

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB

Centro De Ciências Sociais Aplicadas – CCSA

Curso de Administração – CADM

**PLANO DE NEGÓCIO: STUDIO CAR
CENTRO DE LANTERNAGEM E PINTURA AUTOMOTIVA**

ANDRÉ JORGE DUARTE OLIVEIRA

João Pessoa

Novembro, 2021

ANDRÉ JORGE DUARTE OLIVEIRA

**PLANO DE NEGÓCIO: STUDIO CAR
CENTRO DE LANTERNAGEM E PINTURA AUTOMOTIVA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como parte dos requisitos obtenção do Grau de Bacharel em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

Professor Orientador: Marcelo de Souza Bispo

João Pessoa

Novembro, 2021

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

048p Oliveira, Andre Jorge Duarte.
Plano de negócio: Studio Car Centro de Lanternagem e
Pintura Automotiva / Andre Jorge Duarte Oliveira. -
João Pessoa, 2021.
49 f. : il.

Orientação: Marcelo de Souza Bispo.
TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Plano de negócio. 2. Administração de empresa. 3.
Empreendedorismo. I. Bispo, Marcelo de Souza. II.
Título.

UFPB/CCSA

CDU 005

Folha de aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão do Curso
Bacharelado em Administração

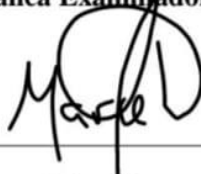
Aluna: André Jorge Duarte Oliveira

Trabalho: Plano de Negócio Studio Car Centro de lanternagem e Pintura Automotiva

Área da pesquisa: Plano de Negócio

Data da Aprovação: 24/11/2021

Banca Examinadora



Orientador



Documento assinado digitalmente
Nelsio Rodrigues de Abreu
Data: 25/11/2021 21:05:58-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Membro 1 (obrigatório)

Membro 2 (opcional)

Dedico este trabalho de conclusão de curso a toda minha família, aos amigos de toda a vida e meus colegas de curso. Em especial à meus pais, minhas irmãs e seus cônjuges que sempre estiveram comigo e que me deram forças em todos os momentos. Dedico a meus professores do curso de administração, que foram meus mentores e contribuíram para meu crescimento pessoal e profissional.

AGRADECIMENTOS

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

Aos meus pais Ana Célia Duarte Oliveira e Jorge Da Costa Oliveira, que sempre me apoiaram e comemoram as minhas vitórias.

Às minhas irmãs Amanda Duarte Oliveira e Ana Larissa Duarte Oliveira pelo amor, companheirismo, paciência e compreensão.

À Vitor Pedro e Harrison Júnior que de forma direta ou indireta contribuíram para o que sou hoje.

Aos meus amigos Agamenon, Alberto, Geraldo, Felipe, Ricardo, Gilmar, Nem, Dan, Guilherme, Lucas Araújo, Gabriela Accioly, Nathalia, Gabriela Lira, Thales, Jônatas, Camila, Vinícius, Felipe Araújo, pela amizade, apoio e compreensão.

Ao meu orientador e professor, Marcelo de Souza Bispo, pela paciência, dedicação e pelos conhecimentos compartilhados, os quais foram fundamentais para a conclusão deste trabalho.

E a todos os gestores que gentilmente abriram as portas de suas empresas para a realização de meus trabalhos acadêmicos.

“O sucesso é ir de fracasso em fracasso sem perder entusiasmo”.

(Winston Churchill)

SUMÁRIO EXECUTIVO

A Studio Car Centro de lanternagem e Pintura automotiva chegará ao mercado trazendo consigo o que existe de inovador no ramo de reparação e estética automotiva. A empresa contará com seu espaço físico bem localizado no bairro da torre, um ambiente aconchegante com a maior variedade de serviços para atender o público de acordo com suas preferências. Teremos também um atendimento diferenciado, visando cativar nossa clientela com excelência, não só no serviço, mas também no atendimento. A Studio Car esta ciente que atenderá um público bastante exigente e para isso utilizará dos melhores métodos para entregar aos clientes um atendimento personalizado e uma qualidade do serviço diferenciada. De forma estratégica, os administradores André Jorge Duarte Oliveira que atualmente está se graduando em Administração pela Universidade Federal da Paraíba com 5 anos de experiência no mercado de reparos e vendas de automoveis, e Jorge da Costa Oliveira, que em seu currículo conta com mais de 20 anos de experiência no mercado, irão administrar o negócio através de um capital social que virá de recursos próprios dos proprietários e possui valor estimado de R\$ 61.610,86. Desse valor R\$17.132,66 estará reservado para suprir a necessidade de capital de giro. A projeção do investimento é de R\$61.610,86, ao levar em consideração um cenário onde a empresa consiga atuar com 60% de capacidade instalada, obtém-se uma receita mensal de R\$ 39.700,00 com lucro líquido de R\$18.239,24 e prazo de retorno do investimento de aproximadamente 3 meses, mostrando que o negócio é viável. A empresa tem a missão de oferecer um serviço de estética automotiva que garanta a satisfação e a fidelização de nossos clientes. Usando métodos cada vez mais eficientes e eficazes para que o resultado seja de excelência e economicamente viável aos nossos clientes, mas sem deixar seus valores de lado.

No quadro a seguir podemos verificar os indicadores de viabilidade que mostram que é possível a implementação deste Plano de Negócio.

Indicadores da Viabilidade

Ponto de Equilíbrio	R\$13.089,25
Lucratividade	45,94% a.a.
Rentabilidade	355,24% a.a.
Prazo de Retorno do Investimento	0,28 ano

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Descrição CNAE	13
Figura 2 - Logomarca da empresa Studio Car.....	24
Figura 3 – Arranjo físico da empresa	26
Figura 4 – Organograma	29

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Capital Social	13
Quadro 2 – Indicadores da Viabilidade	14
Quadro 3 - Análise da Concorrência	16
Quadro 4- Análise dos Fornecedores	17
Quadro 5- Análise SWOT	17
Quadro 6 – Serviços oferecidos pela empresa	24
Quadro 7 – Precificação dos Serviços	25
Quadro 8 – Precificação dos Serviços Pintura	25
Quadro 9 – Capacidade Comercial	27
Quadro 10: Guia funcional do Gerente geral	27
Quadro 11: Guia funcional do Gerente de produção	28
Quadro 12: Guia funcional do Preparador/Polidor	28
Quadro 13: Guia funcional do Pintor	28
Quadro 14: Guia funcional do Montador	29
Quadro 15: Guia funcional do Higienizador	29
Quadro 16 - Necessidade de Pessoal	29
Quadro 17 - Investimento Fixo Inicial (Máquinas e Equipamentos Escritório)	30
Quadro 18 - Investimento Fixo Inicial (Equipamentos oficina)	30
Quadro 19 – Estoque inicial da empresa	31
Quadro 20 - Prazo Médio de Recebimento de Vendas	32
Quadro 21 - Prazo Médio de Compras	32
Quadro 22 - Necessidade Média de Estoques	32
Quadro 23 – Necessidade Líquida de Capital de Giro (em dias)	32
Quadro 24 - Caixa Mínimo	33
Quadro 25 – Capital de Giro (Resumo)	33
Quadro 26 – Investimentos pré-operacionais	33
Quadro 27- Investimento Total	34
Quadro 28 – Fonte de recursos	34
Quadro 29 – Estimativa de Faturamento Mensal	34
Quadro 30 – Custo de Comercialização	35

Quadro 31 - Despesa com Pessoal	35
Quadro 32 – Depreciação	36
Quadro 33 - Despesas Operacionais Mensais	36
Quadro 34 - Custo variável	37
Quadro 35 – Demonstrativo dos Resultados e Exercício	37
Quadro 36- Projeção da Receita para o cenário otimista	41
Quadro 37 - Projeção dos Custos de Comercialização para o cenário otimista	41
Quadro 38 - Projeção dos Custos variáveis para o cenário otimista	42
Quadro 39 - Projeção da DRE para o cenário otimista	42
Quadro 40- Projeção da Receita para o cenário pessimista	42
Quadro 41 - Projeção dos Custos de Comercialização para o cenário pessimista	43
Quadro 42 - Projeção dos Custos variáveis para o cenário pessimista	43
Quadro 43 - Projeção da DRE para o cenário pessimista	43

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Envolvimento em acidente automobilístico	18
Gráfico 2 – Envolvimento de um conhecido em acidente automobilístico	19
Gráfico 3 – Necessidade de fazer uso dos serviços de reparo automobilístico	19
Gráfico 4– Uso diário de um veículo	20
Gráfico 5 – Entrevistado possuir carro próprio	20
Gráfico 6 – Sexo dos entrevistados	21
Gráfico 7 – Idade dos entrevistados	21
Gráfico 8 – Fatores de preferências do cliente	22
Gráfico 9 – Preferências do cliente	22
Gráfico 10 – Crucialidade de um bom atendimento	23
Gráfico 11 – Importância do preço do serviço	23

SUMÁRIO

1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO.....	12
1.1 Definição do Negócio.....	12
1.2 Empreendedores.....	12
1.3 Síntese das Responsabilidades da Equipe Dirigente	12
1.4 Exigências Legais	12
1.5 Área de Atuação.....	13
1.6 Capital Social.....	13
1.7 Indicadores Estratégicos da Organização	14
1.7.1 Missão.....	14
1.7.2 Visão.....	14
1.7.3 Valores.....	14
1.8 Indicadores Financeiros.....	14
2. ANÁLISE DE MERCADO.....	15
2.1 Setor de Atividade.....	15
2.2 Forma Jurídica.....	15
2.3 Enquadramento Tributário.....	15
2.3.1 Âmbito federal	15
2.4 Análise dos Clientes	16
2.4.1 Público – Alvo	16
2.4.2 Comportamento dos Clientes.....	16
2.4. 2 Análise da Concorrência.....	16
2.4 Análise dos Fornecedores.....	17
2.6 Análise SWOT	17
3. PESQUISA DE MERCADO.....	18
3.1 Análise do Perfil do Cliente (Definições Estratégicas).....	18
3.1.1 Público-Alvo	21
3.1.2 Comportamento dos Clientes	22
4. PLANO DE MARKETING.....	25
4.1 Logomarca	25
4.2 Serviços	25
4.3 Estratégia de Preço.....	26
4.4 Estratégias Promocionais.....	26
4.5 Estrutura de Comercialização	27
4.6 Localização do Negócio	27

5. PLANO OPERACIONAL.....	27
5.1 Arranjo físico	27
5.2 Capacidade Instalada.....	28
5.3 Processos Operacionais	29
5.4 Necessidade de Pessoal	31
5.4.1 Estrutura Organizacional	31
6. PLANO FINANCEIRO	32
6.1. Investimentos Fixos	32
6.2 Capital de Giro	33
6.2.1 Estoque Inicial	33
6.2.2 Caixa Mínimo	33
6.3 Investimentos Pré-Operacionais	35
6.4 Investimento Total	35
6.5 Estimativa do Faturamento Mensal.....	36
6.6 Custo de Comercialização	36
6.7 Custos com Mão de Obra	37
6.8 Custos com Depreciação	37
6.9 Custos Fixos Operacionais Mensais.....	38
6.10 Custo variável	39
6.11 Demonstrativo dos Resultados.....	39
7. INDICADORES DE VIABILIDADE	40
7.1. Ponto de Equilíbrio (PE).....	40
7.2. Lucratividade	40
7.3 Rentabilidade	40
7.4 Prazo de Retorno do Investimento	41
8. CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS.....	41
8.1 Cenário Otimista	41
8.2 Cenário Pessimista	42
9 DECISÃO GERENCIAL	44
REFERÊNCIA.....	45
APÊNDICE	47

1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO

Nesta primeira parte, serão apresentadas informações descritivas sobre o negócio para o entendimento das principais características do empreendimento.

