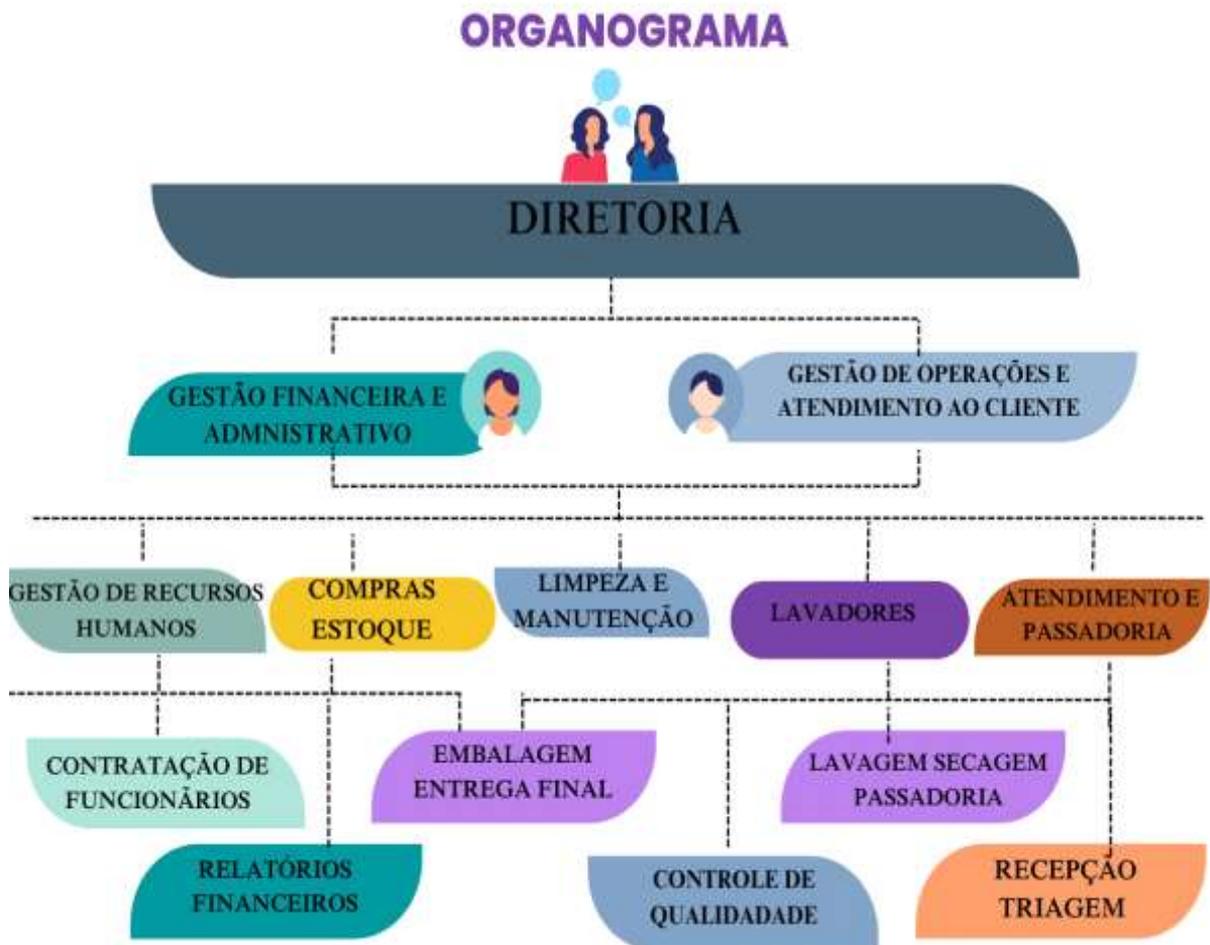
Colaboradores	Atribuições
Sócia Elisa (Gerente Geral)	Gestão de operações Atendimento ao cliente
Sócia Thamiris (Gerente Administrativa – Financeira)	Gestão das Mídias Sociais Gestão Financeira Gestão Administrativa
02 Passadeira	Responsável pela qualidade e acabamento das peças Responsável qualificada pelo manuseio de mesa da passadoria
01 recepcionista CLT 01 jovem aprendiz	Responsável pelo atendimento primário dos clientes Organização e separação das peças Controle da agenda de atendimentos
01 Motorista próprio	Responsável pela logística das peças até o cliente Responsável pelo cuidado e manuseio das peças
01Técnicade Lavagem 01auxiliarde lavanderia	Responsável pela pré-lavagem, separação de cores das peças Responsável qualificada pelo manuseio de peças delicadas e cuidados com os diferentes tipos de tecido

