



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E AGRÁRIAS  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**ROBSON PEREIRA DE LIMA**

**PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UMA EMPRESA DE  
HIGIENIZAÇÃO DE ESTOFADOS NA CIDADE DE BELÉM – PB.**

**BANANEIRAS – PARAÍBA**

**2024**

**Catálogo na publicação**  
**Seção de Catalogação e Classificação**

L732p Lima, Robson Pereira de.

Plano de negócio para abertura de uma empresa de higienização de estofados na cidade de Belém - PB / Robson Pereira de Lima. - João Pessoa, 2024.

31 f. : il.

Orientação: Claudio Germano.  
TCC (Graduação) - UFPB/CCHSA.

1. Plano de negócios. 2. higienização de estofados.  
I. Germano, Claudio. II. Título.

UFPB/CCHSA-CHÃ

CDU 658 (042)

ROBSON PEREIRA DE LIMA

**PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UMA EMPRESA DE  
HIGIENIZAÇÃO DE ESTOFADOS NA CIDADE DE BELÉM – PB.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Administração da Universidade Federal da Paraíba, em cumprimento aos requisitos necessários para obtenção do título de Bacharel em Administração.

**Orientador:** Prof. Dr. Claudio Germano

BANANEIRAS – PARAÍBA

2024

ROBSON PEREIRA DE LIMA

**PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UMA EMPRESA DE  
HIGIENIZAÇÃO DE ESTOFADOS NA CIDADE DE BELÉM – PB.**

Aprovado em: 13 / 05 /2024

**BANCA EXAMINADORA:**

Documento assinado digitalmente



**CLAUDIO GERMANO DOS SANTOS OLIVEIRA**

Data: 15/05/2024 22:46:16-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

**Prof. Dr. Claudio Germano dos Santos Oliveira – UFPB**

Orientador

---

**Prof. Dr. Gustavo Correia Xavier - UFPB**

Examinador

Documento assinado digitalmente



**GUSTAVO CORREIA XAVIER**

Data: 15/05/2024 23:36:25-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente agradecer a Deus, sem ele eu não conseguiria trilhar esse caminho que por diversas vezes pensei em desistir, mas graças a ele estou finalizando mais um ciclo em minha vida, agradecer também meus pais, creio que a família é fundamental na vida do ser humano e sou grato por ter a família que tenho, e não poderia esquecer de citar a minha amada esposa que esteve ao meu lado nos bons e nos maus momentos, sempre dando apoio, meus amigos que compartilhei vários momentos de alegrias e tristezas. Minha gratidão se estende ao meu orientador Prof. Dr. Claudio Germano que aceitou de imediato ser meu orientador, aos professores e todos os membros da universidade que me moldaram até o presente momento e terão minha eterna gratidão.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Recursos humanos da empresa .....	7
Tabela 2 - Análise SWOT de concorrente .....	13
Tabela 3 - Variáveis ambiente interno .....	16
Tabela 4 - Variáveis ambiente externo .....	17
Tabela 5 - Estratégia de marketing 5w2h (Cliente) .....	20
Tabela 6 - Estratégia de marketing 5W2H (Custo) .....	21
Tabela 7 - Estratégia de marketing 5W2H (Conveniência).....	21
Tabela 8 - Estratégia de marketing 5W2H (Comunicação).....	22
Tabela 9 - Investimentos.....	25
Tabela 10 - Estimativa de faturamento .....	25
Tabela 11 - Estimativa de despesas .....	26
Tabela 12 – Projeção fluxo de caixa.....	26

## SUMÁRIO

1	RESUMO EXECUTIVO	6
2	OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO	8
3	DESCRIÇÃO DA EMPRESA	9
3.1	Dados do negócio	9
3.2	Mercado de atuação	9
3.3	Definição do negócio	9
3.4	Diferencial de mercado	10
3.5	O empreendedor e suas competências	10
3.6	Parcerias-chave	10
4	DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS SERVIÇOS	11
5	ANÁLISE DE MERCADO	12
5.1	Estudo de concorrente	12
5.2	Clientes	13
5.3	Fornecedores	14
6	ANÁLISE ESTRATÉGICA	15
6.1	Missão	15
6.2	Visão	15
6.3	Valores	15
6.4	Os objetivos do empreendimento	15
6.5	Análise SWOT da Quallimp	16
7	PLANO DE MARKETING	18
7.1	Finalidade e aspectos distintivos do marketing (4C's)	18
7.2	Estratégia de marketing (4C's)	19
7.2.1	Cliente	19
7.2.2	Custo	20
7.2.3	Conveniência	21
7.2.4	comunicação	22
7.3	Desenvolvimento do business model Canvas	23
8	PLANO FINANCEIRO	24
8.1	Investimento inicial	24

8.2	Estimativa de faturamento	25
8.3	Estimativa de despesas	25
8.4	Demonstrativo do resultado do exercício	26
8.5	Break Even	27
9	CONSIDERAÇÕES FINAIS	28
	REFERENCIAS	30

## **1 RESUMO EXECUTIVO**

### **Descrição do negócio**

A Quallimp é uma empresa de higienização de estofados oferecem uma variedade de serviços para manter seus móveis com aparência de novos, mantendo a qualidade de todos os tipos de tecido.