1.1 Definição do Negócio

Nosso negócio é suprir as necessidades dos clientes oferecendo um serviço de reparo automotivo de qualidade, com o custo-benefício desejado.

1.2 Empreendedores

André Jorge Duarte Oliveira, brasileiro, natural de João Pessoa-PB, solteiro, estudante, residente na Avenida Esperidião Rosas nº382, Expedicionários, município de João Pessoa-PB.

Formação Profissional: Graduando em Administração de Empresas pela UFPB, com 5 anos experiência em reparos automotivos, atendimento ao cliente e vendas de automóveis.

Atribuições no Empreendimento: Fundador, administrador e co-proprietário da empresa, encarregado de ser o gerente Geral; responsável pela parte de finanças, recursos humanos, contratos e controle das mídias digitais.

Jorge da Costa Oliveira, brasileiro, natural de Guarabira-PB, casado, empresário, residente na Avenida Esperidião Rosas nº382, Expedicionários, município de João Pessoa-PB.

Formação Profissional: Graduado em contabilidade, bacharel em direito, com mais de 20 anos de experiência em reparos automotivos, atendimento ao cliente e vendas de automóveis. Consta em seu histórico investimentos em lojas de móveis, calçados e setor farmacêutico.

Atribuições no Empreendimento: Fundador, administrador e co-proprietário da empresa, encarregado de ser o gerente de Produção; responsável pelo controle dos processos e da qualidade dos serviços, e o controle de estoque.

1.3 Síntese das Responsabilidades da Equipe Dirigente

Os gestores serão responsáveis por prover os meios necessários para a execução do melhor serviço de atendimento aos clientes, observando desde a preservação do ambiente até o devido treinamento e remuneração dos funcionários, para que os mesmos possam cumprir suas atribuições da melhor forma possível. Os gestores serão responsáveis por manter a preservação do ambiente de trabalho, manter as finanças, recursos humanos, contratos e controle das mídias digitais, fiscalizar os processos e a qualidade dos serviços, e ficarem atentos a sugestões, pedidos, críticas e satisfação dos clientes.

1.4 Exigências Legais

O negócio terá como Razão Social A&J Centro Automotio LTDA e funcionará regularizada diante dos seguintes órgãos:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ)
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal;
- Prefeitura Municipal de João Pessoa para obtenção do Alvará de Funcionamento;

- Caixa Econômica Federal para cadastramento no sistema Conectividade Social – INSS/FGTS;
- Cadastro Municipal na Vigilância Sanitária – CMVS;
- Corpo de Bombeiros Militar.

1.5 Área de Atuação

Conforme indica a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE/IBGE) a A&J Centro Automotivo LTDA se enquadra na categoria de Serviços de lanternagem ou funilaria e pintura de veículos automotores, como pode ser visto na figura 1.

Figura 1 - Descrição CNAE

concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?subclasse=4520002&view=subclasse

Atividades **Estrutura**

classificação

classe

CNAE-Subclasses 2.3

buscar

todas as seções

Hierarquia

Seção: G COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS

Divisão: 45 COMÉRCIO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS

Grupo: 45.2 Manutenção e reparação de veículos automotores

Classe: 45.20-0 Manutenção e reparação de veículos automotores

Subclasse: 4520-0/02 Serviços de lanternagem ou funilaria e pintura de veículos automotores

Notas Explicativas:

Esta subclasse compreende:

- os serviços de lanternagem ou funilaria de veículos automotores
- os serviços de pintura de veículos automotores

Esta subclasse compreende também:

- os serviços de lanternagem ou funilaria e pintura de caminhões, ônibus e outros veículos pesados

Fonte: CNAE/IBGE (2021)

1.6 Capital Social

O capital necessário para compra de ferramentas, seleção e treinamento de funcionários, e todas as demais despesas está estimado em R\$61.610,86 e será proveniente de recursos próprios.

Quadro 1 - Capital Social

Sócios	Valor (R\$)	Participação (%)
André Jorge Duarte Oliveira		50
Jorge da Costa Oliveira		50

Fonte: Elaboração Própria (2021)

1.7 Indicadores Estratégicos da Organização

1.7.1 Missão

Oferecer um serviço de estética automotiva que garanta a satisfação e a fidelização de nossos clientes.

1.7.2 Visão

Ser a empresa referência nos serviços de funilaria, pintura e estética automotiva na cidade de João Pessoa até 2026.

1.7.3 Valores

- **Ética:** buscando ter credibilidade e transparência com nossos clientes.
- **Foco no cliente:** buscando cumprir e superar as expectativas do cliente, garantindo a preferência pela nossa empresa no futuro;
- **Melhoria Contínua:** buscar melhorar e superar resultados e os métodos utilizados;
- **Agilidade:** conduzir os serviços com eficiência, eficácia e foco;
- **Comprometimento:** comprometimento com os prazos, orçamentos e qualidade dos serviços.
- **Profissionalismo:** utilizando produtos de qualidade e profissionais capacitados.

1.8 Indicadores Financeiros

Quadro 2 – Indicadores da Viabilidade

Ponto de Equilíbrio	R\$13.089,25
Lucratividade	45,94% a.a.
Rentabilidade	355,24% a.a.
Prazo de Retorno do Investimento	0,28 ano

Fonte: Elaboração Própria (2021)

2. ANÁLISE DE MERCADO

Segundo dados do Portal do Trânsito, acontecem cerca de 1 milhão de acidentes envolvendo 1 ou mais veículos automotores em todo país. No estado da Paraíba entre janeiro a outubro de 2019, o Corpo de Bombeiros Militar da Paraíba (CBM-PB) atendeu 2.216 ocorrências envolvendo acidentes automobilísticos em todo o Estado. Se trouxermos para a capital paraibana os acidentes somam 1.787 registros, o que representa 86% do total verificado em toda a Paraíba.

O mercado de reparação automotiva pode ser dividido entre três grupos, classificados pelos clientes a quem atende: lanternagem e pintura para seguradoras; e serviços gerais de manutenção e reparo veicular, para clientes particulares e para empresas com frota de veículos. Os serviços prestados, em sua maioria, estão classificados em 5 grupos lanternagem e pintura; serviços de auto mecânica; serviços de auto elétrica; serviços de auto Center (suspensão, troca de óleo, filtros, etc.) e serviços de GNV. Todas as atividades envolvem troca e/ou reparo de componentes nos veículos dos clientes. O mercado de reparadores automotivos atende os consumidores que não são atendidos pelas concessionárias através da prestação de serviços como: Manutenção Mecânica; Blindagem Veicular; Ar Condicionado Automotivo; Lanternagem/Funilaria e Pintura; Manutenção Elétrica e Eletrônica; Instalação e Manutenção de Kit GNV; Suspensão e Direção; Borracharia; Escapamento; Freio; Instalação e Manutenção de Som Automotivo, Tunning; Reparação e Substituição de Vidro Automotivo; entre outros serviços. Atualmente há maior procura por Lanternagem/Funilaria e Pintura por existir um mercado formal detido pelas seguradoras, que garante a demanda das oficinas.

Diante de todo cenário apresentado o mercado de lanternagem e pintura de veículos se mostra grande e se põe como um serviço essencial, com posição importante na cadeia de suprimento automotivo. Portanto, ao sempre haverá ocorrências de acidentes esse serviço dificilmente pode ser substituído, visando que sua finalidade serve para reparar danos que muitas vezes somos incapazes de solucionarmos sozinhos ou de uma outra forma que não procurando um prestador de serviço. A clientela é bem definida, são donos de veículos que necessitam de reparos em seus carros ou procuram serviços de customização ou melhoramento de seu bem. Contudo, há também clientes terceirizados como seguradoras, lojas de revenda de automóveis e investidores que recuperam carros para venda.

2.1 Setor de Atividade

O setor no qual a empresa irá operar é no setor de Serviços

2.2 Forma Jurídica

- ☐ Microempreendedor Individual –MEI
- ☐ Empresário Individual
- ☐ Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI
- ☒ Sociedade Limitada

2.3 Enquadramento Tributário

2.3.1 Âmbito federal

- Optante pelo SIMPLES
- ☒ Sim ☐ Não

2.4 Análise dos Clientes

2.4.1 Público – Alvo

Nosso público-alvo serão donos ou pessoas que fazem o uso de veículos automotores que necessitam de reparos ou procuram serviços de customização ou melhoramento de seu bem, com faixa etária entre 18 e 70 anos, das mais diversas classes sociais e poderes aquisitivos, diante que nossos serviços serão de alcance de todos. Pelo fato da empresa se localizar num bairro próximo ao centro da cidade e de fácil acesso, focaremos em atender clientes que residam nas diversas áreas e localidades da cidade.

2.4.2 Comportamento dos Clientes

Esperamos que os clientes sejam exigentes em aspectos como qualidade do serviço, bom atendimento, preço e prazo de entrega, que sempre serão primordiais para o sucesso de qualquer empresa. Cumprindo esses requisitos de forma melhor que nossas concorrências, esperamos que o cliente se fidelize e recomende a oficina para outras pessoas, criando uma boa imagem da empresa.

2.5.1 Análise da Concorrência

A análise dos concorrentes ocorreu buscando situar nossa empresa em relação ao mercado, analisando os serviços que nossos concorrentes oferecem, a qualidade do serviço que eles executam, a forma que o atendimento aos clientes é feita, sua localização se é de fácil acesso ou não e a infraestrutura que nossos concorrentes dispõem.

Quadro 3 - Análise da Concorrência

Empresa	Serviços	Qualidade	Pagamento	Localização	Atendimento	Infraestrutura
Sos Retoques	Polimento, Retoque, DSP, Higienização Interna, Oxisanitilização.	Excelente	À vista e no cartão	Boa	Bom	Excelente, atende uma grande demanda.
Prime retoque	Polimento, Retoque, DSP, Higienização Interna.	Ótima	À vista e no cartão	Boa	Regular	Boa
Retokar	Polimento, Retoque, DSP, Higienização Interna.	Boa	À vista e no cartão	Boa	Regular	Boa

BergCar	Polimento, Retoque, DSP, Higienização Interna.	Boa	À vista e no cartão	Regular	Bom	Boa
Beira Rio Retoques	Polimento, Retoque, DSP, Higienização Interna.	Boa	À vista e no cartão	Excelente	Regular	Boa
StockCar Retoques	Polimento, Retoque, DSP, Higienização Interna.	Boa	À vista e no cartão	Excelente	Bom	Boa

Fonte: Elaboração Própria (2021)

2.5.2 Análise dos Fornecedores

Quadro 4- Análise dos Fornecedores

Nº	Itens	Fornecedor	Preço	Pagamento	Prazo de entrega	Localização
1	Todos os produtos	Lugar das Tintas Automotivas	O preço é o praticado no mercado.	À vista e a Prazo	0 dias	Avenida Nossa Senhora de Fátima, 1465, Torre, João Pessoa.

