

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA
Graduação de Administração – GADM

PLANO DE NEGÓCIO: ADM LAVADORAS

DANILLY HENRIQUE LOPES DE CARVALHO

João Pessoa
Outubro, 2024

DANILLY HENRIQUE LOPES DE CARVALHO

PLANO DE NEGÓCIO: ADM LAVADORAS

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

Docente Orientador: Prof. Dr. Rosivaldo de Lima Lucena.

João Pessoa
Outubro, 2024

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

C331p Carvalho, Danilly Henrique Lopes de.
Plano de Negócio: ADM Lavadoras / Danilly Henrique
Lopes de Carvalho. - João Pessoa, 2024.
62 f. : il.

Orientação: Rosivaldo de Lima Lucena.
TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Plano de Negócio. 2. Empreendedorismo. 3.
Serviços em máquina de lavar roupas. I. Lucena,
Rosivaldo de Lima. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 005

Folha de aprovação

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


Aluno (a): Danilly Henrique Lopes de Carvalho.

Trabalho: Plano de Negócio: ADM Lavadoras.


Área da Pesquisa: Estratégia, Inovação e Empreendedorismo.

Data de Aprovação: 08/10/2024


Banca Examinadora

Documento assinado digitalmente
 **ROSIVALDO DE LIMA LUCENA**
Data: 11/10/2024 10:33:14-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Orientador: Prof. Rosivaldo de Lima Lucena, Doutor
Universidade Federal da Paraíba

Documento assinado digitalmente
 **ARTURO RODRIGUES FELINTO**
Data: 11/10/2024 07:32:41-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Membro 1: Prof. Arturo Rodrigues Felinto, Mestre
Universidade Federal da Paraíba

Documento assinado digitalmente
 **FLAVIANO BATISTA DO NASCIMENTO**
Data: 11/10/2024 07:42:32-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Membro 2: Prof. Flaviano Batista do Nascimento, Mestre
(Externo)

À Deus, que nunca me abandonou e sempre se mostrou presente.
À minha família, que é meu lar e abrigo em meio às situações.
Aos meus reais amigos, que permaneceram e entenderam.
À mim mesma, por nunca desistir, mesmo tendo motivos.
Deu certo!

Agradecimentos

Agradeço primeiramente a Deus, por sempre se mostrar presente, principalmente nos momentos mais difíceis, nunca me abandonar e me permitir alcançar coisas que nunca imaginei.

À minha mãe, Maria Dalva, obrigada por todo o sacrifício feito, por todo amor dado, por ser sempre lar e pelos momentos em que pensou mais na minha felicidade do que na sua, espero que um dia eu possa ser metade da mulher que a senhora é. Te amo, mainha.

Ao meu pai, Aniclayton, obrigada por sempre ser alegria e por todo esforço realizado, obrigada pelos conselhos e por sempre ser cuidado e aconchego, sou eternamente grata por ser sua filha, tenho orgulho por isso! Amo tu, painho!

Ao meu companheiro, Ivan, obrigada por nunca permitir que eu desistisse, por me apoiar em todas as situações, me dar forças durante todo o processo e ser calmária nas horas difíceis. Ainda vamos conquistar muitas coisas! ETAHS.

Às minhas meninas super poderosas, Jannine e Victória, que foram o meu principal alicerce durante a graduação. Jannine estando comigo desde o primeiro dia de aula, sendo luz e boas energias durante toda a minha trajetória acadêmica, aguentando surtos e desesperos, mas sempre comigo, obrigada por ser esse ser humano incrível e por nunca medir esforços pelos seus. Te amo, amiga, e vou sempre estar aqui pra te ouvir, te ajudar e te aplaudir de pé. Victória, chegou depois, mas preencheu o que faltava, sendo a personificação da própria alegria, se encaixou perfeitamente e fez a nossa boa dupla virar um perfeito trio. Sou extremamente orgulhosa por você ser quem é, obrigada por sempre ouvir e ajudar a todos, independentemente da situação, você tem um coração incrível e enxerga o mundo de uma maneira única. Te amo, amiga, e sempre vou estar presente te dando puxões de orelhas e te ajudando a conquistar tudo o que almeja e merece.

Foi Deus que proporcionou esse encontro cósmico e singular, espero ter vocês na minha vida sempre!

Ao meu amigo, Aleksandro, que sempre esteve disposto a me ajudar, obrigada por todos os 8 minutos que você teve pra mim, foram extremamente essenciais, amo você, amigo!

Aos meus melhores amigos e irmãos, John e Alan, que sempre estiveram comigo, entendendo a ausência e compreendendo a situação. Obrigada por serem quem são e por sempre me fazerem ser uma versão melhor. Amo vocês pra sempre!

Às docentes que fizeram total diferença pra mim nessa jornada acadêmica e que me fizeram criar mais vínculo com a Administração, Prof. Suelle Cariele, que me permitiu ser sua monitoria e me fez ter mais afeição pela área das finanças e a aspiração pela docência, obrigada por me fazer enxergar coisas novas e por ser essa pessoa incrível, sou eternamente grata pelos ensinamentos e conselhos dados; Prof. Rebeca Formiga, que além de professora foi minha orientadora de artigo, um dos meus maiores exemplos como profissional, pesquisadora e docente, obrigada por criar em mim o interesse pela pesquisa, minha eterna admiração e gratidão por todos os ensinamentos passados.

Ao meu orientador, Prof. Rosivaldo, obrigada por sempre se mostrar disposto, me guiar da melhor forma possível e sempre buscar o melhor de mim.

Aos meus outros colegas, que estiveram presentes nesta caminhada árdua, que é a graduação e aos que participaram indiretamente da minha formação, parte da minha força veio de vocês, obrigada por todo incentivo e apoio.

À mim mesma, por nunca desistir, mesmo quando faltaram forças, nunca desacreditar do meu potencial, mesmo quando externalidades diziam ao contrário, por sempre buscar o melhor mesmo quando as piores coisas se mostravam mais fáceis, por sempre procurar ser a melhor pessoa e profissional possível.

Só vive o propósito quem suporta o processo.

SUMÁRIO EXECUTIVO

A ADM Lavadoras será uma empresa especializada em serviços em máquinas de lavar roupas, atendendo todos os modelos de máquinas, desde convencionais até máquinas lava e seca, oferecendo serviços de manutenção preventiva e corretiva. A empresa terá sede em João Pessoa - PB e atenderá toda a região metropolitana da cidade, a princípio, possuirá somente um funcionário, o proprietário, e terá como modo de atendimento a visita técnica, realizada no local onde se encontra a máquina ou, quando se tornar necessário, na oficina da empresa.

A partir de uma análise do macro ambiente, tal como os dados coletados através da pesquisa de mercado, constatou-se que a procura por serviços em máquinas de lavar roupas está cada vez mais em crescimento, tendo em vista de que se trata de um eletrodoméstico indispensável no cotidiano das pessoas, torna-se necessário mantê-la em bom funcionamento e procurar uma boa empresa para a prestação de serviço, quando necessitar de algum.