### **Produtos/serviços**

A empresa se preocupa com o âmbito ecológico e adora ações buscando a preservação do meio ambiente, utilizando produtos sustentáveis, aos quais suas embalagens são reutilizadas e reduz a utilização de água em 80% em comparação a uma lavagem tradicional, além de proporcionar não só um aspecto de estofados novos, mas também devolve para o cliente a saúde que faltava em seu lar. Os serviços ofertados pelo empreendimento oferecem uma variedade de serviços, incluindo a limpeza profunda para eliminar sujidade e microrganismos, remoção de manchas, eliminação de odores indesejados, hidratação de estofados de couro e um atendimento personalizado para atender às necessidades específicas de cada cliente. Além disso, a empresa utilizará produtos certificados pela ANVISA, biodegradáveis e com pH moderado que não agredem o meio ambiente, e se preocupam em preservar as características originais do tecido sem alteração de cor e textura.

### **Mercado**

O mercado de higienização de estofados tem experimentado um crescimento significativo nos últimos anos. Com a chegada da pandemia em 2020, o mercado cresceu cerca de 40%. Muitas pessoas tentaram cuidar de seus estofados em casa, mas

sem os resultados desejados, o que levou a uma maior demanda por serviços profissionais. A higienização de estofados não é apenas sobre a aparência, mas também sobre a saúde. Estofados limpos e higienizados são fundamentais para manter a saúde, especialmente para pessoas alérgicas que podem apresentar hiperatividade das vias aéreas, levando a quadros de rinite e asma, quando em contato com ácaros e bactérias.

### **Concorrência**

No município de Belém não foram detectados concorrentes diretos, são lavajatos aos quais não tem o serviço de higienização como atividade principal. Existem também outras empresas na região que oferecem o mesmo serviço, porém estão localizados em cidades vizinhas. O concorrente direto é a franquia Acquazero.

### **Modelo de negócio**

A empresa em foco adota uma estratégia de venda voltada para o mercado B2C (Business to Consumer). As ferramentas que serão utilizadas para apresentar os serviços ao público incluem redes sociais, e Whatsapp. Assim os clientes ficaram informados sobre tipos de serviços, condições e promoções que a empresa ofertará.

### **Recursos humanos**

Tabela 1 - Recursos humanos da empresa

Colaborador	Competência
Robson Cavalcante	Diretor executivo e higienizador

Fonte: Elaborado pelo autor, 2023.

## 2 OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO

A pandemia da Covid-19 acelerou ainda mais o mercado de limpeza e conservação, tanto em residências como em empresas e indústrias. As pessoas se conscientizaram mais sobre a importância da higiene e saúde e a tendência é que esse comportamento permaneça com a chegada do “novo normal”.

Em Belém – PB não exige empresa especializada na área de higienização, os empreendedores que oferecem o serviço, não tem como serviço principal dos seus respectivos empreendimentos, realizando um trabalho de forma errônea, com métodos e produtos de procedência duvidosa.

De acordo com o Sebrae (2023) com a crescente conscientização sobre a importância da limpeza e higiene em casa, muitas pessoas passaram a dar mais importância à limpeza e higienização de seus estofados. Isso levou a um aumento na demanda por serviços de limpeza de estofados, mas também trouxe novos desafios para os profissionais do setor. O mercado de higienização de estofados é um setor em crescimento, com perspectivas positivas para o futuro. Com a retomada gradual da economia e a crescente preocupação das pessoas com a higiene e a saúde, espera-se que a demanda por serviços de limpeza de estofados continue em alta.

### **3 DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

#### **3.1 Dados do negócio**

**Nome fantasia:** Quallimp

**Capital social:** 25.000,00

**Endereço:** R. Feliciano Pedrosa, 1311, Centro, Belém, PB, 58255-000

#### **3.2 Mercado de atuação**

O foco da empresa é oferecer soluções de limpeza e higienização de estofados para residências e empresas no município de Belém, e posteriormente expandir para as cidades adjacentes.

#### **3.3 Definição do negócio**

a empresa se dedica a fornecer serviços de limpeza e conservação para móveis revestidos de tecido, como sofás, poltronas, cadeiras, entre outros. Esses serviços são vitais para preservar a estética e a durabilidade dos móveis, além de serem cruciais para a saúde, uma vez que auxiliam na remoção de ácaros, fungos e outros microrganismos que podem provocar alergias e problemas respiratórios.

O processo de higienização de estofados engloba diversas fases, incluindo a desacarização (procedimento de erradicação de ácaros e outros microrganismos), a limpeza intensiva do tecido e a secagem total para prevenir a multiplicação de bactérias. Adicionalmente, algumas empresas também disponibilizam serviços de impermeabilização, que estabelecem uma proteção no tecido para prevenir danos futuros.

### 3.4 Diferencial de mercado

O principal diferencial da Quallimp é a prestação de serviço de forma rápida e personalizada com profissional preparado para sanar dúvidas de clientes e constante treinamento e capacitação para sempre está atento às tendências e novidades do setor.