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

8 ORGANOGRAMA

Abaixo uma representação da estrutura hierárquica da empresa AcquaBoom, nela contém informações dos possíveis departamentos e a responsabilidade de cada setor e colaborador.

Figura 9 – Organograma

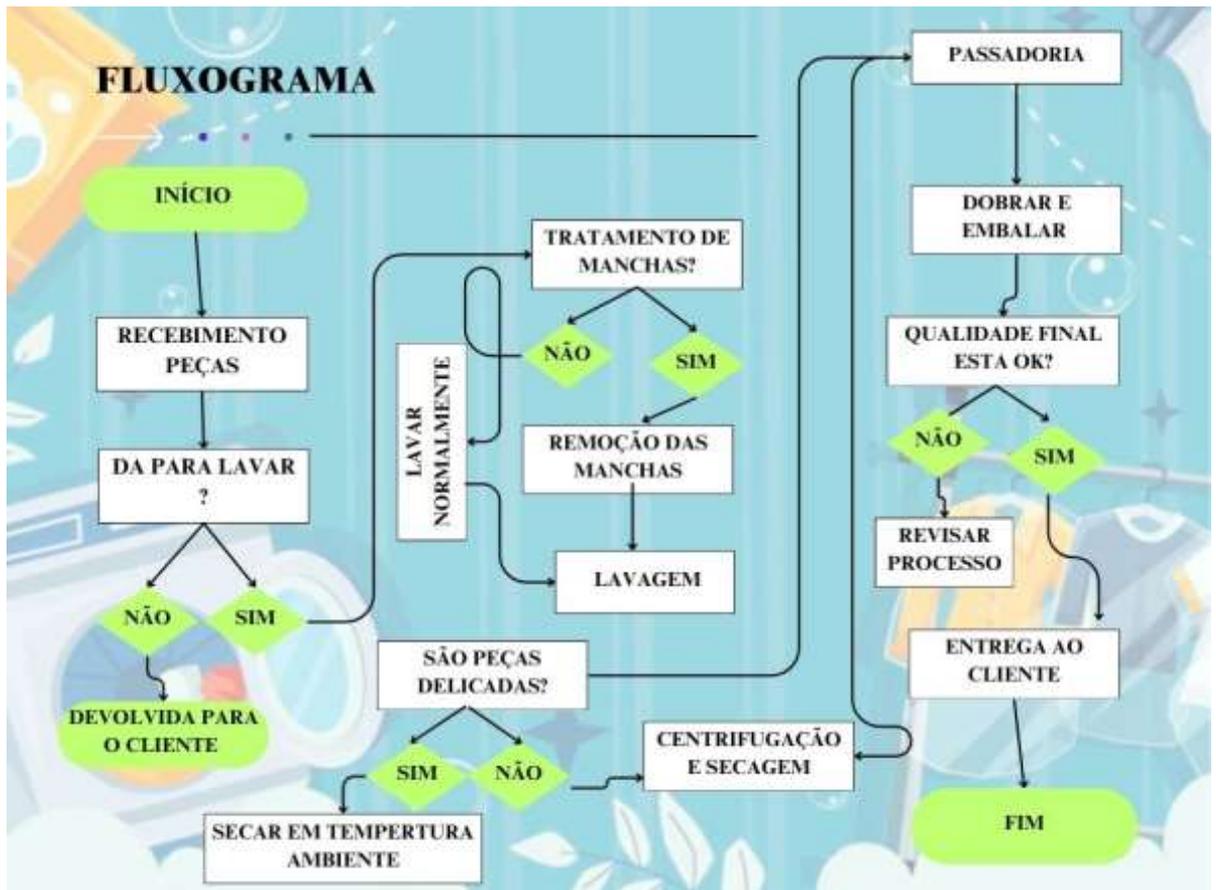


Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

9 FLUXOGRAMA

Abaixo uma representação visual do fluxograma da lavanderia Acqua Boom, e como é possível acompanhar as etapas do seu processo.

Figura 10 – Organograma



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

10 PLANEJAMENTO FINANCEIRO

10.1 Estimativa de Investimentos Fixos

Tabela 11 – Máquinas e equipamentos

	Descrição	Quant.	Valor Unitário	Total
1	Máquina de lavagem industrial	01	R\$ 18.000,00	R\$ 18.000,00
2	Secadora industrial	01	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00
3	Ferro Industrial	01	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
4	Mesa de passadoria	01	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00
5	Computadores	01	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
6	Celular	01	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
7	Telefone	01	R\$ 200,00	R\$ 200,00
8	Impressora	01	R\$ 800,00	R\$ 800,00
9	Impressora de Ticket	01	R\$ 500,00	R\$ 500,00
10	Embaladora	01	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