A idealização da criação de uma empresa voltada para o ramo de manutenção de máquinas de lavar roupas adveio do Aniclayton Lopes, futuro proprietário, que sempre teve uma paixão pela área mecânica e elétrica, e, juntamente com experiências profissionais anteriores, a uniu com a paixão por máquinas (industriais e afins) e buscou mais informações sobre a implantação de um novo negócio. Através disso, foi elaborado esse plano de negócio, baseado na metodologia do SEBRAE (2013), tendo como finalidade realizar uma melhor análise do mercado que a empresa irá se inserir, projetar o conceito da empresa, realizar padronizações, analisar dados financeiros e, por fim, avaliar a viabilidade do negócio. Sendo assim, como resultado da realização desse trabalho, houve a confirmação da viabilidade através de evidências, tais quais os indicadores financeiros abaixo, demonstrando uma lucratividade de 75,94% ao ano, rentabilidade de 347,36% ao ano e um retorno de investimento de 0,29 anos, que é, em média 3,48 meses.

Quadro 1 - Indicadores Financeiros ADM Lavadoras.

Indicadores Financeiros	
Ponto de Equilíbrio	R\$ 7.173,47 reais
Lucratividade	75,94% a.a
Rentabilidade	346,02% a.a
Prazo de retorno do investimento (PRI)	0,29 ano

Fonte: Elaboração Própria (2024).

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Histórico de Preços – Máquina de Lavar Electrolux - modelo <i>Premium Care</i> LFE11 11kg.....	17
Figura 2 – Pesquisa no Google do Termo “Assistência Técnica Máquina de Lavar”.....	17
Figura 3 – Logomarca ADM Lavadoras.....	38
Figura 4 – Arranjo Físico da Empresa.....	40
Figura 5 – Planta Baixa da Empresa.....	41
Figura 6 – Macroprocesso de Atendimento.....	42
Figura 7 – Organograma da Empresa.....	43

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Indicadores Financeiros ADM Lavadoras.....	8
Quadro 2 – Análise dos Fornecedores.....	18
Quadro 3 – Análise dos Concorrentes.....	19
Quadro 4 – Análise SWOT – Ambiente Interno e Externo.....	20
Quadro 5 – Valor Médio de Serviços.....	39
Quadro 6 – Necessidade de Pessoal.....	43
Quadro 7 – Máquinas e Equipamentos.....	44
Quadro 8 – Móveis e Utensílios.....	44
Quadro 9 – Total dos Investimentos Fixos.....	44
Quadro 10 – Prazo Médio de Recebimento de Vendas.....	45
Quadro 11 – Prazo Médio de Pagamento ao Fornecedor.....	45
Quadro 12 – Necessidade Líquida de Capital de Giro.....	45
Quadro 13 – Necessidade Líquida de Capital de Giro (\$).....	46
Quadro 14 – Investimentos Pré Operacionais.....	46
Quadro 15 – Investimentos Totais.....	46
Quadro 16 – Faturamento Mensal Estimado.....	47
Quadro 17 – Custo de Comercialização.....	48
Quadro 18 – Custo de Depreciação.....	48
Quadro 19 – Custos Fixos Operacionais Mensais.....	49
Quadro 20 – Custos Variáveis Mensais.....	49
Quadro 21 – Demonstrativo de Resultado do Exercício.....	49
Quadro 22 – Faturamento Mensal Estimado - Cenário Otimista.....	52
Quadro 23 – Custo de Comercialização - Cenário Otimista.....	52
Quadro 24 – Demonstrativo de Resultado do Exercício - Cenário Otimista.....	53
Quadro 25 – Indicadores de Viabilidade - Cenário Otimista.....	53
Quadro 26 – Faturamento Mensal Estimado - Cenário Pessimista.....	53
Quadro 27 – Custo de Comercialização - Cenário Pessimista.....	54
Quadro 28 – Demonstrativo de Resultado do Exercício - Cenário Pessimista.....	54
Quadro 29 – Indicadores de Viabilidade - Cenário Pessimista.....	55

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Gênero dos Respondentes.....	22
Gráfico 2 – Faixa Etária dos Respondentes.....	22
Gráfico 3 – Grau de Escolaridade dos Respondentes.....	23
Gráfico 4 – Ocupação dos Respondentes.....	23
Gráfico 5 – Renda Familiar Mensal dos Respondentes.....	24
Gráfico 6 – Estado Civil dos Respondentes.....	24
Gráfico 7 – Região de Moradia dos Respondentes.....	25
Gráfico 8 – Pergunta Filtro Sobre Posse de Máquina de Lavar.....	25
Gráfico 9 – Pergunta Acerca da Marca das Máquinas de Lavar.....	26
Gráfico 10 – Importância da Máquina de Lavar Roupas no Cotidiano.....	26
Gráfico 11 – Quantidade da Utilização da Máquina de Lavar Roupas.....	27
Gráfico 12 – Cuidados Necessários com a Máquina de Lavar Roupas.....	27
Gráfico 13 – Cuidados Realizados na Máquina de Lavar Roupas.....	28
Gráfico 14 – Procura de Pessoas para Serviços em Máquina de Lavar Roupas.....	28
Gráfico 15 – Procura de Assistências Técnicas de Máquina de Lavar Roupas.....	29
Gráfico 16 – Canais de Comunicação de Assistências Técnicas de Máquina de Lavar Roupas.....	29
Gráfico 17 – Fator Avaliação no Google.....	30
Gráfico 18 – Fator Tempo de Atendimento.....	30
Gráfico 19 – Fator Flexibilidade no Atendimento.....	31
Gráfico 20 – Fator Tempo de Finalização do Serviço no Atendimento.....	31
Gráfico 21 – Fator Tempo de Garantia do Serviço.....	32
Gráfico 22 – Fator Local da Assistência.....	32
Gráfico 23 – Fator Possuir CNPJ.....	33
Gráfico 24 – Disposição para Pagamento de Avaliação Técnica.....	33
Gráfico 25 – Valor disponível para pagamento de avaliação técnica.....	34
Gráfico 26 – Disponibilidade de Pagamento Comparado a Porcentagem do Valor da Máquina.....	34
Gráfico 27 – Melhor Forma de Pagamento.....	35
Gráfico 28 – Tempo de Recebimento da Máquina.....	35
Gráfico 29 – Possível Aluguel de Máquina Enquanto Aguarda Finalização de Serviço.....	36
Gráfico 30 – Modos de Divulgação.....	36
Gráfico 31 – Critérios para Indicação.....	37