### 3.5 O empreendedor e suas competências

O empreendedor da Quallimp é responsável pelas seguintes áreas da empresa: Operacional, Financeira, Marketing e Vendas. A empresa possui uma estrutura organizacional simplificada, adequada ao seu porte e tempo de operação, o que facilita a administração geral do negócio. A seguir, serão apresentadas as informações dos empreendedores, incluindo seus perfis e responsabilidades.

**Nome:** Robson Cavalcante de Lima

**Idade:** 26 anos

**Cidade:** Olinda - PE

**Perfil:** Conhecimento em higienização de estofados, com mais de 1 ano de experiência no mercado de limpeza.

**Atribuições ao negócio:** Diretor Executivo - Responsável pela tomada de decisão em todas as áreas da empresa e execução do operacional.

### 3.6 Parcerias-chave

- Loja de móveis – combo de venda oferecendo a higienização com desconto
- Pousada – disponibilidade e preços exclusivos com pacotes anuais

#### **4 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS SERVIÇOS**

Uma empresa de higienização de estofados oferece uma variedade de serviços para manter a qualidade e a aparência dos móveis estofados. Aqui estão alguns dos principais serviços que essas empresas oferecem:

- 1- Limpeza Profunda: Este é um processo de limpeza intensiva que elimina toda sujidade e proliferação de micro-organismos causadores de doenças alérgicas e respiratórias.
- 2- Remoção de Manchas: As empresas de higienização de estofados são especialistas em remover manchas que não danificaram a fibra do tecido.
- 3- Eliminação de Odores: Essas empresas trabalham para remover odores indesejados dos estofados.
- 4- Hidratação de Couro: Se o estofado for de couro, eles podem realizar uma hidratação para manter o material em boas condições.
- 5- Atendimento Personalizado: Oferecem atendimento personalizado para atender às necessidades específicas de cada cliente.

## 5 ANÁLISE DE MERCADO

Neste tópico serão apresentadas variáveis externas à organização, destacando o microambiente com o objetivo de identificar variáveis que podem afetar a empresa, bem como realizar análises internas, identificando segmentos, participação de mercado bem como os pontos fortes e fracos da organização empresa. Além de identificar suas ameaças e oportunidades no ambiente externo utilizando matriz SWOT e segmentação.

### 5.1 Estudo de concorrente

A análise SWOT também é chamada de análise F.O.F.A. Em português, é uma ferramenta de gestão estrutural utilizada para analisar o ambiente interno (pontos fortes e fracos) e externo (oportunidades e ameaças) para fins de formulação da estratégia corporativa. Esta análise identifica os pontos fortes e fracos da empresa e infere oportunidades e riscos internos a partir da mesma. (RIBEIRO NETO, 2011)

#### 5.1.2 Análise de concorrência

No município de Belém não foram detectados concorrentes diretos, são lavajatos que oferecem o mesmo serviço de higienização, os serviços da concorrência oferecem:

- Limpeza de sofá
- Limpeza de Colchão

A Quallimp – estética em estofados vai trabalhar com o seguinte serviço:

- Limpeza e Higienização de estofados em geral

Existe uma franquia concorrente direto na cidade adjacente de Guarabira - PB que oferece o mesmo serviço.

Tabela 2 - Análise SWOT de concorrente

análise swot de concorrente				
concorrente	Força	Oportunidades	Fraquezas	Ameaças
Acquazero	Reputação da Marca: As franquias geralmente têm uma marca estabelecida e uma reputação positiva no mercado	Crescimento do Mercado: O setor de serviços de limpeza está crescendo rapidamente. Em 2021, o segmento faturou R\$ 1,5 bilhão, representando um aumento de 14,7% em comparação ao ano anterior	Custos de Franquia: Os custos iniciais e contínuos de uma franquia podem ser altos	Concorrência: A concorrência no setor de higienização de estofados pode ser intensa.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2023

## 5.2 Clientes

Os clientes que buscam serviços de higienização de estofados são aqueles que querem manter seus estofados limpos, confortáveis, protegidos e livres de ácaros, bactérias, fungos e manchas. Esses serviços podem ser realizados em diversos tipos de estofados, como sofás, colchões, tapetes, cadeiras, poltronas, almofadas, entre outros.

Os serviços de higienização de estofados podem ser contratados tanto por pessoas físicas quanto por pessoas jurídicas. Alguns exemplos de ambientes que podem se beneficiar desses serviços são:

- - Residências
- - Empresas
- - Escolas
- - Clínicas

Na consulta aplicada na cidade de Belém-PB, o aspecto mais valorizado pelos clientes é a qualidade e o preço, a forma de pagamento mais utilizada pelos clientes é o cartão de crédito, seguida pagamento à vista em caso de negociação com desconto. Foi obtido um total de dez respostas.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Planilha com respostas da consulta com clientes. Disponível em <<https://11nk.dev/Planilhadeconsultas>>. Acesso em: 09/10/2023

Todos os entrevistados se mostraram interessados na abertura de um novo empreendimento no município, inclusive acharam muito satisfatório ter esse serviço na cidade, por ainda não ter mão de obra capacitada na área de atuação da Quallimp. Além disso, os entrevistados destacaram o atendimento de baixa qualidade e o despreparo no atendimento no momento da realização do serviço.