Fonte: Elaboração Própria (2021)

2.6 Análise SWOT

A Análise SWOT é uma ferramenta para gestão estratégica do negócio que foi aplicada na A&J Centro Automotivo para identificar, de acordo com o contexto, os pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades de crescimento do empreendimento.

Quadro 5- Análise SWOT

Forças	Fraquezas
-Empresa Organizada. -Ambiente Limpo. -Bom atendimento. -Preço acessível. -Linha Fast do tempo de serviço. -Planejamento Estratégico. -Espaço para recepção dos clientes. -Proposta de publicidade efetiva. -Qualificação dos profissionais. -Consultoria e acompanhamento dos serviços. -Plano específico para veículos sinistrados.	-Equipe sem entrosamento na parte inicial. -Marca ainda desconhecida. -Falta de pessoal caso haja retrabalho.

-Marketing para conhecer melhor o cliente (Pesquisa de opinião).	
Oportunidades	Ameaças
-Possibilidade de conseguir uma nova carte de clientes com bom poder aquisitivo. -Aprimoramento dos serviços de lanternagem e pintura. -Surgimento de uma nova linha de produtos de melhor qualidade, facilitando o serviço. -Frota de veículos usados aumentando. -Facilidade de crédito no setor. -Parceria com seguradoras.	-Novos entrantes. -Saturação do mercado. -Alteração na legislação. -Novas tecnologias para quais os colaboradores não estejam preparados. -Perda de parceiros. -Mudança no cenário do mercado. -Mudança na mobilidade urbana – pessoas deixam de usar carros e optam por meios alternativos. -Forte burocracia no setor. -Crise econômica do país. -Dificuldade de contratação de mão de obra técnica capacitada.

Fonte: Elaboração Própria (2021)

3. PESQUISA DE MERCADO

Com o objetivo de validar o plano de negócio, aplicamos uma pesquisa de mercado pretendendo assim, obter mais informações sobre as preferências dos nossos possíveis clientes. A pesquisa foi realizada por meio da aplicação de um questionário composto por questões objetivas, via Internet. E a partir dos dados coletados foi realizada uma análise quantitativa das principais necessidades e comportamentos do nosso público alvo.

3.1 Análise do Perfil do Cliente (Definições Estratégicas)

A pesquisa mostrou que os serviços de reparo automotivo são adquiridos por pessoas de variados grupos de idade, gênero, profissão, e poder aquisitivo. E isto confirma nossa premissa de que a empresa pode aproveitar essa grande oportunidade de mercado.

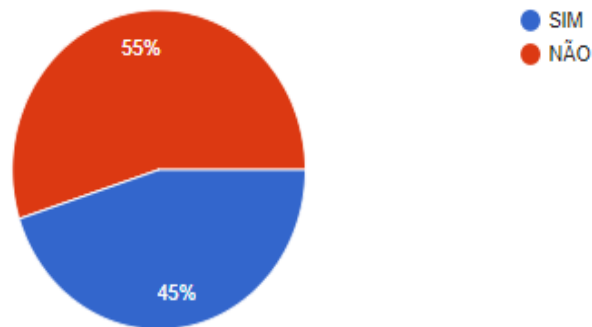
Entre os diversos pontos levantados em nossa pesquisa, vamos enumerar aqueles que são imprescindíveis para a tomada estratégica de decisões, que serão discutidos a seguir.

Os dados mostram que dentre os respondentes 55% já se envolveram em algum acidente automobilístico, enquanto 45% não sofreram nenhum acidente. Além disso, 94,7% afirmam que seus amigos, familiares ou conhecidos já se envolveram em algum acidente, como pode ser visto nos gráficos 1 e 2, respectivamente.

Gráfico 1 – Envolvimento em acidente automobilístico

5.Você já se envolveu em algum acidente automobilístico?

151 respostas

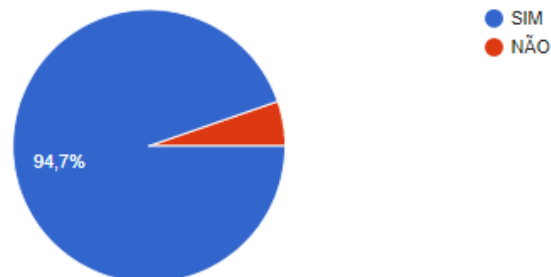


Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Gráfico 2 – Envolvimento de um conhecido em acidente automobilístico

6.Algum familiar, amigo ou conhecido já se envolveu em algum acidente automobilístico?

151 respostas



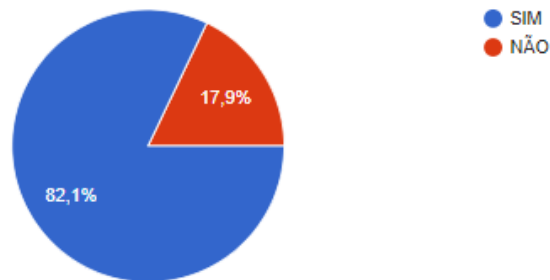
Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Sobre os serviços disponíveis pela oficina (Lanternagem e Pintura de carros sinistrados; DSP: Desamassamento sem pintura; Polimento Estético; Pintura e Retoques Localizados; Oxisanitilização; Higienização Interna; Higienização do Ar Condicionado), quando perguntado se essa pessoa já fez uso desses serviços 82,1%(124 pessoas) responderam que sim. Como pode ser visto no gráfico 3.

Gráfico 3 – Necessidade de fazer uso dos serviços de reparo automobilístico

7.Você já teve que ir atrás de alguma oficina para fazer algum serviço de estética automotiva? (Lanternagem e Pintura de carros sinistrados; DSP: Desamassamento sem pintura; Pintura e Retoques Localizados; Oxisanitilização; Higienização Interna; Higienização do Ar Condicionado; Polimento)

151 respostas



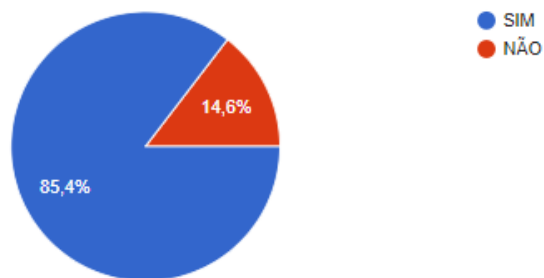
Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Dos 151 respondentes, 129 pessoas (85,4%) fazem uso diário de automóveis, além disso, 101 pessoas possuem carro próprio (66,9%), superando as expectativas. Como pode ser visto nos gráficos 4 e 5 respectivamente.

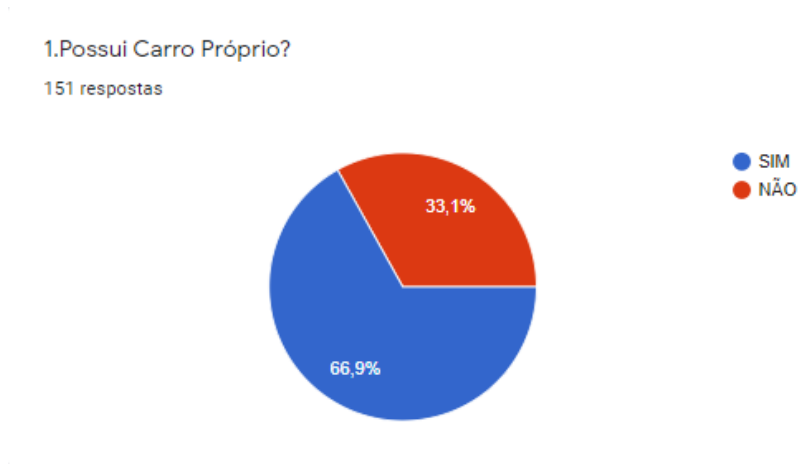
Gráfico 4– Uso diário de um veículo

2.Você faz uso diário de um veículo?

151 respostas



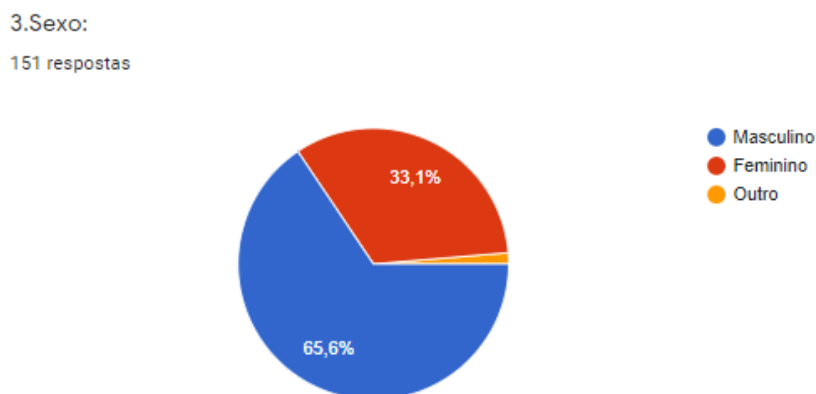
Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Gráfico 5 – Entrevistado possuir carro próprio

Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

3.1.1 Público-Alvo

O nosso público alvo é composto, na sua maioria, por homens entre 18-23 anos e mulheres entre 18-23 anos. Dentre os sexos a nossa pesquisa trouxe pessoas do sexo masculino (65,6%) e pessoas do sexo feminino (33,1%) (Gráfico 6).

Gráfico 6 – Sexo dos entrevistados

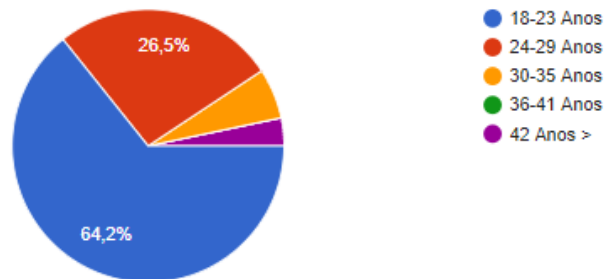
Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Dentre as idades dos entrevistados, destaca-se um amplo publico entre 18-23 anos (Gráfico 7).

Gráfico 7 – Idade dos entrevistados

4.Idade:

151 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

3.1.2 Comportamento dos Clientes

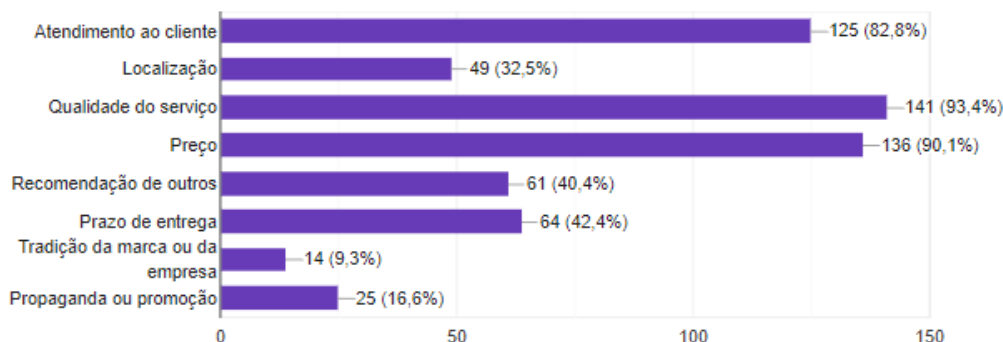
De acordo com nossa pesquisa nossos clientes são bem exigentes e procuram um local que disponha da melhor qualidade, o melhor atendimento, o menor preço e a maior variedade de itens.