SUMÁRIO

1 DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO.....	13
1.1 Dados do Proprietário e Experiências.....	13
1.2 Dados do Empreendimento.....	13
1.2.1 Razão Social e Forma Jurídica.....	13
1.2.2 Missão.....	13
1.2.3 Visão.....	14
1.2.4 Valores.....	14
1.2.5 Área de Atuação.....	14
1.2.6 Mix de Produtos / Serviços.....	14
1.2.7 Localização.....	15
1.2.8 Número de Funcionários Previstos.....	15
1.3 Capital Social e Fonte de Recursos.....	16
2 ANÁLISE DE MERCADO.....	16
2.1 Estudo dos Clientes.....	18
2.1.1 Público-Alvo.....	18
2.1.2 Comportamento dos Consumidores.....	18
2.2 Estudo dos Fornecedores.....	18
2.3 Estudos dos Concorrentes.....	19
2.4 Análise SWOT.....	20
2.4.1 Forças.....	20
2.4.2 Fraquezas.....	21
2.4.3 Oportunidades.....	21
2.4.4 Ameaças.....	21
3 PESQUISA DE MERCADO.....	21
3.1 Coleta de Dados.....	21
3.2 Perfil dos Consumidores.....	37
3.3 Análise dos Resultados.....	38
4 PLANO DE MARKETING.....	38
4.1 Logomarca.....	38
4.2 Serviços Oferecidos.....	39
4.3 Preço.....	39
4.4 Praça.....	40
4.5 Estratégias Promocionais.....	40
5 PLANO OPERACIONAL.....	40
5.1 Arranjo Físico.....	40
5.2 Capacidade de Atendimento.....	41
5.3 Processos operacionais.....	41
5.3.1 Fluxograma do Macroprocesso de Atendimento.....	41

5.4 Necessidade de Pessoal.....	43
5.5 Estrutura Organizacional.....	43
6 PLANO FINANCEIRO.....	43
6.1 Investimento Fixo.....	43
6.2 Capital de Giro.....	44
6.2.1 Caixa Mínimo.....	45
6.2.2 Capital de Giro em Reais.....	46
6.3 Investimentos Pré-operacionais.....	46
6.4 Investimento Total.....	47
6.5 Estimativa Do Faturamento Mensal.....	47
6.6 Custo Comercial.....	48
6.7 Custo De Mão De Obra.....	48
6.8 Custo Depreciação.....	48
6.9 Custo Fixo Mensal.....	48
6.10 Custo Variável Mensal.....	49
6.11 Demonstração Do Resultado Do Exercício.....	49
7 INDICADORES DE VIABILIDADE.....	50
7.1 Ponto De Equilíbrio.....	50
7.2 Lucratividade.....	50
7.3 Rentabilidade.....	51
7.4 Prazo De Retorno De Investimento.....	51
8 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS.....	51
8.1 Cenário Otimista.....	51
8.1.1 Faturamento Mensal Estimado.....	52
8.1.2 Custo de Comercialização.....	52
8.1.3 Demonstração do Resultado do Exercício.....	53
8.1.4 Indicadores de Viabilidade.....	53
8.2 Cenário Pessimista.....	53
8.2.1 Faturamento Mensal Estimado.....	53
8.2.2 Custo de Comercialização.....	54
8.2.3 Demonstração do Resultado do Exercício.....	54
8.2.4 Indicadores de Viabilidade.....	55
9 DECISÃO GERENCIAL.....	55
REFERÊNCIAS.....	56
APÊNDICE A - Questionário Aplicado para Pesquisa de Mercado.....	58

1 DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO

1.1 Dados do Proprietário e Experiências

O empreendedor, Aniclayton Lopes de Carvalho, 45 anos, é natural da cidade de Diadema em São Paulo, mas reside em João Pessoa na Paraíba desde 1990, onde se fixou e formou família. Desde sempre apaixonado pela área operacional, começou sua formação profissional em meados de 1993, onde se inseriu em um curso profissionalizante de mecânica geral – ajustagem, tornearia e fresa – no SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) unidade João Pessoa, ainda em período de estudos, foi contratado como jovem aprendiz na empresa NORFIL S/A e através dessa oportunidade conseguiu crescer profissionalmente dentro da empresa, sendo efetivado e permanecendo por 12 anos, assumindo funções de subordinado até a liderança. Dentro desse período, ele percebeu a importância da gestão dentro da empresa e das equipes e achou necessário se capacitar ainda mais para agregar em seu trabalho, levando-o a começar um curso técnico em Administração. Após a finalização do curso surgiram outras oportunidades, melhores do que a atual, onde viu que poderia haver um crescimento pessoal e profissional. Dando seguimento, em 2011, ele iniciou em uma nova função, em uma nova empresa, a ULTRAGAZ, na parte administrativa, mudando totalmente sua área e iniciando um novo desafio, onde permaneceu por 5 anos.

Após a saída da última empresa, compreendeu a situação do mercado e percebeu a oportunidade de se tornar empreendedor, e assim, iniciar mais um desafio. Como já possuía conhecimento técnico na parte mecânica e experiência no setor administrativo, ele decidiu se especializar na área de consertos em lavadoras de roupas, visando a demanda e a oferta que o mercado oferece e o que ele poderia proporcionar, sendo assim, tentar criar sua empresa e se posicionar no mercado.

1.2 Dados do Empreendimento

1.2.1 Razão Social e Forma Jurídica

O empreendimento terá como Razão Social o nome e o número de documento do seu fundador: ANICLAYTON LOPES DE CARVALHO 02411834489 e adotará como nome fantasia “ADM Lavadoras”. Dentro dos regimes legais a empresa tem seu enquadramento jurídico no regime de MEI – Microempreendedor Individual, que de acordo com o SEBRAE (2020), possui um limite anual de faturamento de até R\$81 mil. Já no regime tributário, se enquadrará no Simples Nacional.

1.2.2 Missão

Ao definir a missão, o foco da empresa estará sendo realizado.

“Missão é a razão de ser da empresa, correspondendo à conceituação da sua área de atuação, agora e no momento futuro, explicitando a quem ela oferece os seus produtos e serviços.” (Oliveira, 2019, p.173).

1.2.2.1 Missão: ADM Lavadoras

Oferecer o melhor atendimento, exercendo com excelência todos os serviços prestados, proporcionando satisfação e confiabilidade aos clientes.

1.2.3 Visão

A visão descreve o que a empresa deseja se tornar a longo prazo, levando em consideração os interesses, as preferências e as necessidades de todos os envolvidos.

“A visão organizacional deve representar a intenção estratégica da empresa. O que ela gostaria de ser no futuro. É uma declaração objetiva, clara, mas que deve ser desafiadora e atrativa. Ela direciona como a empresa gostaria de ser reconhecida no mercado.” (Abdala, 2019, p.68).

1.2.3.1 Visão: ADM Lavadoras

Ser referência no mercado de assistência de lavadoras da região metropolitana de João Pessoa-PB, de forma diferenciada, visando a satisfação dos clientes.

1.2.4 Valores

Os valores de uma empresa podem ser resumidos como os princípios, crenças e os seus fundamentos éticos e fornecem suporte para a as suas principais decisões.