Além de ajudar a conhecer os futuros clientes da Quallimp – Estética em estofados, os dados coletados contribuíram para o processo de determinação da demanda de serviços e do processo de atendimento qualificado nas vendas.

### **5.3 Fornecedores**

Diversos fornecedores serão necessários para obter produtos de qualidade para que possam ser utilizados nos serviços e garantir a satisfação dos clientes da Quallimp, dentre alguns produtos cita-se: desengraxante, flotor, alvejante, antiespumante.

Com foco na eficiência, os fornecedores são selecionados pela rapidez na entrega e qualidade para permitir confiabilidade, mas também levam em consideração o preço do produto.

Os principais fornecedores de produtos serão a G&S, Vonixx, Easytech e Color Brilho, pois todos são homologados pela Anvisa, que é Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) é uma agência reguladora, sob a forma de autarquia de regime especial, vinculada ao Ministério da Saúde. A agência exerce o controle sanitário de todos os produtos e serviços (nacionais ou importados) submetidos à vigilância sanitária, tais como medicamentos, alimentos, cosméticos, saneantes, derivados do tabaco, produtos médicos, sangue, hemoderivados e serviços de saúde.

## **6 ANÁLISE ESTRATÉGICA**

### **6.1 Missão**

Nossa missão é proporcionar um ambiente limpo e saudável para nossos clientes através de um serviço de higienização de estofados de alta qualidade com impactos positivos na saúde do seu lar.

### **6.2 Visão**

Nos próximos cinco anos ser a empresa referência no ramo de higienização de estofados na região da cidade de Belém- PB.

### **6.3 Valores**

Profissionalismo, Excelência, Constância, Transparência, Responsabilidade Socioambiental.

### **6.4 Os objetivos do empreendimento**

Logo abaixo estão listados os objetos estratégicos táticos e operacionais para a Quallimp, com a finalidade de estabelecer critérios para os diferentes níveis operacionais da empresa.

Estratégico:

- Ser líder de mercado no ramo de higienização de estofados no município;
- Aumentar o faturamento da empresa em pelo menos 7% ao ano;
- Manter o nível de satisfação e retenção dos clientes em pelo menos 90%;

Tático:

- Garantir a excelência na realização do atendimento;
- Garantir treinamento técnico da realização dos serviços para todos os

funcionários;

- Desenvolver ações de marketing para a fidelização de clientes;

Operacional:

- Divulgar a empresa através das redes sociais, radio e cartões de visita;
- Oferecer amostras de alguns produtos para os clientes.

## 6.5 Análise SWOT da Quallimp

A análise SWOT, também conhecida como análise FOFA, tem como finalidade identificar as forças e fraquezas de uma empresa, além das oportunidades e ameaças. Os benefícios de realizar essa análise incluem: maior segurança na tomada de decisões, percepção realista do ambiente em que a empresa atua, entendimento preciso sobre a concorrência, previsão de tendências e planejamento de estratégias alternativas.

Tabela 3 - Variáveis ambiente interno

ANÁLISE INTERNA	
<b>Pontos Fortes</b>	
Prestação de serviço de forma rápida;	
Atendimento personalizado;	
Preço competitivo.	
<b>Pontos Fracos</b>	
Delimitação de serviços;	
Mercado consumidor pouco conhecido;	
Atendimento limitado.	

Fonte: Elaborado pelo autor, 2023.

Tabela 4 - Variáveis ambiente externo

<b>ANÁLISE EXTERNA</b>
<b>Oportunidades</b>
Mercado inexplorado;
Vendas contínuas para o mesmo cliente.
<b>Ameaças</b>
Possibilidade de aumento da concorrência;
Pouca margem de lucratividade.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2023.

## **7 PLANO DE MARKETING**

O plano de marketing é um documento que apresenta as estratégias e ações de marketing que uma empresa vai realizar em um período específico. Ele tem como finalidade orientar as escolhas de marketing, alinhar as metas da empresa com o mercado, avaliar as oportunidades e riscos, estabelecer o público-alvo e a proposta de valor, e medir os resultados e o retorno sobre o investimento.

A organização pode se diferenciar da concorrência e gerar vantagem competitiva ao focar seus esforços em oferecer maior valor percebido aos clientes que escolheu atender, por meio da segmentação de mercado e seleção de público-alvo.

Com o questionário de pesquisa de mercado, foi possível definir as bases e variáveis mais adequadas para os segmentos identificados. As variáveis escolhidas foram as geográficas, demográficas e socioeconômicas, com base nas respostas dos consumidores entrevistados sobre o serviço, como benefícios procurados, ocasiões de uso e lealdade à empresa.