Durante o processo de escolha da empresa para efetuar algum serviço, seja qual for o ramo, o cliente buscará enumerar fatores e dará importância ou peso maior para uns fatores em detrimento a outros. Atendimento ao cliente, localização, qualidade do serviço, preço, recomendação, prazo de entrega, tradição da marca, propagandas ou promoções são alguns desses fatores considerados. Foi pedido ao entrevistado que ele assinalasse de 2 a 4 alternativas com os fatores que julgasse mais importantes na hora de escolher uma oficina. Os fatores mais assinalados foram: qualidade do serviço (93,4% 141 vezes), preço (90,1% 136 vezes), atendimento ao cliente (82,8% 125 vezes) e prazo de entrega (42,4% 64 vezes). Já era de se esperar que qualidade do serviço, preço e atendimento ao cliente obtivessem um grande percentual. Porém, para fatores como prazo de entrega e localização(32,5%) eram esperados percentuais maiores. (Gráfico 8).

Gráfico 8 – Fatores de preferências do cliente

13. Se você pudesse enumerar os fatores mais importantes na hora de escolher uma empresa para efetuar um serviço de estética automotiva no seu veículo. Quais seriam suas preferências? (Marque entre 2 e 4 alternativas)

151 respostas



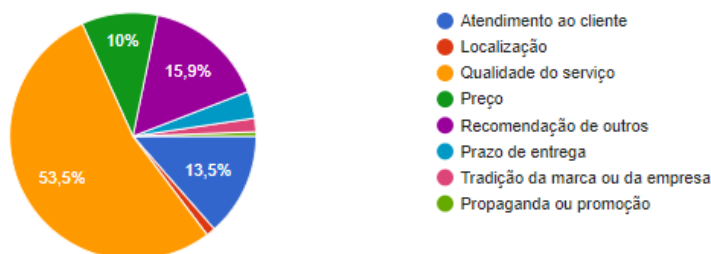
Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Ainda nessa questão dos fatores, fizemos a mesma pergunta ao entrevistado, mas agora ele só poderá assinalar uma única alternativa (Gráfico 9). Assim, o fator primordial na escolha foi a qualidade de serviço com 53,5% (91 amostras), em seguida vieram recomendação de outras pessoas (15,9%), atendimento ao cliente (13,5%) e preço (10%). Quando se fala em serviço, a qualidade do serviço, um bom atendimento e o preço sempre serão primordiais e aliado a esses 3 fatores está a criação de uma forma de propaganda, o chamado boca a boca ou a recomendação propriamente dita, e essa foi a confirmação de que os 2 a 4 fatores escolhidos antes são de fato os primordiais.

Gráfico 9 – Preferências do cliente

14. Se você pudesse enumerar os fatores mais importantes na hora de escolher uma empresa para efetuar um serviço de estética automotiva no seu veículo. Quais seriam suas preferências? (Marque APENAS 1 alternativa)

151 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Quando se fala em serviço, a qualidade do serviço, um bom atendimento e o preço sempre serão primordiais e aliado a esses 3 fatores está a criação de uma forma de propaganda, o chamado boca a boca ou a recomendação propriamente dita, e essa foi a confirmação de que os 2 a 4 fatores escolhidos antes são de fato os primordiais.

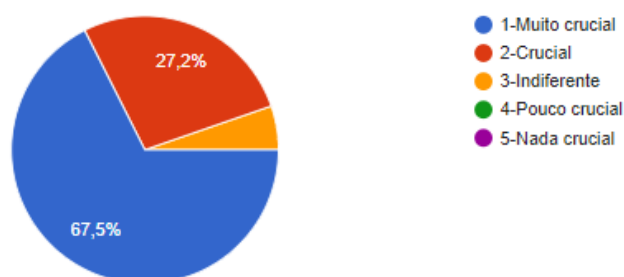
Portanto, já esperando isso, foram feitas perguntas para saber do entrevistado o quão ele julgava cruciais fatores como: atendimento ao cliente e preço do serviço. O entrevistado pode julgar muito crucial, crucial, indiferente, pouco crucial e nada crucial os fatores.

Logo, obtivemos que 67,5% das pessoas julgaram o atendimento ao cliente muito crucial (102 amostras) ou crucial (27,2% 41 amostras). Em relação ao preço do serviço 58,9%(89 amostras) julgou ser um fator crucial e 33,1% (50 amostras) julgou muito crucial. Gráficos 10 e 11, respectivamente.

Gráfico 10 – Crucialidade de um bom atendimento

15. Um bom atendimento aliado a um acompanhamento das notícias do serviço é algo que se torna diferencial em muitas oficinas. O quão você julga um bom atendimento fator crucial na hora de escolher, se fidelizar e recomendar a oficina?

151 respostas

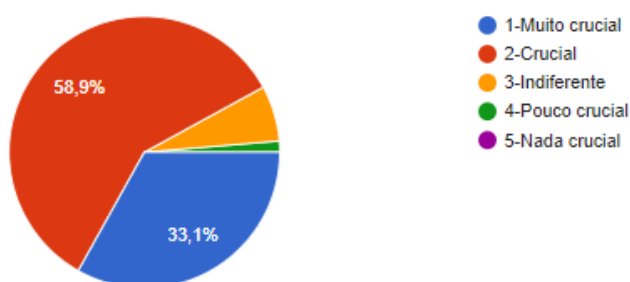


Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Gráfico 11 – Importância do preço do serviço

16. Muitas vezes um conserto ou reparo é algo que custa um valor considerável e faz falta no orçamento do cliente. Vendo isso, como você julga o preço do serviço na hora de escolher a oficina?

151 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

4. PLANO DE MARKETING

Neste capítulo, serão apontadas informações sobre o mix de produtos vendidos e a localização da empresa.

4.1 Logomarca

Figura 2 - Logomarca da empresa Studio Car



Fonte: Elaboração Própria (2021)

4.2 Serviços

No quadro 6 é apresentada a lista de serviços que são oferecidos pela Studio Car.

Quadro 6 – Serviços oferecidos pela empresa

Nº	Descrição dos principais serviços
1	Lanternagem e Pintura de carros acidentados
2	DSP: Desamassamento sem pintura
3	Pintura e Retoques Localizados
4	Oxisanitização interna
5	Higienização Interna
6	Higienização do Ar Condicionado
7	Polimento

Fonte: Elaboração Própria (2021)

4.3 Estratégia de Preço

A nossa estratégia de preço foi elaborada a partir da média de preço do mercado, média de consumo dos produtos e da melhor negociação com os nossos fornecedores. Sendo assim, conseguiremos atender as expectativas de qualidade e preço dos nossos clientes simultaneamente. Nos Quadros 7 e 8 é possível observar o valor unitário dos serviços.

Quadro 7 – Precificação dos Serviços

Serviço	Preço
DSP: Desamassamento sem pintura (Preço por amassado)	R\$100,00
Oxisanização;	R\$150,00
Higienização Interna;	R\$300,00
Polimento.	R\$200,00

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Quadro 8 – Precificação dos Serviços Pintura

Serviço de Pintura: Peças	Média de Preço
Porta	R\$350,00
Paralama	R\$250,00
Parachoque	R\$200,00
Teto	R\$400,00
Capô	R\$400,00
Tampa da mala	R\$300,00
Lateral traseira	R\$500,00
Estrutura Interna	Sujeito à avaliação

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Os preços estabelecidos no quadro 8 não representam valores de peças de reposição caso haja necessidade de troca, mas apenas lanternagem e pintura da peça que está presente no carro. Caso necessite da troca da peça, o valor fica sujeito a avaliação.

4.4 Estratégias Promocionais

A empresa irá divulgar seus serviços através de propagandas nas rádios locais, em horários de grande circulação de veículos. Além disso, investirá em panfletos em sinais das Avenidas Beira Rio, Epitácio Pessoa, Rui Carneiro, Nossa Senhora de Fátima e demais localidades onde essas grandes vias se cruzam, lembrando que todas essas avenidas ficam num raio próximo à localidade da empresa. Também haverá investimentos em redes sociais para difundir e propagar a empresa nesse meio.

A empresa buscará parcerias com outras empresas que englobam o mercado automotivo. Por exemplo, parcerias com seguradoras podem gerar um grande número de serviços para a empresa, além de ajudar a empresa a se consolidar no mercado. Parcerias com lava jatos, lojas de autopeças e oficinas mecânicas serão alvo de parcerias visando aumentar as parcerias que a empresa irá fazer.

O posicionamento da marca no mercado é crucial para que as pessoas sejam influenciadas a buscarem nossos serviços, com isso, todas as estratégias serão implementadas com o intuito de fazer crescer a tradição, a fama e um bom posicionamento da marca perante os clientes. Assim, com o tempo, a marca com um bom posicionamento, será de maneira

espontânea com os próprios clientes iram propagar a marca através do famoso boca a boca, que é uma estratégia promocional muito influente e forte no mercado de serviços.

4.5 Estrutura de Comercialização

A estrutura da empresa possibilitará um ambiente confortável aos clientes, através da distribuição estratégica de seus serviços. A estratégia usada será de venda direta, por meio da sua equipe de vendas, que participará de treinamentos e capacitações para o desenvolvimento de práticas e conhecimentos que serão importantes para o bom desempenho das atividades a serem realizadas.

4.6 Localização do Negócio

A estrutura física da empresa ficará localizada na Rua Universitário Carlos Marcelo Pinto, 140, Torre, João Pessoa-PB CEP: 58040-350

5. PLANO OPERACIONAL

Neste capítulo, serão mostrados o arranjo físico do empreendimento e as principais atividades realizadas na empresa.

5.1 Arranjo físico

Na Figura 3 é possível observar o arranjo físico da empresa. Nela está contida o escritório, 3 banheiros, a estufa de pintura e na área externa o local de recebimento do carro e locais de serviços como higienização, polimento e oxisanitização. O escritório será utilizado para o desenvolvimento das atividades administrativas e possui poltrona, cadeira de escritório, armário, sofá para os clientes, mesa de escritório, impressora entre outros. O local contém um local específico para recepção e espera dos clientes. Na parte de estufa também estarão armazenadas as ferramentas utilizadas pelos trabalhadores, além de ser o local de pintura dos carros. O local destinado aos funcionários copa conta com uma estrutura de apoio aos mesmos.

Figura 3 – Arranjo físico da empresa



Fonte: Elaboração Própria (2021)

5.2 Capacidade Instalada

Tendo em vista que o tempo de serviço depende da quantidade de trabalho a ser feito, que é algo que varia de caso pra caso, fica impossível estimar com precisão a capacidade comercial de todas as operações. Porém, foi feito uma pesquisa operacional com auxílio do solver (software para programação matemática integrado a planilhas eletrônicas) para estimar a capacidade máxima das operações visando analisar os serviços, dentre os disponíveis, são os mais utilizados e com o maior lucro para a empresa. Assim, os serviços foram analisados levando em consideração o tempo cada serviço, a quantidade de funcionários disponíveis para o serviço e o tempo disponível dos funcionários (44 horas semanais).