1.2.4.1 Valores: ADM Lavadoras

- Respeito;
- Transparência;
- Ética;
- Honestidade;
- Responsabilidade;
- Compromisso.

1.2.5 Área de Atuação

A ADM Lavadoras atua na área de serviços, realizando a prestação de serviços de manutenção e consertos em lavadoras (máquinas de lavar convencionais e lava e seca).

1.2.6 *Mix* de Produtos / Serviços

Como a empresa realizará a prestação de serviços no âmbito de manutenção e de consertos, pode-se dizer que os serviços ofertados poderão variar da necessidade do cliente e do problema percebido na máquina. Entretanto, ambas opções possuem serviços próprios de suas categorias, são eles:

1.2.6.1 Serviços de manutenção, tais como:

- Análise de funcionamento dos componentes periféricos: verificação de válvulas, do sistema de drenagem, do acoplamento de centrifugação, rolamentos, eixo central, motor, correia e polia motora.
- Testes de bancada dos componentes elétricos e eletrônicos: análise das placas eletrônicas - responsáveis pela comunicação do sistema de programação, análise do pressostato linear – responsável pelo nível de água das lavadoras, análise do sensor de rotação – responsável pelo conta giro do motor, análise das resistências elétricas nas máquinas lava e seca – responsáveis pelo aquecimento de água e pela secagem das roupas, e por fim, a análise do moto-ventilador – responsável pela ventilação no processo de secagem.

1.2.6.2 Serviços de consertos, são alguns desses:

- Reparo e/ou troca de equipamentos responsáveis pelo ciclo de agitação, tais como: agitador, eixo de mecanismo, rolamentos, retentor, correia, polia motora, motor etc.
- Reparo e/ou troca de equipamentos responsáveis pelo ciclo de secagem, tais como: motor-ventilador, hélices do ventilador, sensor de temperatura, duto de secagem etc.
- Reparo e/ou troca de equipamentos responsáveis pelo abastecimento de água: válvula de abastecimento, mangueira de condução, *dispenser*, pressostato etc.
- Reparo e/ou troca de equipamentos responsáveis pelo sistema de centrifugação, tais como: atuador de freio, banda de freio, kit came, capacitor etc.
- Reparo e/ou troca de equipamentos responsáveis pelo sistema elétrico da lavadora, tais como: placas eletrônicas, sensores, micros etc.

1.2.7 Localização

A localização da empresa se dará na Rua Antônio Alves de Moraes, 44, Jardim Veneza, João Pessoa, Paraíba, onde reside o proprietário da empresa, Aniclayton Lopes de Carvalho e onde será sua oficina para os respectivos serviços que não tenham a possibilidade de serem realizados nas residências dos clientes ou na localidade onde a máquina de lavar roupas esteja.

1.2.8 Número de Funcionários Previstos

Como a forma jurídica escolhida se enquadra como Micro Empreendedor Individual – MEI, o proprietário, Sr. Aniclayton Lopes trabalha sozinho, assumindo todos os papéis necessários na empresa, tanto os operacionais como os estratégicos, como exemplo, a realização do *marketing* no *Instagram*, a tratativa com os clientes via *WhatsApp*, o pós-serviço e também é o responsável pelos serviços realizados nas lavadoras, ou seja, é o técnico responsável.

Entretanto, algumas vezes, ele necessitará do uso dos serviços de um funcionário *freelancer* (profissional independente, sem nenhum vínculo empregatício) apenas para auxiliar nos serviços de frete das lavadoras - da residência do cliente até a oficina - tendo em vista que alguns clientes moram em apartamentos e é inviável apenas uma pessoa carregar uma lavadora sozinho, ele necessita de ajuda para realizar a movimentação das máquinas até o carro de frete e do carro de frete até a sua oficina, finalizando a utilização dos serviços do funcionário *freelancer*.

1.3 Capital Social e Fonte de Recursos

O capital social pode ser identificado como a soma de todos os recursos, financeiros ou materiais, que foram aplicados no empreendimento por seu proprietário ou sócios, e tem como função assegurar o funcionamento da empresa até que comece a geração de lucros.

De acordo com o SEBRAE (2020), é de suma importância que o capital social seja declarado e que as quantias sejam divididas perante a porcentagem dos seus sócios, entretanto, quando se trata da categoria de MEI (Micro Empreendedor Individual) – a qual o presente trabalho aborda – não há necessidade de declaração de capital social inicial, pois o MEI não pode ter sócios e também não há um limite de valor, porém é importante definir um valor mínimo que seja suficiente para o pagamento das despesas até a geração de receita própria.

Com isso, o capital social que será aplicado na empresa será de R\$10.000,00, tendo origem única, advindos diretamente do proprietário e de seus recursos acumulados, não tendo nenhuma outra influência, como empréstimos ou investimento de terceiros. Sendo assim, esse valor será aplicado no negócio para que se possa dar início às atividades e para que a empresa consiga sustento até a sua própria formação de lucro.

2 ANÁLISE DE MERCADO

O tamanho do mercado de máquinas de lavar na América Latina é avaliado em cerca de US\$6 bilhões no ano de 2024 e tem probabilidades de alcançar um valor US\$7,39 bilhões até 2029, contendo uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 4,23% durante o período de estimativa (2023-2029), de acordo com o relatório e acompanhamento gerados pela *Mordor Intelligence* [s.d]. No Brasil, o setor de eletroeletrônicos só cresce, de acordo com a pesquisa realizada pela Agência Nacional de Fabricantes de Produtos Eletrônicos (2023), registrou-se uma elevação de 13% nas vendas de eletroeletrônicos no primeiro semestre de 2023, onde se foi contabilizado cerca de 44,02 milhões de unidades durante esse tempo. Especificamente, a linha branca (geladeiras, lavadoras de roupa, condicionadores de ar etc.) apontou um crescimento de 4% nas vendas, quando comparado a 2022.

Entretanto, por mais que o mercado aparenta estar em expansão, pesquisas também mostram que os preços das mercadorias de linha branca, apontam um crescimento considerável. Conforme a notícia passada pelo portal Multiplix (2022), com base nas informações fornecidas pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) divulgado em maio de 2022, os itens de linha branca, como geladeiras, máquinas de lavar, fogões, etc. possuíram um aumento de cerca de 25% em seus preços, especificamente, a categoria de máquinas de lavar tendo um 22,5% de crescimento. Como forma de exemplificar esse aumento dos preços, pode-se verificar um histórico de valores via plataforma Zoom (2024), tomando como exemplo uma lavadora da marca Electrolux modelo Premium Care LFE11 11kg – modelo tomado como base como uma das máquinas mais indicadas ainda de acordo com uma matéria feita pela plataforma Zoom (2024), onde se foi listada as melhores opções de máquinas de lavar no ano de 2024 – em que se pode observar que houve variações em um período de 1 ano, onde o valor mais baixo foi de R\$2.399,00 em 28 de novembro de 2023, contrastando com o mais alto de R\$3.349,00 entre 17 de janeiro e 08 de fevereiro de 2024, tendo como atual, em 05 de março de 2024, o valor de R\$3.299,00.