Com os dados do questionário, observou-se que 100% dos entrevistados adquiriam serviços de higienização de estofados. Assim cada serviço ficou alocado em um segmento diferente, conforme ordenados abaixo:

- Segmento A: Higienização de estofados;
- Segmento B: Impermeabilização de estofados;
- Segmento C: Limpeza de tapete.

A Quallimp optou por trabalhar apenas com os segmentos A, pois trabalhar com o segmento B e C precisaria de investimentos em maquinários específicos e apropriados para trabalhar com impermeabilização e secagem de tapete.

### **7.1 Finalidade e aspectos distintivos do marketing (4C's)**

As finalidades e aspectos distintivos do marketing devem corresponder com a missão, visão, valores e objetivos da organização. Essas características irão nortear os aspectos específicos de marketing da organização para alcançar os objetivos

estratégicos. Tendo como base a segmentação de mercado e a seleção de público-alvo, a Quallimp – Estética em estofados no segmento A (Higienização). Os objetivos da empresa atendem a este segmento. As metas e objetivos da organização de curto e médio prazo:

- Fornece um serviço com qualidade através de excelência no atendimento gerando assim valor agregado que será percebido pelos clientes;
- Ter a marca e os serviços reconhecidos pela alta qualidade e atendimento, consolidando assim a marca Quallimp – Estética em estofados e tornando-a municipalmente conhecida em 1 ano;
  - Fidelizar 80% dos clientes;  
Para atingir as metas, os segmentos que a empresa atenderá são:
- Aumentar o faturamento dos serviços do segmento em 7% ao ano.

## **7.2 Estratégia de marketing (4C's)**

Contemplando as variáveis: cliente, custo, conveniência e comunicação, a empresa consegue utilizar estratégias para desenvolver e potencializar seus pontos fortes e as oportunidades do ambiente externo, além sinalizar que a empresa está voltada para os consumidores.

### **7.2.1 Cliente**

O primeiro “C” desse método se refere ao que os consumidores precisam e querem. O C de cliente substitui o P de produto no método antigo. Em vez de se concentrar no produto em si, o C de cliente se concentra em como o produto pode resolver um problema ou satisfazer uma necessidade do consumidor.

Essa estratégia de marketing é importante para negócios que queiram entender melhor os seus clientes. Quando se conhece o consumidor, fica mais fácil criar um serviço que traga benefícios para ele.

O cliente é quem decide comprar, sem ser pressionado a isso. Isso é o recurso mais valioso de qualquer estratégia de marketing.

No segmento A, a procura dos consumidores limita-se a encontrar serviços de qualidade, mas a concorrência na higiene é mais forte. Os clientes procuram atualmente fidelizar uma empresa de limpeza, procurando sempre um serviço de qualidade a um preço acessível. O foco estará, portanto, na importação para obter preços competitivos e um atendimento excelente, cortês e direto aos clientes.

Vale destacar que a empresa sempre terá o compromisso de ouvir os clientes, o realiza pesquisas de qualidade e ouve sugestões sobre atendimento e serviços, que faz com que os clientes se sintam mais próximos da organização, a fim de aumentar a fidelização e o valor agregado dos clientes.

Tabela 5 - Estratégia de marketing 5w2h (Cliente)

		5W				2H	
CLIENTES	O quê? (What?)	por quê? (why?)	Onde? (Where?)	Quem? (Who?)	Quando? (When?)	Como? (How)	Quanto custa? (How much)
		Serviço de Higienização com percepção de qualidade no produto e atendimento.	Satisfazer os clientes atendendo suas necessidades e desejos.	No domicílio do cliente	O empreendedor	Durante todo período de funcionamento da empresa. Que será das 08h ao meio-dia e das 14h às 16h	Por telefone e visita presencial

Fonte: Elaborado pelo autor, 2023.

### 7.2.2 Custo

O segundo "C" de custo diferentemente do mix tradicional que fazia alusão ao desembolso do consumidor, o c de custo vai além, ele visa gerar valor percebido pelo cliente, aumentando as chances de desembolso maior pelo serviço prestado.

Na pesquisa de mercado os entrevistados foram questionados quanto estariam dispostos a pagar por uma higienização de estofado, 50% informarão que os preços da empresa da cidade vizinha (Guarabira) estavam com preços abusivos com a alegação da locomoção a cidade local, os outros 50% afirmaram que estavam dispostos a pagar um preço justo e competitivo.

Por exemplo, o valor do custo de uma higienização de um sofá de 3 lugares é de R\$ 150,00 podendo até ser reduzido dependendo da localização do cliente, e o preço comercializado por um dos concorrentes na cidade é de R\$ 250,00.

Tabela 6 - Estratégia de marketing 5W2H (Custo)

		5W				2H	
CUSTO	O quê? (What?)	por quê? (why?)	Onde? (Where?)	Quem? (Who?)	Quando? (When?)	Como? (How)	Quanto custa? (How much)
	Venda do serviço: Higienização de Sofá com percepção de qualidade no serviço e atendimento.	aumentar a disposição do cliente em pagar pelo serviço, satisfazendo sua necessidade e desejo.	No domicílio do cliente	O empreendedor	Durante todo período de funcionamento da empresa. Que será das 08h ao meio-dia e das 14h às 16h	Por telefone e visita presencial	R\$ 150,00
	Venda do serviço: Higienização de colchão com percepção de qualidade no serviço e atendimento.	aumentar a disposição do cliente em pagar pelo serviço, satisfazendo sua necessidade e desejo.	No domicílio do cliente	O empreendedor	Durante todo período de funcionamento da empresa. Que será das 08h ao meio-dia e das 14h às 16h	Por telefone e visita presencial	R\$ 130,00

Fonte: Elaborado pelo autor, 2023.