Subtotal(a)				\$ 50.500,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Tabela 12 – Móveis e utensílios

	Descrição	Quant.	Valor unitário	Total	Link para compra
1	Balcão de atendimento	01	R\$ 378,00	R\$ 378,00	https://abrir.link/NaMDg
2	Material de escritório (caneta, bloco de notas, grampeador, clips, pasta, folha de sulfite, cartucho, tesoura, calculadora, régua, elástico, agenda, calendário)	01	R\$198,90	R\$ 198,90	https://br.shp.ee/pCrj2jQ
3	Carrinhos movimentação de peças	03	R\$1.300,00	R\$3.900,00	https://abrir.link/qObEe
4	Prateleiras de vidro	01	R\$ 640,00	R\$ 640,00	https://abrir.link/WvhTL
5	Baldes 200 L	05	R\$ 78,90	R\$ 394,50	https://abrir.link/qObEe
6	Balcão para dobrar peças	01	R\$ 78,98	R\$ 78,98	https://abrir.link/YTUzx
7	Gaveteiro organizador	01	R\$20,50	R\$ 20,50	https://br.shp.ee/N3WzagU

8	Kit 100 Cabides Chatinho	09	R\$ 40,00	R\$ 360,00	https://abrir.link/YJwkI
9	Arara cabideiro de Chão	04	R\$ 104,00	R\$ 416,00	https://abrir.link/blTPv
Subtotal(B)				\$ 6.386,88	

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Tabela 13 – Veículos

	Descrição	Quant.	Valor Unitário	Total	Link para compra
1	Fiat Fiorino 1.4 Mpi Furgão Endurance 8v Flex 2p Manual	01	R\$78.900,00	R\$78.900,00	https://abrir.link/DfPmT
Subtotal(C)				\$78.900,00	

Total dos investimentos fixos	Subtotal(A+B+C)	\$ 135.786,88
--------------------------------------	------------------------	----------------------