Figura 1 – Histórico de Preços – Máquina de Lavar Electrolux - modelo *Premium Care* LFE11 11kg.

Histórico de Preços



Fonte: Zoom (2024).

Contudo, todo eletrodoméstico precisa de manutenções, sejam elas preventivas ou corretivas, apesar da avançada tecnologia e de cada vez mais os eletroeletrônicos estarem mais independentes, certas vezes os equipamentos dão algum problema e torna-se necessário procurar formas de saná-lo. E, por isso, devido ao alto valor desses eletrodomésticos, inclusive das máquinas de lavar, quando se há determinada necessidade, algumas pessoas procuram buscar assistências técnicas (independentes) ou centros autorizados (associados aos fabricantes dos equipamentos) – responsáveis pelo diagnóstico e correção de problemas, troca de peças, otimização de sistemas e a garantia de um bom funcionamento, para realização de algum serviço em seu equipamento, a fim de não precisar trocá-lo, apenas reparar o que se está com defeito, visto que, se for comprar outra unidade do mesmo equipamento há a premissa de que os preços estão sempre em crescimento e haverá um gasto exorbitante para a compra de um novo produto, por isso, o conserto é uma opção mais viável. Segundo o *Google Trends* (2024), a pesquisa pelo termo “Assistência técnica máquina de lavar” tem um comportamento variável, entre alguns aumentos e declínios, mas sempre há procura, e, através disso, pode-se concluir que há uma frequente procura acerca de serviços de assistências especializadas em máquinas de lavar, trazendo assim uma oportunidade de atuação e crescimento no mercado.

Figura 2 – Pesquisa no Google do Termo “Assistência Técnica Máquina de Lavar”



Brasil. Últimos 12 meses. Pesquisa Google na Web.

Fonte: Google Trends (2024).

2.1 Estudo dos Clientes

2.1.1 Público-Alvo

Por se tratar de serviços em máquinas de lavar roupas, um eletrodoméstico essencial, o público alvo da empresa não tem um foco específico de gênero ou classe social. A empresa tem como objetivo conseguir alcançar toda a população que necessita de seus serviços.

2.1.2 Comportamento dos Consumidores

O comportamento dos clientes apresenta um perfil de consumo onde é confirmada a preferência pela utilização de assistências técnicas e/ou técnicos independentes, tendo 85,1% dos respondentes, da pesquisa realizada, escolhido tal opção, ou seja, a empresa tem uma grande vantagem nesse quesito. Quanto aos fatores decisivos na escolha de uma assistência, as que se destacam são tempo de garantia de serviço, tempo de finalização de serviço e tempo de atendimento, mais uma vez frisando a importância desse eletrodoméstico e de como a morosidade do processo de determinados serviços afetariam na rotina dos consumidores. Por esse motivo, a gestão de tempo será um dos fatores mais priorizados dentro da organização, visando uma melhoria contínua e a satisfação dos consumidores.

2.2 Estudo dos Fornecedores

Com o intuito de obter peças de ótima qualidade e no menor tempo possível para que o serviço aos clientes seja feito com efetividade, os fornecedores utilizados serão:

Quadro 2 – Análise dos Fornecedores.

Fornecedor	Preço	Condições de Pagamento	Variedade de Produtos	Prazos	Localização
Faltec	Elevado	Cartão / Dinheiro / PIX	Pouca	Em média 10 dias	Rua Quintino Bocaiúva, 740 - Torre, João Pessoa - PB
Refricon	Bom	Cartão / Dinheiro / PIX	Moderada	Pronta entrega	Av. Beaurepaire Rohan, 336 - Centro, João Pessoa - PB
Frigelar	Econômico	Cartão / Dinheiro / PIX	Moderada	Pronta entrega	R. Hortêncio Ribeiro de Luna, 1841 - Galpão 02 Bloco A - Distrito Industrial, João Pessoa - PB
Atlântica Service	Mediano	Cartão / Dinheiro / PIX	Ampla	Pronta entrega	Av. Nossa Sra. de Fátima, 1449 - Torre, João Pessoa - PB

Fonte: Elaboração Própria (2024).

Para a realização desse quadro, foi realizada uma pesquisa entre os principais fornecedores na cidade de João Pessoa/PB, onde se realizou cotações de peças iguais em

todos os casos e, para cada caso, foram obtidos valores, determinados prazos e condições de pagamento.

2.3 Estudos dos Concorrentes

Na capital de João Pessoa - Paraíba, onde a empresa terá como principal foco de atuação, percebe-se algumas empresas que se enquadram como suas concorrentes diretas e indiretas, seja apenas na venda de peças ou na prestação de serviços semelhantes. Entretanto, os diferenciais que a ADM Lavadoras possui, fará com que haja um maior destaque dentre as opções e sua inserção no mercado.

Quadro 3 – Análise dos Concorrentes.

Concorrentes	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Garantias Oferecidas	Canais de Atendimento
ProClimax	Elevado	Cartão / Dinheiro / PIX	R. da Areia, 447 - Varadouro, João Pessoa - PB	90 dias	Telefone, Instagram, WhatsApp
EWL Refrigeração	Elevado	Cartão / Dinheiro / PIX	R. Ana Espinola Navarro, 63 - Ernani Sátiro, João Pessoa - PB	90 dias	Telefone, WhatsApp, Instagram, Site
Maqtec	Econômico	Cartão / Dinheiro / PIX	R. José Cândido Silva, 198 - Cidade dos Colibris, João Pessoa - PB	90 dias	Telefone, WhatsApp
Natitec	Bom	Cartão / Dinheiro / PIX	R Agente-Fiscal Paulo de Aquino Mendonça, 22 - Mangabeira - João Pessoa - PB	90 dias	Telefone, Instagram, WhatsApp
Tecmix	Bom	Cartão / Dinheiro / PIX	R. Padre Manoel da Nóbrega, 348 - Costa e Silva, João Pessoa - PB	90 dias	Telefone, Instagram, WhatsApp
Geltec Service PB	Elevado	Cartão / Dinheiro / PIX	R. Vandick Pinto Filgueiras, 221 - Tambauzinho, João Pessoa - PB	90 dias	Telefone, Instagram, WhatsApp

Fonte: Elaboração Própria (2024).

Para a realização do Quadro 3, foi realizada uma pesquisa de campo dentre os principais concorrentes na cidade de João Pessoa-PB, sem distinção de bairro ou localidade, onde realizou-se cotações de um serviço igual para todos os casos, a fim de obter um parâmetro de preço e de canais de atendimento, onde pôde-se perceber que a maioria dos concorrentes mantém muitos canais de comunicação, mesmo que seus preços quanto ao serviço sejam considerados elevados quando comparados a uma média do valor do serviço em si e suas localidades sejam em extremos da cidade.