### 7.2.3 Conveniência

O terceiro C é a conveniência, comparado ao P de praça na estratégia 4P's. No entanto, estes são fatores muito diferentes. Praça é simplesmente o local onde o produto é vendido. A conveniência é uma abordagem muito mais orientada para o cliente nesta estratégia de marketing.

Por se tratar de uma empresa que atende em domicílio, não necessariamente precisaria de um local físico, porém, a aquisição de um local físico faz com que os clientes que busquem pela empresa no google encontre a localização e possa obter seu orçamento de forma presencial, além de proporcionar um ambiente aconchegante com o intuito de agregar valor ao serviço realizado pela empresa.

Tabela 7 - Estratégia de marketing 5W2H (Conveniência)

		5W				2H	
Conveniência	O quê? (What?)	por quê? (why?)	Onde? (Where?)	Quem? (Who?)	Quando? (When?)	Como? (How)	Quanto custa? (How much)
	ponto físico para a empresa	Para garantir a satisfação do cliente	Na empresa	O Empreendedor	Durante todo período de funcionamento da empresa. Que será das 08h ao meio-dia e das 14h às 16h	Aluguel de um ponto bem localizado	R\$ 200,00

espaço aconchegante para recepção agradável para atender os clientes	Garantir satisfação e bem-estar dos clientes	Na empresa	O empreendedor	Durante todo período de funcionamento da empresa. Que será das 08h ao meio-dia e das 14h às 16h	espaço estruturado e aconchegante	R\$ 5.957,00
--	--	------------	----------------	---	-----------------------------------	--------------

Fonte: Elaboração do autor, 2023.

#### 7.2.4 comunicação

O quarto e último C é a comunicação, que substitui o conceito de avanço na estratégia 4P, embora sejam muito diferentes. Hoje, a comunicação é fundamental para o marketing de qualquer negócio. Sem ele, os 4Cs do marketing não serão eficazes. A publicidade de produtos é usada para influenciar ou persuadir os consumidores a comprar um produto. Muitas vezes, os anúncios podem ser manipuladores e ineficazes. No entanto, a comunicação é novamente uma abordagem voltada para o cliente na tarefa de vender um produto. A comunicação requer interação entre comprador e vendedor. Esta estratégia de marketing pode ser facilmente implementada através das redes sociais, por exemplo.

A Quallimp através das mídias sociais, como o facebook, instagram e whatsapp. De modo geral, buscará a comunicação direta e constante com o cliente através da interação nos perfis online da empresa, com a utilização de fotos dos produtos e promoções.

Tabela 8 - Estratégia de marketing 5W2H (Comunicação)

		5W				2H		
		O quê? (What?)	por quê? (why?)	Onde? (Where?)	Quem? (Who?)	Quando? (When?)	Como? (How)	Quanto custa? (How much)
Comunicação	distribuição de cartão de visita	Divulgação da empresa com contato para o cliente	Na empresa no endereço do cliente	O empreendedor	Durante todo período de funcionamento da empresa. Que será das 08h ao meio-dia e das 14h às 16h	deixando com que o cliente sinta a necessidade de manter contato com a empresa	R\$ 72,00	
	Divulgação nas redes sociais	Divulgação da empresa ocorre em massa com facilidade de acesso	Facebook, Instagram, WhatsApp	o empreendedor	Durante todo período de funcionamento da empresa. Que será das 08h ao meio-dia e das 14h às 16h	interagindo com potenciais clientes e utilizando tráfego pago	R\$ 30,00	

Fonte: Elaborado pelo autor, 2023.

### 7.3 Desenvolvimento do business model Canvas

Para Dornelas (2016) Este modelo de negócios serve para elucidar como uma empresa opera e gera valor. Ele busca compreender como a empresa irá gerar lucro, qual será seu modelo de receita e como se darão as interações entre as diferentes áreas e processos de negócios para garantir o funcionamento eficaz da empresa. O modelo de negócio Canvas é intuitivo e fácil de compreender, permitindo que até mesmo os menos experientes possam aplicar seus conceitos.

Com o intuito de trazer uma forma de apresentação mais visual, estruturada prática o modelo de negócio a seguir será exposto na forma de um quadro apresentando o desenvolvimento do Business Model Canvas aplicado a Quallimp.