Quadro 9 – Capacidade Comercial

Serviço	Capacidade de serviço
Pintura Porta	20 (Mensalmente)
Pintura Paralama	25 (Mensalmente)
Pintura Parachoque	37 (Mensalmente)
Pintura Capô	15 (Mensalmente)
Pintura Teto	10 (Mensalmente)
Pintura Tampa da mala	12 (Mensalmente)
Pintura Lateral traseira	8 (Mensalmente)
Oxisanitização	75 (Mensalmente)
Higienização Interna	25 (Mensalmente)
Polimento Geral	30 (Mensalmente)

Fonte: Elaboração Própria (2021)

5.3 Processos Operacionais

Com o objetivo de minimizar erros, aumentar a agilidade do serviço e definir funções e encargos foi traçado um guia funcional.

Quadro 10: Guia funcional do Gerente geral

Contratos: -Responsável por receber o cliente e entender o serviço a ser feito -Fazer a análise e o orçamento junto a outro funcionário (de acordo com os serviços a serem feitos) e fechar contrato -Fazer cadastro dos clientes *Função feita sempre que surgir um novo cliente e uma potencial ordem de serviço e que demora ao máximo meia hora por cliente *Função auxiliada pelo computador da empresa
Controle Financeiro: -Cobranças -Contas a pagar -Cálculo e elaboração da folha de pagamento -Tesouraria e Relação com bancos -Contabilidade fiscal e tributária -Fluxo de caixa *Função exercida diariamente e que ocuparia ao máximo 2 horas ao dia *Função auxiliada pelo computador da empresa e pelo software instalado, além do auxílio do contador da empresa (funcionário externo)
Controle de Recursos Humanos: -Admissão e demissão de funcionários -Controle de horas trabalhadas -Exercer o pagamento da folha -Planejamento para as férias dos funcionários -Resolver questões de ausências -Fazer e enviar pesquisas -Fazer feedbacks aos funcionários sobre a opinião e satisfação do cliente *Função exercida diariamente e que ocuparia ao máximo 1 hora e meia por dia *Função auxiliada pelo computador da empresa e pelo software instalado
Controle das mídias digitais: -Gravar brevemente o dia-a-dia e postar em redes sociais -Acompanhar a divulgação e a propagação da marca -Repassar e dar informações aos clientes sobre o andamento dos serviços -Marcar clientes que estão comunicando via mídias sociais *Função exercida diariamente e que ocuparia ao máximo 1 hora por dia *Função auxiliada pelo computador da empresa e pelo celular da empresa

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Quadro 11: Guia funcional do Gerente de produção

Controle dos Processos: -Fazer a análise e o orçamento junto a outro funcionário (de acordo com os serviços a serem feitos) e repassar ao gerente geral caso o contrato seja feito -Abrir ordem de serviço -Repassar os serviços aos devidos funcionários *Função feita sempre que surgir um novo cliente e uma potencial ordem de serviço e que demora ao máximo meia hora por cliente *Função Auxiliada pelo computador da empresa e pelos formulários de ordem de serviço
Controle da qualidade: -Realizar o controle dos serviços e desempenho dos funcionários

-Atualizar o cronograma e o cumprimento do prazo *Função exercida diariamente e que demoraria ao máximo 6 horas por dia *Função auxiliada pelo computador da empresa e pelo software utilizado
Controle de estoques: -Controle de tintas, pistolas, massas, mascaras, palhetas de massa, primes e oxiprimes, fitas, papel de isolamento, produtos de limpeza, produtos de utilizados no escritório. -Checagem dos níveis de varões de solda elétrica e a gás e checagem do funcionamento da máquina de oxisanitização -Passar a ordem de compra de produtos -Realizar os pedidos de compra *Função exercida diariamente e que demoraria ao máximo 1 hora por dia *Função auxiliada pelo computador da empresa e pelo software utilizado

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Quadro 12: Guia funcional do Preparador/Polidor

-Correção e proteção da superfície -Isolamento e calafetação: quando é feita a (aplicação de primer PU e dos calafetadores) -Produção e ajuste das cores. -Prepara o primer e o verniz -Serviço de Polimento *Função Exercida diariamente e que ocuparia cerca de 8 horas ao dia *Função Auxiliada por tintas, pistolas, massas, mascaras, palhetas de massa, primes e oxiprimes, fitas, papel de isolamento, catalisador *Função auxiliada pelo pintor a depender da demanda e do cronograma - Responsável por Limpeza de suas ferramentas e área de trabalho
--

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Quadro 13: Guia funcional do Pintor

-Trabalha na cabine de pintura, realizando a aplicação de tinta e verniz para acabamentos bicamada. -Auxilia a preparação da tinta e aplicação de primes e verniz *Função Exercida diariamente e que ocuparia cerca de 8 horas ao dia *Função Auxiliada por tintas, pistolas, massas, mascaras, palhetas de massa, primes e oxiprimes, fitas, papel de isolamento, catalisador. - Responsável por Limpeza de suas ferramentas e área de trabalho
--

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Quadro 14: Guia funcional do Montador

-Responsável pela desmontagem e montagem das peças do automóvel -Responsável por dar o diagnostico das peças avariadas -Auxilia o higienizador na montagem e desmontagem dos serviços de higienização de interiores *Função exercida diariamente e que ocuparia cerca de 8 horas por dia *Função auxiliada por ferramentas mecânicas - Responsável por Limpeza de suas ferramentas e área de trabalho
--

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Quadro 15: Guia funcional do Higienizador

-Responsável por operar a máquina de oxisanitização interna -Fazer a higienização Interna -Fazer a higienização do Ar Condicionado -Realiza lavagem de parte internas do carro -Auxilia o montador em suas funções principalmente na parte interna do carro *Função exercida quando surgir demanda e que duraria ao máximo 8 horas *Função auxiliada pelas máquinas de oxisanitização e higienização interna (como aspiradores). - Responsável por Limpeza de suas ferramentas e área de trabalho
--

Fonte: Elaboração Própria (2021)

5.4 Necessidade de Pessoal

Em princípio A&J Centro Automotivo contará com 5 funcionários e o seus administradores, mas dependendo do crescimento do negócio contrataremos mais pessoas.

Quadro 16 - Necessidade de Pessoal

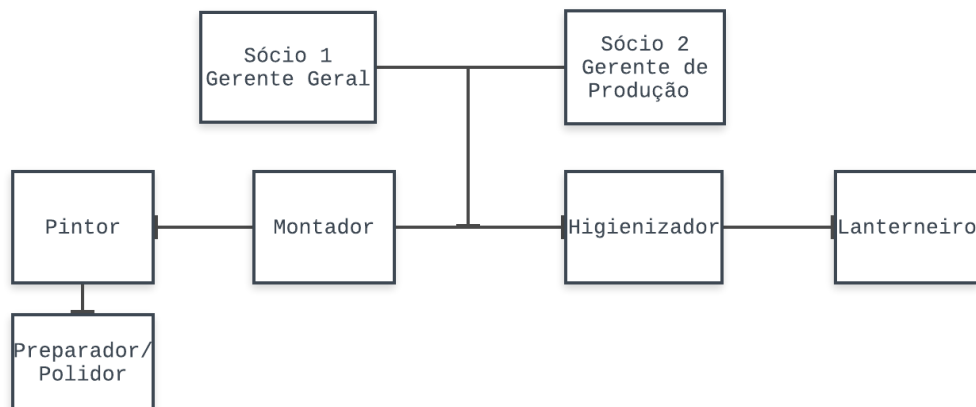
Cargo	Quantidade	Qualificação
Montador	1	Ensino Fundamental (Necessita saber ler e escrever)
Lanterneiro	1	Ensino Fundamental (Necessita saber ler e escrever)
Preparador de tinta/Polidor	1	Ensino Fundamental (Necessita saber ler e escrever)
Pintor	1	Ensino Fundamental (Necessita saber ler e escrever)
Higienizador (Serviços de higienização e Oxisanitização)	1	Ensino Fundamental (Necessita saber ler e escrever)

Fonte: Elaboração Própria (2021)

5.4.1 Estrutura Organizacional

Elaboramos um organograma para definir a linha hierárquica, mas adotaremos uma estrutura descentralizada, na qual todos poderão contribuir o máximo possível e buscaremos o máximo de criatividade e proatividade.

Figura 4 – Organograma



Fonte: Elaboração Própria (2021)

6. PLANO FINANCEIRO

Nessa parte serão abordados os recursos que serão investidos para que o negócio comece a funcionar.

6.1. Investimentos Fixos

Investimentos fixos são compostos por bens necessários para que a empresa realize suas atividades, nele apresenta-se o custo com móveis, equipamentos, eletroeletrônicos, entre outros. Nos Quadros 17 e 18 é possível observar os itens que compõem o investimento fixo inicial do negócio.

A - Máquinas e Equipamentos

Com o objetivo de equipar a loja com os itens essenciais para o seu funcionamento, listaremos no quadro a seguir os equipamentos nos quais investiremos para que a empresa comece suas atividades.

Quadro 17 - Investimento Fixo Inicial (Máquinas e Equipamentos Escritório)

N	Descrição	Quantidade	Custo Unitário	Total
1	Computador	1	R\$2.206,00	R\$2.206,00
2	Impressora	1	R\$321,10	R\$321,00
3	Maquineta	1	R\$298,80	R\$298,80
4	Ventilador	2	R\$80,00	R\$160,00
5	Bebedouro	2	R\$230,00	R\$460,00
6	Ar condicionado	1	R\$1.500,00	R\$1.500,00
7	Poltrona	1	R\$160,00	R\$160,00
8	Cadeira acolchoada	3	R\$220,00	R\$660,00
9	Cadeira Plástico	4	R\$25,00	R\$100,00
10	Bancos	2	R\$12,00	R\$24,00
11	Lixeiras	2	R\$15,00	R\$30,00
12	Birô	1	R\$420,00	R\$420,00
13	Sofá	1	R\$400,00	R\$400,00
14	Materiais de Limpeza	1	R\$200,00	R\$200,00
Total				R\$6.939,80

Fonte: Elaboração Própria (2021)

B – Equipamentos Oficina

No quadro a seguir listaremos os equipamentos essenciais, nos quais investiremos, para que a empresa comece a funcionar.