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

11 CAPITAL DE GIRO

11.1 Estimativa De Estoque Inicial

Tabela 14 – Estimativa do estoque inicial

	Descrição	Quant.	Valor unitário	Total
1	Detergente de pré-lavagem Líquido – 20 L	01	R\$ 478,00	R\$ 478,00
2	Alvejante – 20 L	01	R\$ 218,00	R\$ 218,00
3	Amaciante – 20 L	01	R\$ 591,00	R\$ 591,00
4	Escova com 5 unid.	01	R\$ 19,00	R\$ 19,00
5	Produto químico tira manchas - 100ml	01	R\$ 75,00	R\$ 75,00
6	Auxiliar de passadoria – 2 L	01	R\$ 37,00	R\$ 37,00
7	Embalagem pequena (15x25) – 70 unid.	01	R\$ 42,00	R\$42,00
8	Embalagem média (25x35) – 50 unid.	01	R\$ 31,00	R\$ 31,00
9	Embalagem grande (45x60) – 40 unid.	01	R\$ 31,00	R\$ 31,00
Total de (D)				R\$ 1.522,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

12 CAIXA MÍNIMO

Tabela 15 - Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
a vista	65%	0	0
a prazo (1)	25%	30	7,5
a prazo (2)	10%	60	6
		Prazo médio total	13,5 dias, arredonda-se para 14 dias

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Para a política de vendas da empresa, estimou-se que:

- 65% das vendas serão à vista;
- 25% das vendas com 30 dias;
- 10% das vendas com 60 dias;

Tabela 16- Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada
a vista	45%	0	0
a prazo (1)	30%	30	9
a prazo (2)	25%	60	15
		Prazo médio total	24 dias

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Estima-se que 45% das compras serão realizadas à vista, 30% em 30 dias e 25% em 60 dias. Nessa situação a empresa tem aproximadamente 24 dias de prazo para o pagamento de seus débitos junto aos fornecedores.

Tabela 17 - Estoques – Cálculo da necessidade média de estoques

	Número de dias
Necessidade média de estoques	20 dias

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Da data em que é feito o pedido ao fornecedor até o momento em que os produtos serão vendidos, estima-se um prazo médio de permanência em estoque de 20 dias.

Tabela 18 - Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

	Número de dias
Recursos da empresa fora do seu caixa	
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	14
2. Estoques – necessidade média de estoques	20
Subtotal 1 (item 1 + 2)	34
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	24
Subtotal 2	24
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (Subtotal 1 – Subtotal 2)	10 dias

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Tabela 18 - Caixa mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$ 56.500,00
2. Custo variável mensal	R\$ 21.688,15
3. Custo total da empresa (item 1 + 2)	R\$ 78.188,15
4. Custo total diário (item 3 ÷ 30 dias)	R\$ 2.606,27
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (vide resultado do quadro anterior)	10 dias
Total de B – Caixa mínimo (item 4 x 5)	R\$ 26.062,70

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Tabela 19- Capital de giro (resumo)

Investimentos financeiros	R\$
A - Estoque inicial	R\$ 1.522,00
B - Caixa mínimo	R\$ 26.062,70
Total do capital de giro (A +B)	R\$ 27.584,70

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

13 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Tabela 19- Investimentos pré-operacionais

Investimentos pré-operacionais	R\$
Despesas de legalização	R\$ 3.000,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 10.000,00
Divulgação	R\$ 3.280,00
Cursos e treinamentos	R\$ 1.000,00
Outras despesas	R\$ 500,00
Total	R\$ 17.780,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

14 INVESTIMENTO TOTAL

Tabela 20- Investimento Total

Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	(%)
1. Investimentos Fixos	R\$ 135.786,88	74,96
2. Capital de Giro	R\$ 27.584,70	15,23
3. Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 17.780,00	9,81
Total (1 + 2 + 3)	R\$ 181.151,58	100,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Tabela 21 – Fontes de recursos

Fontes de recursos	Valor (R\$)	(%)
1. Recursos próprios	R\$ 200.000,00	100,00
Total (1 + 2 + 3)	R\$200.000,00	100,00