Figura 1 - Canvas da empresa Quallimp

Parceiros-Chave - Loja de móveis - Pousadas	Atividades- Chaves Higienização: - Sofás - Cadeiras - Poltronas - Colchões	Proposta de valor Atendimento rápido e profissional proporcionando a melhor experiência para o cliente desde a conscientização até a solução da necessidade de higienização do cliente.	Relacionamento com os clientes - Whatsapp - Telefone - Direct - Mensseger	Segmentos por clientes - Pessoas interessadas em limpar seus estofados.  - Pessoas que gostam e costumam manter seus estofados limpos
	Recursos - Mão de obra - Maquinário - Empréstimos		Canais Páginas da web - Google ADS - Facebook - Instagram - Parcerias	
Estrutura de custos Aluguel do espaço Pró-labore Custos com insumos Taxas e impostos Custos com equipamentos		Fontes de receita Serviço de limpeza de: - Sofás - Colchões - Cadeiras - Poltronas		

Fonte: Elaborado pelo autor, 2023.

## **8 PLANO FINANCEIRO**

Nesta fase do plano, são incluídos o planejamento financeiro e o orçamento para testar a viabilidade do negócio. Esta seção tem por objetivo projetar despesas e receitas nos cinco primeiros anos de atividade da empresa. Sendo assim, mapeou-se o investimento inicial necessário para que a empresa comece a exercer suas atividades sociais e econômicas, além das estimativas de faturamento e despesas durante esse período. E por fim um demonstrativo de resultado do exercício.

### **8.1 Investimento inicial**

Nesta etapa, é necessário listar a relação de todo o investimento necessário para o andamento do negócio, contendo o investimento de R\$ 25.000 (vinte e cinco mil reais), parte a vista e parte em empréstimo, sendo R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) usado como capital de giro, R\$ 15.513,00 (quinze mil, quinhentos e treze) em investimento operacional e R\$ 4.855,00 (Quatro mil, oitocentos e cinquenta e cinco) investimento fixo, conforme a Tabela 9.

A Quallimp - Estética em estofados efetuou suas projeções de vendas para cinco anos, com base nas informações coletadas nos questionários aplicados, também foi realizado uma previsão das demandas para o segmento da empresa. Tendo. Com isso a empresa planejou iniciar as vendas com aproximadamente R\$ 2,500,00 reais em serviços de higienização, com projeção de aumento anual no preço dos serviços, de 7%, esse aumento se deve principalmente as prospecções que o representante deve fazer visitando os clientes.

No quadro abaixo segue a projeção de vendas para o ano de 2025.

Tabela 9 - Investimentos

Investimentos	
Notbook	R\$ 2.500,00
Impressora	R\$ 900,00
materiais de escritório	R\$ 2.557,00
Capital de Giro (30 dias)	R\$ 5.000,00
Investimentos operacionais	R\$ 14.043,00
<b>Investimento total</b>	<b>R\$ 25.000,00</b>

Fonte: Elaborado pelo autor, 2023.

## 8.2 Estimativa de faturamento

A Quallimp - Estética em estofados efetuou suas projeções de vendas para cinco anos, com base nas informações coletadas nos questionários aplicados, também foi realizado uma previsão das demandas para o segmento da empresa. Tendo. Com isso a empresa planejou iniciar as vendas com aproximadamente R\$ 34,060,00 (trinta e quatro mil e sessenta reais) em serviços de higienização no primeiro ano, com projeção de aumento anual no preço dos serviços de 7%, esse aumento se deve principalmente a visibilidade e credibilidade da empresa ao longo do tempo.

Tabela 10 - Estimativa de faturamento

Ano	2025	2026	2027	2028	2029
crescimento em %	-	7	7	7	-
Faturamento anual	R\$ 34.070,00	R\$ 36.379,60	R\$ 38.925,95	R\$ 41.650,49	R\$ 41.650,49

Fonte: Elaborado pelo autor

## 8.3 Estimativa de despesas

A Quallimp é uma empresa de pequeno porte, e para alcançar os objetivos buscou realizar um orçamento de despesas bastante enxuto.

Abaixo são apresentadas as despesas administrativas, composta por pró-labore, despesas administrativas diversas e depreciação.

Tabela 11 - Estimativa de despesas

Despesas	2025	2026	2027	2028	2029
Pro labore	R\$ 16.944,00				
Imposto	R\$ 920,40				
Empréstimo	R\$ 4.406,22	R\$ 8.812,44	R\$ 8.812,44	R\$ 8.812,44	R\$ 4.406,00
Contas a pagar	R\$ 3.636,00				
<b>TOTAL:</b>	<b>R\$ 25.906,62</b>	<b>R\$ 30.312,84</b>	<b>R\$ 30.312,84</b>	<b>R\$ 30.312,84</b>	<b>R\$ 25.906,40</b>

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

#### 8.4 Demonstrativo do resultado do exercício

A previsão do fluxo de caixa do período é uma importante ferramenta de apoio ao controle financeiro de um negócio. No entanto, para que seja uma ferramenta eficaz, todas as transações financeiras que ocorrem dentro de uma empresa devem ser registradas.

E foi com base nisso que foi desenvolvido o orçamento da empresa, conforme tabela abaixo.