Quadro 18 - Investimento Fixo Inicial (Equipamentos oficina)

	Descrição	Quantidade	Custo Unitário	Total
1	Lixadeira roto orbital	1	R\$382,00	R\$382,00
2	Pistola de pintura gravidade	2	R\$53,70	R\$107,40
3	Máquina de solda inversora	1	R\$279,00	R\$279,00
4	Painel de secagem	2	R\$790,00	R\$1580,00
5	Repuxadeira de laticia	1	R\$1327,00	R\$1327,00

6	Máquina de solda transformadora	1	R\$366,00	R\$366,00
7	Politriz angular	1	R\$250,00	R\$250,00
8	Tesoura para corte de laticínio	1	R\$68,00	R\$68,00
9	Pistola de pintura pulverizadora	1	R\$179,00	R\$179,00
10	Pistola de pintura sucção	2	R\$76,00	R\$152,00
11	Kit ferramentas	1	R\$2.836,00	R\$2.836,00
12	Furadeira	1	R\$340,00	R\$340,00
13	Soprador térmico	1	R\$140,00	R\$140,00
14	Maquina de Oxisanitilização	1	R\$2.100,00	R\$2.100,00
15	Repuxar manual (acidente pesado)	1	R\$2.500,00	R\$2.500,00
Total				R\$12.638,40

Fonte: Elaboração Própria (2021)

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B) = R\$ 6.939,80 + R\$ 12.638,40 = R\$ 19.578,20

6.2 Capital de Giro

O capital de giro pode ser visto como um recurso financeiro que é usado para arcar com as necessidades da empresa, compreende, desse modo, a compra de produtos, pagamento de despesas e financiamento das vendas.

6.2.1 Estoque Inicial

No Quadro 19 é possível visualizar o estoque inicial da empresa.

Quadro 19 – Estoque inicial da empresa

Produto	Quantidade	Preço	Total
Tinta (litro)	75	R\$35,00	R\$ 2.625,00
Thinner (litro)	17	R\$22,00	R\$ 374,00
Primer (litro)	50	R\$45,00	R\$ 2.250,00
Verniz (litro)	34	R\$46,00	R\$ 1.564,00
Massa Preparatória da Pintura (Kg)	10	R\$30,00	R\$ 300,00
Massa de Polir (Kg)	9	R\$33,00	R\$ 297,00
Cera de Polir(200g)	42	R\$16,00	R\$ 672,00
Bolha de Polir (unidade)	17	R\$10,00	R\$ 170,00
Lixa (unidade)	500	R\$1,30	R\$ 650,00
Trapo (Kg)	34	R\$ 7,00	R\$ 238,00
Total			R\$ 9.140,00

Fonte: Elaboração Própria (2021)

6.2.2 Caixa Mínimo

O caixa mínimo representa o valor que a empresa precisa ter para suprir seus custos enquanto o valor a receber dos clientes não está disponível no caixa da empresa. Sua determinação é feita em passos que se encontram a seguir.

1º passo: Contas a receber – cálculo do prazo médio de recebimento das vendas.

Quadro 20 - Prazo Médio de Recebimento de Vendas

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

Fonte: Elaboração Própria (2021)

2º passo: Fornecedores – cálculo do prazo médio de compras

Quadro 21 - Prazo Médio de Compras

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

Fonte: Elaboração Própria (2021)

3º passo: Estoques – cálculo da necessidade média de estoque

Quadro 22 - Necessidade Média de Estoques

	Número de dias
Necessidade média de estoques	30

Fonte: Elaboração própria (2021)

4º passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Quadro 23 – Necessidade Líquida de Capital de Giro (em dias)

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

Fonte: Elaboração Própria (2020)

Com a finalização desses quatro passos é possível realizar a projeção do caixa mínimo, nele estarão presentes os valores do custo fixo, variável e total da empresa, bem como a quantidade de dias da necessidade líquida de capital de giro.

Quadro 24 - Caixa Mínimo

Custo Fixo Mensal	11.221,32
Custo Variável Mensal	4.764,00
Custo Total da Empresa	15.985,32
Custo Total diário	532,84
Necessidade Líquida de Capital de Giro (dias)	15
Caixa Mínimo	7.792,66

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Para a determinação do capital de giro somou-se o valor do estoque inicial com o do caixa mínimo, como pode ser visto no Quadro 25.

Quadro 25 – Capital de Giro (Resumo)

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 9.140,00
B – Caixa Mínimo	R\$ 7.792,66
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$ 17.132,66

Fonte: Elaboração Própria (2021)

6.3 Investimentos Pré-Operacionais

Nesta seção serão enumerados os investimentos necessários para que a empresa fique em condições de abrir suas portas e começar a funcionar, nele estão presentes despesas com legalização, construção, divulgação, cursos e treinamentos.

Quadro 26 – Investimentos pré-operacionais

Descrição	Valor
Despesas de legalização	R\$ 400,00
Reforma do prédio	R\$ 20.000,00
Treinamento de Pessoal	R\$ 3.500,00
Divulgação	R\$ 1.000,00
Total	R\$24.900,00

Fonte: Elaboração Própria (2021)

6.4 Investimento Total

O investimento total compreende os valores dos investimentos fixos, financeiros e pré-operacionais. A soma destes valores resulta no investimento total que pode ser visto no Quadro 27.

Quadro 27- Investimento Total

Descrição	Valor	Porcentagem %
Investimentos Fixos Tabela 17 + Tabela 18	R\$ 19.578,20	31,77
Estimativa de capital de giro	R\$ 17.132,66	27,80
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 24.900,00	40,41
Total	R\$ 61.610,86	100

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Quadro 28 – Fonte de recursos

Descrição	Valor	%
Recursos próprios	R\$ 61.610,86	100
Total	R\$ 61.610,86	100

Fonte: Elaboração Própria (2021)

6.5 Estimativa do Faturamento Mensal

No Quadro 29 é apresentada uma projeção da receita do negócio, considerando que a empresa funcione com 60% de sua capacidade.

Quadro 29 – Estimativa de Faturamento Mensal

Serviço	Preço	Lucro Líquido	Quantidade	Faturamento mensal	Faturamento anual
Pintura: Porta	R\$350,00	R\$200,00	12	R\$4.200,00	R\$50.400,00
Pintura: Paralamas	R\$250,00	R\$150,00	15	R\$3.750,00	R\$45.000,00
Pintura: Para-choque	R\$200,00	R\$80,00	22	R\$4.000,00	R\$48.000,00
Pintura: Capô	R\$400,00	R\$200,00	9	R\$3.600,00	R\$43.200,00
Pintura: Teto	R\$450,00	R\$240,00	6	R\$2.700,00	R\$32.400,00
Pintura: Tampa da mala	R\$300,00	R\$100,00	7	R\$2.100,00	R\$25.200,00
Pintura: Lateral traseira	R\$500,00	R\$100,00	5	R\$2.500,00	R\$30.000,00
Polimento Geral	R\$200,00	R\$150,00	18	R\$3.600,00	R\$43.200,00
Oxisanitização	R\$150,00	R\$150,00	45	R\$6.750,00	R\$81.000,00
Higienização	R\$300,00	R\$250,00	15	R\$4.500,00	R\$54.000,00
DSP	R\$100,00 (Preço por amassado)	R\$100,00	20	R\$2.000,00	R\$24.000,00
Total				R\$39.700,00	R\$476.400,00

Fonte: Elaboração Própria (2021)

6.6 Custo de Comercialização

Os custos de comercialização são despesas variáveis e incidem diretamente nas vendas. Esses custos da empresa estão descritos no Quadro 30.

Quadro 30 – Custo de Comercialização

Descrição	Porcentagem(%)	Faturamento	Custo Total
1. Impostos			
SIMPLES	4	R\$ 39.700,00	R\$ 1.588,00
Subtotal 1			R\$ 1.588,00
2. Gastos com Serviços			
Taxa de Administração de Cartão de Crédito	5	R\$ 39.700,00	R\$ 1.985,00
Publicidade	3	R\$ 39.700,00	R\$ 1.191,00
Subtotal 2			R\$ 2.499,00
TOTAL			R\$ 4.764,00

Fonte: Elaboração Própria (2021)

6.7 Custos com Mão de Obra

No Quadro 31 são colocados a mostra as despesas com os salários e encargos dos funcionários para os cargos de montador, lanterneiro, polidor, pintor e higienizador. Nele não estão inclusos os salários dos gestores, visto que o cargo será exercido pelos proprietários e seu custo está incluso no pró-labore.

Quadro 31 - Despesa com Pessoal

Função	Quantidade	Salário	Porcentagem de Encargos	Salário Total
Montador	1	R\$1.102,00	8%	R\$1.190,16
Lanterneiro	1	R\$1.350,00	8%	R\$1.458,00
Preparador de tinta/Polidor	1	R\$1.102,00	8%	R\$1.190,16
Pintor	1	R\$1.350,00	8%	R\$1.458,00
Higienizador	1	R\$1.102,00	8%	R\$1.190,16
TOTAL	5	R\$6.006,00	100%	R\$6.486,80

Fonte: Elaboração Própria (2021)

6.8 Custos com Depreciação

O Quadro 32 mostra os custos que a empresa terá com a depreciação mensal e anual de seus bens ao longo do tempo.

Quadro 32 - Depreciação

Descrição	Valor	Vida Útil*	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Móveis e Utensílios	R\$ 1.994,00	10 anos	R\$194,40	R\$16,20
Equipamentos eletrônicos	R\$ 4.945,80	5 anos	R\$989,16	R\$82,43
Reformas	R\$ 20.000,00	15 anos	R\$1.333,33	R\$88,89
Máquinas e Equipamentos	R\$ 12.638,40	12 anos	R\$1.053,20	R\$87,76
Total da Depreciação	R\$37.568,20		R\$3.303,36	R\$275,28

Fonte: Elaboração Própria (2021)

6.9 Custos Fixos Operacionais Mensais

Os custos fixos operacionais mensais, apresentados do Quadro 33, mostram as despesas que a empresa terá mesmo que não haja a venda de produtos.

Quadro 33 - Despesas Operacionais Mensais

Item	Descrição	Valor
01	IPTU	R\$ 200,00
02	Energia Elétrica	R\$ 250,00
03	Telefone	R\$ 30,00
04	Internet	R\$ 90,00
05	Aluguel da Maquineta	R\$ 150,00
06	Água	R\$ 130,00
07	Salários + Encargos	R\$ 6.486,48
08	Transporte	R\$ 500,00
09	Alimentação	R\$ 500,00
10	Material de Limpeza	R\$ 200,00
11	Material de Escritório	R\$ 100,00
12	Contador	R\$ 1045,00
13	Depreciação	R\$ 275,28
14	Pró-Labore	R\$2.000,00
15	Despesas com escritório(Supermercado)	R\$200,00
Total		R\$11.256,76

Fonte: Elaboração Própria (2021)

6.10 Custo variável

No Quadro 34 encontra-se os valores do custo variável para a estimativa de faturamento de 60%, esses custos estão relacionados com os produtos que serão necessários para a realização dos serviços.

Quadro 34 - Custo variável

Produto	Quantidade	Preço	Total
Tinta (litro)	45	R\$35,00	R\$1.575,00
Thinner (litro)	10	R\$22,00	R\$220,00
Primer (litro)	30	R\$45,00	R\$1.350,00
Verniz (litro)	20	R\$46,00	R\$920,00
Massa Preparatória da Pintura (Kg)	6	R\$30,00	R\$180,00
Massa de Polir (Kg)	5	R\$33,00	R\$165,00
Cera de Polir(200g)	25	R\$16,00	R\$400,00
Bolha de Polir (unidade)	10	R\$10,00	R\$100,00
Lixa (unidade)	300	R\$1,30	R\$390,00
Trapo (Kg)	20	R\$ 7,00	R\$140,00
Total			R\$5.440

Fonte: Elaboração Própria (2021)

6.11 Demonstrativo dos Resultados

O Demonstrativo dos resultados e exercício mostrará qual o lucro líquido do negócio a partir das estimativas realizadas, que vão demonstrar se haverá lucro ou prejuízo para a empresa.