15 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL

Tabela 22 - Estimativa do faturamento mensal da empresa

Produto/ Serviço	Quantidade (estimativa de vendas)	Preço de venda unitário (em R\$)	Faturamento total (em R\$)
Lavagem simples	117	Cesto fechado (10-15 kg): R\$ 100,00	R\$ 11.700,00
Secagem	90	Máquina cheia: R\$ 50,00	R\$ 4.500,00
Passadoria	100	Pacote (10 peças): R\$ 60,00	R\$ 6.000,00
Lavagem de peças delicadas	100	Por peça (vestidos, ternos, etc.): R\$ 40,00 Roupas de lã/seda: R\$ 30,00	R\$ 3.500,00
Tratamento de manchas	30	Por peça: R\$ 25,00	R\$ 750,00
Cortinas e persianas	6	Tamanho médio (3 m): R\$ 150,00	R\$ 900,00
Tapetes e carpetes	11	Tapete médio (2m x 3m): R\$ 200,00	R\$ 2.200,00
Edredons, colchas e cobertores	15	R\$ 50,00 King size: R\$ 90,00	R\$ 1.070,00
Travesseiros e almofadas	6	R\$ 30,00	R\$ 180,00
Total mensal			R\$ 56.500,00
Total anual			R\$ 678.000,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

16 ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

Tabela 23 - Estimativa dos custos de comercialização

Faturamento Estimado		R\$56.500,00
Descrição	%	Custo Total (R\$)
1. Impostos		
Impostos Federais		
SIMPLES NACIONAL - DAS	13,47%	R\$ 7.610,55
IRPJ	-	-
PIS	-	-
COFINS	-	-
CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido	-	-
Impostos Estaduais		
ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços	-	-
Impostos Municipais		
ISS – Imposto sobre Serviços	-	-
Subtotal 1	-	
2. Gastos com vendas		
Taxa de administração do cartão		
Cartão de débito	2,0%	R\$ 1.137,60
Cartão de Crédito a vista	3,0%	R\$ 1.706,40
Cartão de Crédito a prazo	4,5%	R\$ 2.559,60
Subtotal 2		
TOTAL (Subtotal 1 + 2)		R\$ 13.014,15

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

17 APURAÇÃO DOS CUSTOS DOS MATERIAIS DIRETOS

Tabela 24 - Apuração dos custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

Produto/Serviço	Estimativa de vendas (em unidades)	Custo unitário de materiais/ aquisição (R\$)	CMD/CMV (R\$)
Lavagem simples	117	R\$ 12,00	R\$1.404,00
Secagem	90	R\$ 12,00	R\$1.080,00
Passadoria	100	R\$16,00	R\$1.600,00
Lavagem de peças delicadas	100	R\$ 22,00	R\$2.200,00
Tratamento de manchas	30	R\$15,00	R\$450,00
Cortinas	6	R\$25,00	R\$150,00
Tapetes e carpetes	11	R\$50,00	R\$550,00
Edredons, colchas e cobertores	15	R\$60,00	R\$900,00
Travesseiros e almofadas	6	R\$40,00	R\$240,00
Higienização	5	R\$20,00	R\$100,00
TOTAL			R\$8.674,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

18 ESTIMATIVAS DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA

Tabela 25- Estimativa dos custos com mão de obra

Função	Nº de Colaboradores	Salário Mensal(R\$)	Benefícios	(%) de encargos sociais - FGTS (8%)	1/3 férias	13º salário	Custo Total (R\$)
Passadeira	02	R\$ 2.000,00	R\$300,00	R\$ 160,00	R\$ 666,67	R\$ 2.000,00	R\$ 5.126,67
Recepcionista	01	R\$1.500,00	R\$300,00	R\$ 120,00	R\$ 500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 3.920,00
Jovem aprendiz	01	R\$1.000,00	R\$300,00	R\$ 80,00	R\$ 333,34	R\$ 1.000,00	R\$ 2.713,34
Motorista próprio	01	R\$2.200,00	R\$300,00	R\$ 176,00	R\$ 733,34	R\$ 2.200,00	R\$ 5.609,34
Técnica de Lavagem	01	R\$2.000,00	R\$300,00	R\$160,00	R\$ 666,67	R\$ 2.000,00	R\$ 5.126,67
Auxiliar de lavanderia	01	R\$1.400,00	R\$300,00	R\$ 112,00	R\$466,67	R\$ 1.400,00	R\$ 3.678,67
TOTAL		R\$ 10.100,00	R\$ 1.800,00	R\$ 808,00	R\$ 3.366,69	R\$ 10.100,00	R\$ 26.174,69