2.4 Análise SWOT

Tendo como finalidade posicionar a empresa em meio ao mercado, é necessário realizar uma análise ambiental tanto na área macro (externo) como oportunidades e ameaças, bem como a área micro (interno) como as forças e fraquezas. De acordo com Belmiro, Oliveira e Azevedo (2014, p. 57) torna-se necessário avaliar o ambiente interno, pois é nele que consiste os recursos humanos, físicos e organizacionais e também vem a ser fundamental avaliar o ambiente externo, pois nele toma-se como base as políticas legais, sociais, econômicas e tecnológicas.

Quadro 4 – Análise SWOT – Ambiente Interno e Externo.

Ambiente Interno	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">• Flexibilidade;• Excelência no atendimento;• Profissional qualificado;• Preço acessível;• Múltiplos serviços;• Empresa legalizada.	<ul style="list-style-type: none">• Necessidade de divulgação;• Dependência de fornecedores;• Equipe reduzida.
Ambiente Externo	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">• Alta demanda de mercado;• Aumento da compra de máquinas de lavar;• Formação de parcerias.	<ul style="list-style-type: none">• Dificuldade de fornecimento de peças e materiais;• Alta concorrência;• Aumento do preço de insumos.

Fonte: Elaboração Própria (2024).

2.4.1 Forças

- **Flexibilidade:** Horários de atendimento em combinação com os horários disponibilizados pelos clientes, podendo ser em qualquer dia da semana e em qualquer bairro.
- **Excelência no atendimento:** Baseado na empatia, onde o cliente é tratado da melhor forma possível, as informações são passadas com transparência e o serviço feito com honestidade.
- **Profissional qualificado:** Sempre em busca da melhora do serviço, o profissional está em constante aprendizado, tendo como finalidade conseguir sanar os problemas que surgirem.
- **Preço acessível:** Dentro de um valor na média do mercado, buscando um equilíbrio financeiro entre cliente e empresa.
- **Múltiplos serviços:** A empresa possui uma gama de serviços, desde serviços de manutenção preventiva até a reparos.
- **Empresa legalizada:** Totalmente legalizada e dentro dos padrões exigidos por Lei.

2.4.2 Fraquezas

- Necessidade de divulgação: Por se tratar de uma empresa pequena, onde só possui um funcionário, no momento só há um meio de divulgação, o que deve ser melhorado a fim de abranger mais pessoas.
- Dependência de fornecedores: Alguns fornecedores possuem um período – curto ou longo – para entrega da mercadoria, se fazendo dependente do fornecedor para conseguir realizar o serviço.
- Equipe reduzida: A empresa pertence a categoria MEI, onde nela existe apenas o proprietário como funcionário, responsável por todas as demandas, que muitas vezes necessita de mais tempo e de mais atenção.

2.4.3 Oportunidades

- Alta demanda de mercado: Influenciada por alguns fatores externos, como o aumento de temperatura, fazendo com que se lave mais roupas, combinado com a falta de informação de alguns fornecedores acerca do uso correto de certos produtos, como sabão em pó e amaciantes, há um crescente aumento na danificação dessas máquinas, se fazendo necessário a presença de alguns dos serviços ofertados pela empresa.
- Aumento da compra de máquinas de lavar: Crescimento na venda de máquinas de lavar roupas, conseqüentemente, há um aumento no serviço de manutenção e reparo delas.
- Formação de parcerias: Possibilidade de fechamento de contratos com lavanderias, condomínios e empresas, realizando algum dos serviços ofertados.

2.4.4 Ameaças

- Dificuldade de fornecimento de peças e materiais: Alguns dos fornecedores presentes na região de João Pessoa – PB, não disponibilizam de todas as peças a pronta entrega, sendo assim, há uma menor quantia de lugares para se fazer pesquisas de preço, qualidade etc.
- Alta concorrência: Com a alta demanda de serviço, há também uma grande oferta, sendo percebido concorrentes em vários bairros da grande João Pessoa-PB, sendo alguns deles legalizados e outros mais informais.
- Aumento do preço de insumos: Como há alta demanda desses produtos e alguns só possuem em certos fornecedores, o preço às vezes é acima do esperado.

3 PESQUISA DE MERCADO

3.1 Coleta de Dados

Tendo como finalidade obter respostas, entender e conhecer o potencial público, seus interesses e comportamentos acerca de assuntos que englobam a empresa, foi realizada uma pesquisa de mercado, contendo 31 questões, aplicadas por meio de um questionário criado na plataforma do *Google Forms*, divulgado estrategicamente através de mídias sociais como *Instagram* e *WhatsApp*. Durante o período de coleta, uma semana (22/03/2024 até 29/03/2024), obteve-se 130 respostas.

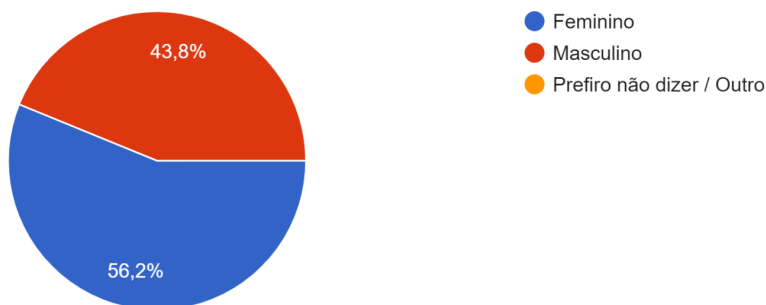
Antes de se iniciar a pesquisa foi solicitada a autorização da participação dos respondentes à sua referida coleta de dados, onde obteve-se 100% de aprovação. Após isso, realizou-se um levantamento sociodemográfico, onde foram feitas perguntas acerca de fatores como gênero, faixa etária, escolaridade, ocupação, renda familiar mensal, estado civil e região

de moradia, para se obter um perfil mais consistente dos respondentes e futuramente poder utilizá-lo, se necessário, para a combinação com diversas outras variáveis de consumo e comportamento tendo como finalidade delinear estratégias efetivas e direcionadas em determinado público.

Gráfico 1 - Gênero dos Respondentes.

1. Qual o seu gênero?

130 respostas



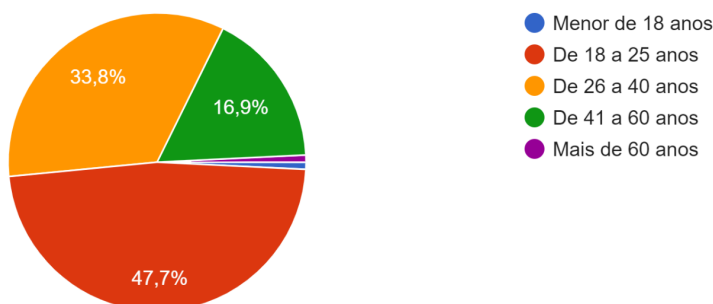
Fonte: Elaboração Própria (2024).