Quadro 35 – Demonstrativo dos Resultados e Exercício

Descrição	Valor Mensal (R\$)	Valor Anual (R\$)
1. RECEITA COM SERVIÇOS TOTAL (=)	39.700,00	476.400,00
2.CUSTO VARIÁVEL(-)	5.440,00	65.280,00
3. CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO (-)	4.764,00	57.168,00
4. LUCRO OPERACIONAL (1-2 -3)=	29.496,00	353.952,00
4. CUSTOS FIXOS TOTAIS(-)	11.256,76	135.081,12
5. LUCRO LÍQUIDO (3-4)=	18.239,24	218.870,88

Fonte: Elaboração Própria (2021)

7. INDICADORES DE VIABILIDADE

Nesse capítulo serão vistos indicadores que permitiram avaliar se o negócio será ou não viável.

7.1. Ponto de Equilíbrio (PE)

O ponto de Equilíbrio permite ao gestor calcular o faturamento mensal mínimo para cobrir as despesas fixas e variáveis. Para calcular o PE é preciso encontrar o valor do Índice da Margem de Contribuição (IMC) e para isso utilizaremos a fórmula abaixo, onde RT é a Receita Bruta Total e CV é o Custo Variável:

$$\text{Fórmula Ponto de Equilíbrio} \quad \text{PE} = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{\text{IMC}}$$

$$\text{IMC} = \frac{\text{Receita Total} - \text{Custo Variável}}{\text{Receita Total}} = \frac{39.700 - 5.440}{39.700} = 0,86$$

$$\text{PE} = \frac{11.256,76}{0,86}$$

$$\text{PE} = \text{R\$ } 13.089,25$$

Sendo assim, a empresa precisa de um faturamento mínimo mensal de R\$ 13.089,25 para funcionar sem prejuízos.

7.2. Lucratividade

A Lucratividade é uma característica competitiva, pois se uma empresa possui uma boa lucratividade ela demonstra que depois de cumprir com suas obrigações ainda tem reserva para investir no que for preciso para se destacar no mercado.

$$\text{Lucratividade: } \frac{\text{Lucro Líquido} * 100}{\text{Receita Total}} = \frac{218.870,88 * 100}{476.400,00} = 45,94\% \text{ aa}$$

Desta forma percebemos que após o gestor pagar todas as suas obrigações sobrarão R\$ 218.870,88 como lucro, o que representa uma lucratividade de 45,94% ao ano.

7.3 Rentabilidade

A rentabilidade é um indicador de atratividade através do qual é possível mensurar o retorno do Capital.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento Total}} \times 100 = \frac{218.870,88}{61.610,86} \times 100 = 355,24\% \text{ a.a.}$$

Desta forma percebe-se que o negócio é economicamente rentável, pois a cada ano o investidor pode recuperar 355,24% do valor investido.

7.4 Prazo de Retorno do Investimento

O Prazo de Retorno do Investimento (PRI) possibilita ao gestor estimar o tempo necessário para recuperar o valor investido na empresa.

$$\text{PRI} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}} = \frac{61.610,86}{218.870,88} = 0,28 \text{ ano}$$

Sendo assim, após entre 3 e 4 meses da inauguração o gestor terá recuperado o valor investido na forma de lucro líquido.

8. CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS

Projetar cenários é simular diversas situações que podem ocorrer na empresa, sejam elas otimistas ou pessimistas. O cenário otimista representa um ambiente favorável onde todas as metas são atingidas. Esse cenário permite a existência de folgas financeiras e um maior lucro líquido. Já no cenário pessimista foi realizada uma simulação levando em consideração que as vendas serão menores no início do negócio, esses dados são importantes para que sejam elaborados planos de ação visando o aumento das vendas.

8.1 Cenário Otimista

Para a projeção do cenário otimista da empresa considerou-se a receita de vendas com 80% de sua estimativa de faturamento mensal, como pode ser visto no Quadro 36. Nos Quadros 37 e 39 vemos, respectivamente, as projeções dos custos de comercialização e da DRE que foram realizadas considerando esse cenário.

Quadro 36- Projeção da Receita para o cenário otimista

Serviço	Preço	Lucro Líquido	Quantidade	Faturamento mensal	Faturamento anual
Pintura: Porta	R\$350,00	R\$200,00	16	R\$5.600,00	R\$67.200,00
Pintura: Paralama	R\$250,00	R\$150,00	20	R\$5.000,00	R\$60.000,00
Pintura: Parachoque	R\$200,00	R\$80,00	29	R\$5.800,00	R\$69.600,00
Pintura: Capô	R\$400,00	R\$200,00	12	R\$4.800,00	R\$57.600,00
Pintura: Teto	R\$450,00	R\$240,00	8	R\$3.600,00	R\$43.200,00
Pintura: Tampa da mala	R\$300,00	R\$100,00	9	R\$2.700,00	R\$32.400,00
Pintura: Lateral traseira	R\$500,00	R\$100,00	6	R\$3.000,00	R\$36.000,00
Polimento Geral	R\$200,00	R\$150,00	24	R\$4.800,00	R\$57.600,00
Oxisanitização	R\$150,00	R\$150,00	60	R\$9.000,00	R\$108.000,00
Higienização	R\$300,00	R\$250,00	20	R\$6.000,00	R\$72.000,00
DSP	R\$100,00 (Preço por amassado)	R\$100,00	26	R\$2.600,00	R\$31.200,00
Total				R\$52.900,00	R\$634.800,00

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Quadro 37 - Projeção dos Custos de Comercialização para o cenário otimista

Descrição	Porcentagem(%)	Faturamento	Custo Total
1. Impostos			
SIMPLES	7.3	R\$ 52.900,00	R\$ 3.703,00
Subtotal 1			R\$ 3.703,00
2. Gastos com Serviços			
Taxa de Administração de Cartão de Crédito	5	R\$ 52.900,00	R\$ 2.645,00
Publicidade	4	R\$ 52.900,00	R\$ 2.116,00
Subtotal 2			R\$ 4.761,00
TOTAL			R\$ 8.464,00

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Quadro 38 - Projeção dos Custos variáveis para o cenário otimista

Produto	Quantidade	Preço	Total
Tinta (litro)	60	R\$35,00	R\$ 2.100,00
Thinner (litro)	14	R\$22,00	R\$ 308,00
Primer (litro)	40	R\$45,00	R\$ 1.800,00
Verniz (litro)	27	R\$46,00	R\$ 1.242,00
Massa Preparatória da Pintura (Kg)	8	R\$30,00	R\$ 240,00
Massa de Polir (Kg)	7	R\$33,00	R\$ 231,00
Cera de Polir(200g)	34	R\$16,00	R\$ 544,00
Bolha de Polir (unidade)	14	R\$10,00	R\$ 140,00
Lixa (unidade)	400	R\$1,30	R\$ 520,00
Trapo (Kg)	27	R\$ 7,00	R\$ 189,00
Total			R\$ 7.314,00

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Quadro 39 - Projeção da DRE para o cenário otimista

Descrição	Valor Mensal (R\$)	Valor Anual (R\$)
1. RECEITA COM SERVIÇOS TOTAL (=)	52.900,00	634.800,00
2.CUSTO VARIÁVEL(-)	7.314,00	87.768,00
3. CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO (-)	8.464,00	101.568,00
4. LUCRO OPERACIONAL (1-2 -3)=	37.122,00	445.464,00
4. CUSTOS FIXOS TOTAIS(-)	11.256,76	135.081,12
5. LUCRO LÍQUIDO (3-4)=	25.855,24	310.262,88

Fonte: Elaboração Própria (2021)

8.2 Cenário Pessimista

Para essa projeção da receita de vendas utilizou-se 40% da capacidade instalada, como pode ser visto no Quadro 40. A partir dos resultados foram calculadas a projeção de custos de comercialização e a projeção da DRE, Quadros 41 e 43, respectivamente.

Quadro 40- Projeção da Receita para o cenário pessimista

Serviço	Preço	Lucro Líquido	Quantidade	Faturamento mensal	Faturamento anual
Pintura: Porta	R\$350,00	R\$200,00	8	R\$2.800,00	R\$33.600,00
Pintura: Paralama	R\$250,00	R\$150,00	10	R\$2.500,00	R\$30.000,00
Pintura: Parachoque	R\$200,00	R\$80,00	14	R\$2.800,00	R\$33.600,00
Pintura: Capô	R\$400,00	R\$200,00	6	R\$2.400,00	R\$28.800,00
Pintura: Teto	R\$450,00	R\$240,00	4	R\$1.800,00	R\$21.600,00
Pintura: Tampa da mala	R\$300,00	R\$100,00	5	R\$1.500,00	R\$18.000,00
Pintura: Lateral traseira	R\$500,00	R\$100,00	3	R\$1.500,00	R\$18.000,00
Polimento Geral	R\$200,00	R\$150,00	12	R\$3.600,00	R\$43.200,00
Oxisanitização	R\$150,00	R\$150,00	30	R\$2.400,00	R\$28.800,00
Higienização	R\$300,00	R\$250,00	10	R\$3.000,00	R\$36.000,00
DSP	R\$100,00 (Preço por amassado)	R\$100,00	13	R\$1.300,00	R\$15.600,00
Total				R\$25.600,00	R\$307.200,00

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Quadro 41 - Projeção dos Custos de Comercialização para o cenário pessimista

Descrição	Porcentagem(%)	Faturamento	Custo Total
1. Impostos			
SIMPLES	4	R\$ 25.600,00	R\$ 1.024,00
Subtotal 1			R\$ 1.024,00
2. Gastos com Serviços			
Taxa de Administração de Cartão de Crédito	5	R\$ 25.600,00	R\$ 1.280,00
Publicidade	3	R\$ 25.600,00	R\$ 768,00
Subtotal 2			R\$ 2.048,00
TOTAL			R\$ 3.072,00

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Quadro 42 - Projeção dos Custos variáveis para o cenário pessimista

Produto	Quantidade	Preço	Total
Tinta (litro)	30	R\$35,00	R\$ 1.050,00
Thinner (litro)	7	R\$22,00	R\$ 154,00
Primer (litro)	20	R\$45,00	R\$ 900,00
Verniz (litro)	14	R\$46,00	R\$ 644,00
Massa Preparatória da Pintura (Kg)	4	R\$30,00	R\$ 120,00
Massa de Polir (Kg)	4	R\$33,00	R\$ 132,00
Cera de Polir(200g)	17	R\$16,00	R\$ 272,00
Bolha de Polir (unidade)	7	R\$10,00	R\$ 70,00
Lixa (unidade)	200	R\$1,30	R\$ 260,00
Trapo (Kg)	14	R\$ 7,00	R\$ 98,00
Total			R\$ 3.700,00

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Quadro 43 - Projeção da DRE para o cenário pessimista

Descrição	Valor Mensal (R\$)	Valor Anual (R\$)
1. RECEITA COM SERVIÇOS TOTAL (=)	25.600,00	307.200,00
2.CUSTO VARIÁVEL(-)	3.700,00	44.400,00
3. CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO (-)	3.072,00	36.864,00
4. LUCRO OPERACIONAL (1-2 -3)=	18.828,00	225.936,00
4. CUSTOS FIXOS TOTAIS(-)	11.256,76	135.081,12
5. LUCRO LÍQUIDO (3-4)=	7.571,24	90.854,88

Fonte: Elaboração Própria (2021)

9 DECISÃO GERENCIAL

Diante de todos os cenários apresentados o mercado de lanternagem e pintura de veículos se mostram grande e se põe como um serviço essencial, com posição importante na cadeia de suprimento automotivo. Um adocante a mais que reforça o cenário é o fato do recorrente aumento da frota de veículos no Brasil e na Paraíba, assim, as ocorrências de acidentes sempre irão ocorrer. Particularmente o serviço de reparação automotiva dificilmente pode ser substituído, visando que sua finalidade serve para reparar danos que muitas vezes somos incapazes de solucionarmos sozinhos ou de outra forma que não procurando um prestador de serviço. Levando em consideração esses fatos à implementação desse plano de negócio é viável e isto também foi demonstrado através do projeto inicial e também na projeção dos cenários otimista e também no cenário pessimista, que também apresenta lucro.