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

19 ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS**Tabela 26 - Estimativa dos custos fixos operacionais mensais**

Descrição	Custo Total Mensal (em R\$)
Aluguel	R\$ 9.000,00
IPTU	R\$ 300,00
Água	R\$ 1.100,00
Energia elétrica	R\$ 1.200,00
Telefone	R\$ 150,00
Honorários do contador	R\$ 250,00
Pró-labore	R\$ 11.075,31
Manutenção dos equipamentos	R\$ 1.000,00
Salários + encargos	R\$ 26.174,69
Material de limpeza	R\$ 400,00
Material de escritório	R\$ 400,00
Combustível	R\$ 1.200,00
Máquinas de Cartão	R\$ 160,00
Serviços de terceiros	R\$ 200,00
Outras despesas	R\$ 0,00
Total	R\$ 52.610,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

20 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS – DRE

Tabela 27- Demonstrativo de resultados mensal

Descrição	(R\$)	%
1. Receita Total com Vendas	R\$ 56.500,00	26,54
2. Custos Variáveis Totais	R\$ 21.688,15	10,19
(-) Custos com materiais diretos e/ou CMV	R\$ 8.674,00	4,07
(-) Impostos sobre vendas	R\$ 7.610,55	3,58
(-) Gastos com vendas	R\$ 5.403,60	2,54
3. Margem de Contribuição (1 - 2)	R\$ 56.500,00	26,54
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 52.610,00	24,71
5. Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo) (3 - 4)	R\$ 3.890,00	1,83
Valor Total	R\$ 212.876,30	100,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

21 INDICADORES DE VIABILIDADE

Tabela 28- Indicadores de viabilidade

Ponto de Equilíbrio	R\$ 84.854,84 ao mês
Lucratividade	6,88% ao mês
Rentabilidade	1,95% ao mês
Prazo de retorno de investimento	Aproximadamente 4 e 2 meses

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

22 ANÁLISE DE CENÁRIO

PESSIMISTA	REALISTA	OTIMISTA
Operação abaixo de 50%	Operação entre 50% e 80%	Operação acima de 80%
Baixa procura de serviços de lavanderia (exemplo: mês de janeiro, fevereiro, julho e dezembro)	Média regular de serviços de lavanderia. (exemplo: Mês de maio, junho e setembro)	Maior procura de serviços de lavanderia (exemplo: Mês de março, abril, agosto, outubro e novembro)

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

22.1 PESTEL

Fatores Políticos

- Mudança no Governo e regimes políticos
- Mudanças ministeriais
- Políticas fiscais e tributárias.

Fatores Econômicos

- Alta nas taxas de juros.
- Níveis altos de inflação e sua influência no custo de vida e preço dos produtos.
- Ciclos econômicos, recessão ou crescimento.
- Taxa de Desemprego

Fatores Sociais

- Diminuição de Prédios de 1 cômodo e população na região de Moema
- Tendências culturais e de consumo.

- Mudanças nos valores e expectativas sociais.
- Questões de saúde e educação.

Fatores Tecnológicos

- Surgimento de novas tecnologias relacionadas a lavanderias
- Avanços tecnológicos e inovação.
- Desenvolvimento de novas plataformas digitais e de e-commerce.
- Automação de processos e impacto na mão-de-obra.