Através do Gráfico 1 percebe-se que há um maior público feminino, 56,2% (73 respondentes), do que público masculino, 43,8% (57 respondentes), contudo, o público masculino se faz bastante presente o que pode ser explicado pelo aumento dos homens nas atividades diárias, tanto na rotina familiar quanto morando sozinhos.

Gráfico 2 - Faixa Etária dos Respondentes.

2. Qual sua faixa etária?

130 respostas



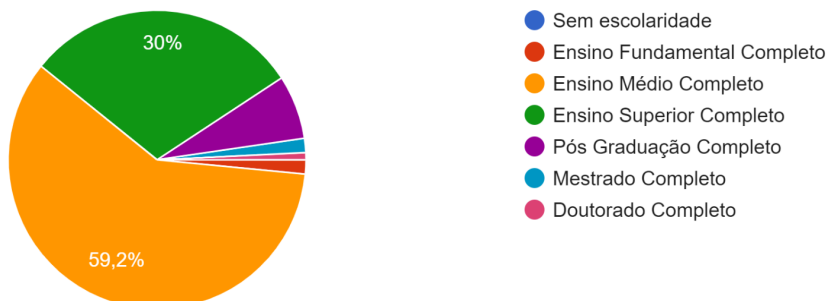
Fonte: Elaboração Própria (2024).

Para a faixa etária, temos que, sua maioria, 47,7% (62 pessoas) possuem de 18 a 25 anos, 33,8% (44 pessoas) possuem de 26 a 40 anos, 16,9% (22 pessoas) possuem de 41 a 60 anos, e apenas 0,8% (1 pessoa) possui mais de 60 anos e 0,8% (1 pessoa) possui menos de 18 anos.

Gráfico 3 - Grau de Escolaridade dos Respondentes.

3. Qual a sua escolaridade?

130 respostas



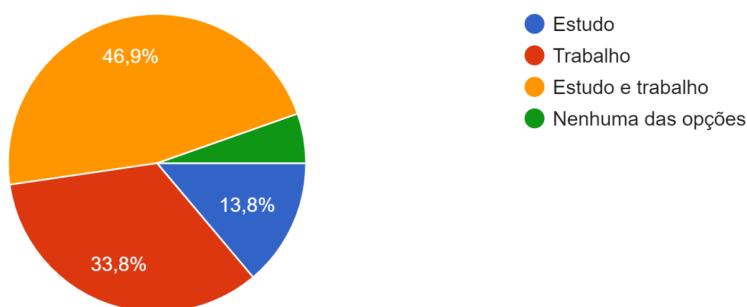
Fonte: Elaboração Própria (2024).

No que se refere ao grau de escolaridade, consegue-se identificar que em sua maioria, 59,2% dos respondentes (77 pessoas) possuem ensino médio completo, enquanto que 30% (39 pessoas) possuem um ensino superior completo, 6,9% (9 pessoas) possuem pós graduação, 1,5% dos respondentes (2 pessoas) possuem mestrado completo, ao mesmo tempo que, 1,5% (2 pessoas) possuem o ensino fundamental completo e finalizando, apenas 0,8% (1 pessoa) possui doutorado completo.

Gráfico 4 - Ocupação dos Respondentes.

4. Qual sua ocupação?

130 respostas



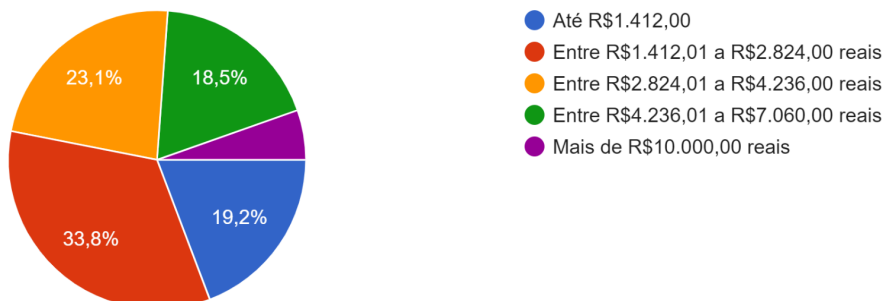
Fonte: Elaboração Própria (2024).

Quando perguntado da ocupação, grande parte dos respondentes, 46,9% (61 pessoas) afirmaram que estudam e trabalham, 33,8% (44 pessoas) disseram apenas trabalhar, 13,8% (18 pessoas) declararam que apenas estudam e cerca de 5,4% (7 pessoas) declararam que não tem nenhuma das opções como ocupação.

Gráfico 5 - Renda Familiar Mensal dos Respondentes.

5. Qual a sua renda familiar mensal?

130 respostas



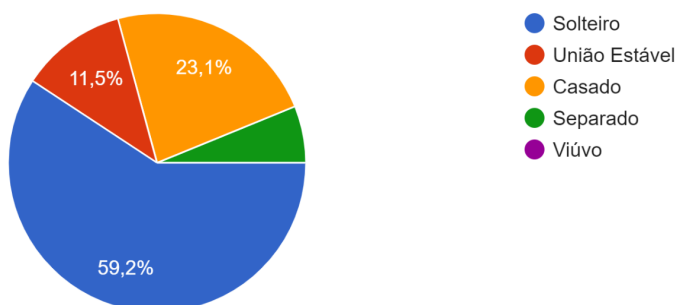
Fonte: Elaboração Própria (2024).

Analisando o Gráfico 5, vê-se que há bastante divisão, tendo informações de que 33,8% (44 pessoas) possuem a renda familiar mensal entre R\$1.412,00 e 2.824,00, sendo considerada a maior parte, 23,1% (30 pessoas) possuem renda familiar mensal entre R\$2.824,01 e R\$4.236,00, enquanto que, 19,2% (25 pessoas) possuem renda de até R\$1.412,00, 18,5% (24 pessoas) possuem renda entre 4.236,01 a R\$7.060,00 e somente 5,4% (7 pessoas) possuem renda maior que R\$10.000,00 mensais.

Gráfico 6 - Estado Civil dos Respondentes.

6. Qual o seu estado civil?

130 respostas



Fonte: Elaboração Própria (2024).

Por meio do Gráfico 6 é possível identificar que mais da metade dos participantes, 59,2% (77 pessoas) são solteiras, seguindo tem-se 23,1% (30 pessoas) como casadas, 11,5% (15 pessoas) que possuem união estável e apenas 6,2% (8 pessoas) como separadas.

Gráfico 7 - Região de Moradia dos Respondentes.

7. Qual a sua região de moradia?

130 respostas



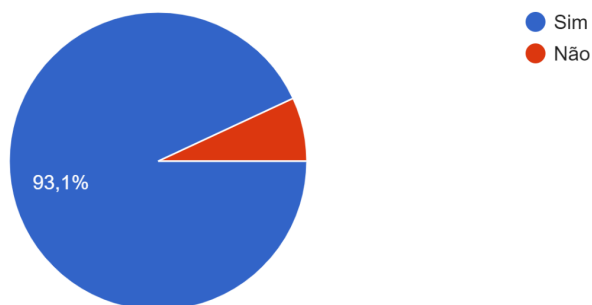
Fonte: Elaboração Própria (2024).