Tabela 12 – Projeção fluxo de caixa

2025	
Total Despesas	R\$ 33.657,42
Total de Receitas	R\$ 34.060,00
Resultado Fluxo de caixa	R\$ 402,58
2026	
Total Despesas	R\$ 38.063,64
Total de Receitas	R\$ 36.379,60
Resultado Fluxo de caixa	-R\$ 1.684,04
2027	
Total Despesas	R\$ 38.063,64
Total de Receitas	R\$ 38.925,95
Resultado Fluxo de caixa	R\$ 862,31
2028	
Total Despesas	R\$ 38.063,64
Total de Receitas	R\$ 41.650,79
Resultado Fluxo de caixa	R\$ 3.587,15
2029	
Total Despesas	R\$ 33.657,42
Total de Receitas	R\$ 41.650,49
Resultado Fluxo de caixa	R\$ 7.993,07

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024

Observa-se que o maior desembolso se dá no primeiro ano do exercício, o fato ocorrerá devido aos investimentos e despesas iniciais que deverão pagos essencialmente à vista. Nota-se que a empresa necessita de caixa para bancar seus compromissos até que ao longo dos anos. A partir do quinto ano há uma estabilização e o lucro aumenta de forma gradativa, tendo em vista a quitação do empréstimo e aumento no faturamento de serviços devido o reconhecimento da empresa.

### **8.5 Break Even**

A empresa estima a partir do sexto ano, para alcançar o ponto de equilíbrio precisará fazer 186 serviços de higienização por ano, ou 15 serviços por mês e o retorno previsto para a o investimento inicial são de 8 anos e 4 meses. Vale ressaltar que não foi levado em consideração a análise do valor do dinheiro no tempo, ou seja, desconsiderando uma análise mais apurada dos efeitos da noção do real valor percebido.

## 9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo nas micro e pequenas empresas é muito importante para a economia do país. No entanto, para os empreendedores que consideram iniciar o seu próprio negócio, é primordial da maior importância desenvolver um plano de negócios que tente minimizar os riscos inerentes que novos negócios enfrentam ao longo dos anos. Esse é o objetivo deste trabalho, minimizar riscos através de um planejamento completo e abrangente.

No presente trabalho, em relação aos objetivos específicos da pesquisa, é possível estabelecer de forma clara e objetiva aspectos do caráter geral da empresa como missão, visão, valores e os objetivos que norteiam uma organização. Desta forma, são também desenvolvidas a estrutura organizacional e jurídica, bem como o plano operacional, analisando sempre a realidade do mercado.

Ao elaborar este trabalho, pode-se também compreender a importância de analisar e compreender o ambiente de marketing em que a empresa atua. No mercado atual as mudanças ocorrem constantemente, os consumidores estão cada vez mais exigentes, o que cria ainda mais concorrência.

Após sondagem dos planos operacional, de marketing e, financeiro e orçamentário, verificou-se que a abertura de uma empresa de estética em estofados na cidade de Belém – PB é um bom investimento e um negócio atrativo, visto que na cidade não tem nenhuma empresa que trabalhe de forma especializada com os serviços que a Quallimp oferece.

Através do plano financeiro, o objetivo específico é verificar a sua viabilidade e demonstrar que o negócio é viável. Uma confirmação disso são os excelentes indicadores financeiros tendo em conta a previsão de vendas, onde o lucro líquido se encontra num bom nível.

Através de um estudo detalhado deste trabalho, pode-se entender que a função do empreendedor não é apenas idealizar o negócio, mas também trabalhar com muita determinação no planejamento, exigindo muitas habilidades empresariais, dedicação e conhecimento do negócio, toda a organização interna, e o ambiente externo da organização. No entanto, esta é uma atividade divertida e desafiadora porque incentiva uma busca incessante pelo sucesso.

De forma geral, este negócio pode ser analisado como um investimento rentável e financeiramente sólido, com algumas dificuldades encontradas nas fases iniciais de operação, mas que logo levam a problemas de novo cenário e, portanto, impactam em resultados positivos para a empresa e para o empreendedor.

## REFERENCIAS

ABRALIMP. Oportunidades de negócios: higienização de estofados. **Revista Higiplus**, 19 de janeiro de 2023. Disponível em: <https://revistahigiplus.abralimp.org.br/oportunidades-de-negocios-higienizacao-de-estofados/>. Acesso em: 1 de mar. de 2023.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: Transformando ideias em Negócios. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005

DORNELAS, José. et al. Plano de negócios com o modelo Canvas: guia prático de avaliação de ideias de negócio a partir de exemplos.1. ed. Rio de Janeiro: LCT, 2016.

GITMAN, Lawrence Jeffrey. Princípios de administração financeira. 10ª Edição São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2004.

SEBRAE. Como está o ramo de higienização de sofá para 2023? Portal Sebrae, 05 de setembro de 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/como-esta-o-ramo-de-higienizacao-de-sofa-para-2023,fe7fa017a6ce7810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 9 jun. de 2023.

KOTLER, Philip – Administração de Marketing – 10ª Edição, 7ª reimpressão – Tradução Bazán Tecnologia e Lingüística; revisão técnica Arão Sapiro. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, Philip. Marketing para o Século XXI. São Paulo: Futura, 2002.