Fatores Ecológico

- Alteração na legislação ambiental
- Exigências de sustentabilidade e responsabilidade ambiental.
- Gestão de resíduos e práticas verdes.

Fatores Legais

- Alteração na legislação para regularização e licenciamento do estabelecimento
- Alteração das normas da Anvisa
- Alteração nas normas da Vigilância Sanitária
- Alteração na legislação trabalhista e regulamentação do emprego
- Leis de proteção ao consumidor.
- Legislação sobre segurança e saúde no trabalho.

23 ANÁLISE SWOT

<p style="text-align: center;">FORÇAS</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Atendimento diferenciado com opção de coleta/entrega;✓ Equipamentos modernos que economiza água e energia e lavagem de qualidade;✓ Boa localização com uma área com grande movimento de pessoas;✓ Profissionais especializados em lavagem.	<p style="text-align: center;">FRAQUEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Custos operacionais altos;✓ Dependência de equipamentos, custo alto com manutenção;✓ Falta de diferenciação, pode ser difícil se destacar;✓ Ausência de marketing digital ou site eficiente.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Novos serviços: tingimento e serviço de costura e lavagem de tênis;✓ Atender uniformes de empresas, oferecendo desconto	<p style="text-align: center;">AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Avanço da tecnologia para máquinas doméstica;✓ Impactos de pandemias;✓ Concorrência muito grande.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

24 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

A partir das análises e pesquisas durante o processo do plano de negócio, alguns pontos importantes revelam que a Acqua boom é um bom negócio, porém os gastos com custos operacionais e iniciativa de investimento podem ser pontos que devem ser melhor avaliados.

- A Acqua Boom exige um alto investimento inicial por parte dos sócios, A análise dos indicadores financeiros identificou que o prazo de retorno de investimento é de 4 anos e 2 meses, embora o retorno seja positivo, a rentabilidade pode ser avaliada em relação a outros investimentos, se for igual ou superior a 1,95% ao mês, o negócio é viável; caso contrário, ajustes podem ser necessários.

A lucratividade é positiva, porém vale ressaltar que é importante monitorar e buscar melhorias, como a redução de custos e o aumento de preços sem comprometer a competitividade.

O prazo calculado é considerado razoável em projetos de pequeno e médio porte. No entanto, é importante monitorar os fluxos de caixa para garantir que o retorno ocorra no prazo estimado.

- Analisando os fornecedores é possível mantê-los no negócio de forma que um planejamento aconteça dentro dos prazos de pagamentos e serviços oferecidos.

É importante ressaltar que o investimento desse negócio a longo prazo tem características promissoras, contando com a inovação e o desenvolvimento do plano de negócio contribuindo para um diferencial nas redes de mercado como todo, como parte importante as lavanderias se desenvolveram ao longo dos anos, fortalecendo seu negócio criando estratégias e inovando com as novas tecnologias. A Acqua Boom precisa ser enraizada nesse contexto e de forma que tenha ajuda de pessoas interessadas nesse tipo de negócio para

alavancarem e ajuda com parcerias para crescimento mútuo. Dessa forma é viável o negócio, mas requer investimento alto.

REFERÊNCIAS

BIAGIO, Luiz Arnaldo. **Como elaborar o plano de negócio + curso online**. Virtual Books, 2013. Disponível em:
https://books.google.com/books/about/Como_elaborar_o_plano_de_neg%C3%B3cios.html?hl=pt-BR&id=uetaAQAAQBAJ#v=onepage&q&f=false.
Acesso em 20 set.2024

SEBRAE, Plano de negócio roteiro SEBRAE. 2013 Apresentação de Power Point. Disponível em:
https://drive.google.com/file/d/1O09mWXm7nwPhztX3Lk76_knREP83ZQfx/view?usp=drivesdk. Acesso em: 04 nov.2024.