Segundo os dados obtidos com a DRE e os indicadores de viabilidade percebe-se que a probabilidade do negócio ter sucesso é maior do que ter fracasso. Mas diante de tudo apresentado é necessário ressaltar que é papel do administrador sempre administrar os riscos, atualizar e manter sempre em dia o planejamento estratégico. As informações presentes no plano vão auxiliar na análise das variáveis e dos riscos que podem comprometer a viabilidade do empreendimento.

Para confirmar a viabilidade dos negócios é necessário realçar os índices de viabilidade. O índice de rentabilidade mostra que os proprietários vão recuperar 355,24% de seu capital investido a cada ano, o que torna o negócio muito atrativo. Somados a isso, o valor total investido na empresa será recuperado praticamente nos 3 meses iniciais.

Logo, para que suas atividades se iniciem no ano de 2022 é necessário agora encarar o mundo do empreendedorismo e dar início ao processo de abertura, bem como reformas e legalização.

REFERÊNCIA

Áreas de Atuação. **SEBRAE**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/se/institucional/areas-de-atuacao,e81ac35fc0b45410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 03 jul. 2020.

Como montar um serviço de funilaria e pintura. **Egestor**, 2017. Disponível em: <<https://blog.egestor.com.br/como-montar-um-servico-de-funilaria-e-pintura/>>. Acesso em: 01 jul. 2020

Como montar uma oficina de funilaria e pintura? Veja os pontos importantes. **Cotexo**, 2019. Disponível em: <<https://cotexo.com.br/blog/como-montar-um-servico-de-funilaria-e-pintura-veja-os-pontos-importantes/>>. Acesso em: 6 jul. 2020.

ESSENCIAL: Cargos e responsabilidades na repintura. **Clube das oficinas**, 2014. Disponível em: <<http://clubedasoficinas.com.br/2014/06/essencial-cargos-e-responsabilidades-na-repintura/>>. Acesso em: 06 jul. 2020.

Estatísticas de acidentes no estado da Paraíba. **Por Vias Seguras**, 2019. Disponível em: <http://vias-seguras.com/os_acidentes/estatisticas/estatisticas_estaduais/estatisticas_de_acidentes_no_estado_da_paraiba> Acesso em: 17 jul. 2020.

GONÇALVES, Vinicius. Como Abrir Uma Oficina De Lanternagem E Pintura [Guia De Etapas]. **Novo negócio**. Disponível em: <<https://novonegocio.com.br/ideias-de-negocios/como-abrir-oficina-lanternagem-pintura/>>. Acesso em: 6 jul. 2020.

OLIVEIRA, Ana Luíza. Brasil tem 28 milhões de carros e 13 milhões de motos a mais. **FPBRAMO**, 2019. Disponível em: <<https://fpabramo.org.br/2019/10/31/brasil-tem-28-milhoes-de-carros-e-13-milhoes-de-motos-a-mais/#:~:text=Entre%202008%20e%202018%20foram,realizado%20pelo%20Observat%C3%B3rio%20das%20Metr%C3%B3poles>> Acesso em: 17 jul. 2020.

RESENDE, André. Frota de veículos na Paraíba pode superar número de habitantes até 2060. **G1 PB**, 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2019/01/03/frota-de-veiculos-na-paraiba-pode-superar-numero-de-habitantes-ate-2060.ghtml>> Acesso em: 18 jul. 2020.

Rosa, Cláudio A. **Como elaborar um plano de negócios**. Edição Única. Brasília: Sebrae, 2013.

SEBRAE/BA. **COMÉRCIO E SERVIÇOS: REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES**. Bahia, 2017. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Repara%C3%A7%C3%A3o%20de%20ve%C3%ADculos%20automotores.pdf>> Acesso em: 25 jul. 2020.

SEBRAE/ES. **Boas Ideias. Guia do Empreendedor: Pequenas Empresas Grandes Negócios. OFICINA DE LANTERNAGEM E PINTURA DE VEÍCULOS**. nº 10. p. 91. Espírito Santo. Adaptação: SEBRAE/ES 2011. Disponível

em:<<http://vix.sebraees.com.br/ideiasnegocios/arquivos/oficinadelanternagemepinturadeveiculos.pdf>> Acesso em: 18 jul. 2020.

SINDIREPA-RJ. **Diagnóstico Estratégico:** Reparadores Automotivos da Região Metropolitana do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em:<<http://sindirepa.org.br/wp-content/uploads/publicacoes/9c2a498053124cdc1a9512fe8c0beced.pdf>> Acesso em: 26 jul. 2020.

Veja as motos mais vendidas de 2019.**G1**,2020. Disponível em:<<https://g1.globo.com/carros/motos/noticia/2020/01/02/veja-as-motos-mais-vendidas-de-2019.ghtml>> Acesso em: 18 jul. 2020.

Venda de veículos novos cresce 8,7% em 2019 e alcança melhor resultado em 5 anos.**G1**,2020.Disponível em:< <https://g1.globo.com/carros/noticia/2020/01/02/venda-de-veiculos-novos-cresce-87percent-em-2019-diz-associacao-das-concessionarias.ghtml>> Acesso em: 17 jul. 2020.

APÊNDICE

Questionário de Pesquisa

Pesquisa de Mercado: Studio Car (Lanternagem, Pintura e Estética Automotiva) visando entender as preferências dos clientes e potenciais clientes desse mercado. Pesquisa valida para um plano de negócio da disciplina de Trabalho de conclusão de curso (TCC) do curso de Administração da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

Questionário: Pesquisa de Mercado

1. Possui Carro Próprio? ()SIM ()NÃO
2. Você faz uso diário de um veículo? ()SIM ()NÃO
3. Sexo: () Masculino () Feminino () Outro
4. Idade: () 18-23 Anos () 24-29 Anos () 30-35 Anos () 36-41 Anos () 42 Anos >
5. Você já se envolveu em algum acidente automobilístico? ()SIM ()NÃO
6. Algum familiar, amigo ou conhecido já se envolveu em algum acidente automobilístico?
()SIM ()NÃO
7. Você já teve que ir atrás de alguma oficina para fazer algum serviço de estética automotiva?
(Lanternagem e Pintura de carros sinistrados; DSP: Desamassamento sem pintura; Pintura e Retoques Localizados; Oxisanitilização; Higienização Interna; Higienização do Ar Condicionado; Polimento) ()SIM ()NÃO
8. Quais desses serviços você ou familiar já fez uso?
 - () Lanternagem e Pintura de carros sinistrados;
 - () DSP: Desamassamento sem pintura;
 - () Polimento Estético
 - () Pintura e Retoques Localizados;
 - () Oxisanitilização;
 - () Higienização Interna;
 - () Higienização do Ar Condicionado;
9. Você já viu propagandas de oficinas nas redes sociais? ()SIM ()NÃO
10. Na hora da necessidade foi nessa oficina realizar algum serviço? ()SIM ()NÃO

11.Você já fez uso de algum serviço de estética automotiva através de alguma seguradora?
()SIM ()NÃO

12.Se sim, sua experiência foi boa? ()SIM ()NÃO

13.Se você pudesse enumerar os fatores mais importantes na hora de escolher uma empresa para efetuar um serviço de estética automotiva no seu veículo. Quais seriam suas preferências? (Marque entre 2 e 4 alternativas)

()Atendimento ao cliente

()Localização

()Qualidade do serviço

()Preço

()Recomendação de outros

()Prazo de entrega

()Tradição da marca ou da empresa

()Propaganda ou promoção

14.Se você pudesse enumerar os fatores mais importantes na hora de escolher uma empresa para efetuar um serviço de estética automotiva no seu veículo. Quais seriam suas preferências? (Marque **APENAS** 1 alternativa)

()Atendimento ao cliente

()Localização

()Qualidade do serviço

()Preço

()Recomendação de outros

()Prazo de entrega

()Tradição da marca ou da empresa

()Propaganda ou promoção

15.Um bom atendimento aliado a um acompanhamento das notícias do serviço é algo que se torna diferencial em muitas oficinas. O quão você julga um bom atendimento fator crucial na escolher, se fidelizar recomendar a oficina ?

()1-Muito crucial ()2-Crucial ()3-Indiferente ()4-Pouco crucial ()5-Nada crucial

16.Muitas vezes um conserto ou reparo é algo que custa um valor considerável e faz falta no orçamento do cliente. Vendo isso, como você julga o preço do serviço na hora de escolher a oficina?

()1-Muito crucial ()2-Crucial ()3-Indiferente ()4-Pouco crucial ()5-Nada crucial

17. Ao escolher uma oficina para fazer algum serviço, o prazo de entrega é algo a ser levado em consideração. O quanto você julga crucial o tempo de serviço? ()1-Muito crucial ()2-Crucial ()3-Indiferente ()4-Pouco crucial ()5-Nada crucial

18. Sabe-se que o controle de qualidade dos serviços em oficinas tem que ser alto, visando a competitividade entre as empresas e o mercado. Alguma vez você ou algum conhecido teve que retornar à oficina devido um serviço de baixa qualidade?

()SIM ()NÃO

19. Levando em consideração que a localização da oficina é um fator determinante na sua escolha, em qual bairro você procuraria uma oficina?

()Distrito mecânico ()Torre ()Cristo ()Mandacaru ()Mangabeira

()Água fria ()José Américo ()Outro

20. Qual a melhor forma de pagamento você preferiria ao ter que fazer uso de algum desses serviços?

()Cartão de débito ()Pagamento à vista ()Cartão de crédito ()Transferência bancária

21. Em um serviço de retoque simples de apenas uma parte do carro como: parachoque, capô, paralamas ou porta, qual o tempo de serviço que você julga necessário?

()1 dia ()1/2 dias ()3 dias ()4 dias ()Não tenho conhecimento

22. Usando o exemplo anterior. Em um serviço de retoque simples de apenas uma parte do carro como: parachoque, capô, paralamas ou porta, qual o valor você julgaria justo para esse serviço?

()200 reais

()300/350 reais

()400/500 reais

()600 reais

()Não tenho conhecimento