Quanto a região de moradia, percebe-se que há um grande destaque para a região sul, dominando totalmente as respostas, detendo 66,2% (86 pessoas) afirmando que residem na região sul de João Pessoa, enquanto que, 10,8% (14 pessoas) afirmam residir na zona Oeste e 8,5% (11 pessoas) declaram que residem na zona Norte, com isso, já identifica-se quais são as principais regiões de foco.

Gráfico 8 - Pergunta Filtro sobre Posse de Máquina de Lavar.

8. Você possui máquina de lavar roupas?

130 respostas



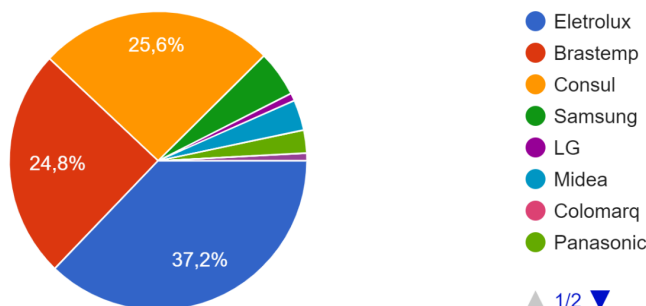
Fonte: Elaboração Própria (2024).

A pergunta referenciada acima trata-se de um filtro para saber quantos respondentes possuem máquina de lavar, os que responderam “Sim” continuaram a pesquisa para a próxima seção, os que responderam “Não” foram direcionados a seção 5 de divulgação e indicação. Dessa forma, 93,1% dos respondentes (121 pessoas) responderam que possuem máquinas de lavar, continuando nas seções seguintes, seguindo o padrão.

Gráfico 9 - Pergunta acerca da Marca das Máquinas de Lavar.

9. Qual a marca da sua máquina de lavar roupas?

121 respostas



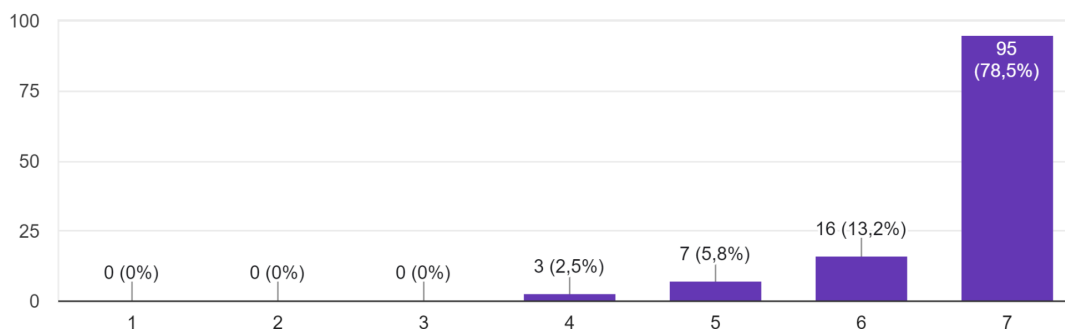
Fonte: Elaboração Própria (2024).

Dos respondentes, 37,2% (45 pessoas) afirmaram que possuem máquinas de lavar da marca Electrolux, 25,6% (31 pessoas) possuem da marca Consul, 24,8% (30 pessoas) possuem da marca Brastemp, 5% (6 pessoas) possuem da marca Samsung, 3,3% (4 pessoas) possuem da marca Midea, 2,5% (3 pessoas) possuem da marca Panasonic e 0,8% (1 pessoa) afirmou que possui da marca LG e outra da marca Suggar. Através disso, consegue-se perceber que as 3 maiores opções selecionadas são marcas mais conhecidas no meio comercial e, assim, mais presente na residência das famílias.

Gráfico 10 - Importância da Máquina de Lavar Roupas no Cotidiano.

10. Quanto você considera a máquina de lavar roupas um eletrodoméstico essencial no cotidiano?

121 respostas



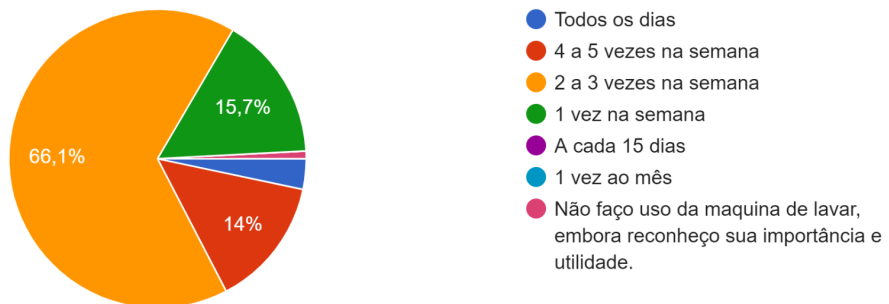
Fonte: Elaboração Própria (2024).

Mediante os dados coletados das respostas à pergunta, vê-se que a maioria dos respondentes consideram a máquina de lavar um eletrodoméstico essencial no dia a dia, tendo valores mais exatos, 78,5% (95 pessoas) dos respondentes acham que possuem a muita importância, enquanto que 2,5% (3 pessoas) se mantiveram na neutralidade, escolhendo a opção 4.

Gráfico 11 - Quantidade da Utilização da Máquina de Lavar Roupas.

11. Quantas vezes você utiliza sua máquina de lavar roupas?

121 respostas



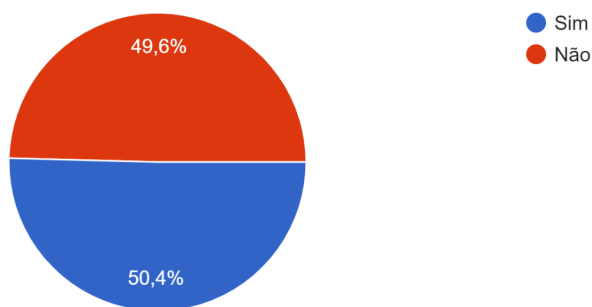
Fonte: Elaboração Própria (2024).

No Gráfico 11 consegue-se perceber que a maioria dos respondentes, 66,1% (80 pessoas) utilizam a máquina de lavar roupas de 2 a 3 vezes por semana, enquanto que 15,7% (19 pessoas) utilizam com menos frequência, cerca de 1 vez na semana apenas e 14% (17 pessoas) utilizam com mais frequência, de 4 a 5 vezes por semana. Com isso, percebe-se que a máquina de lavar é um eletrodoméstico de bastante importância e grande uso no cotidiano.

Gráfico 12 - Cuidados Necessários com a Máquina de Lavar Roupas.

12. Você sabe os cuidados necessários que deve ter regularmente com sua máquina de lavar roupas?

121 respostas



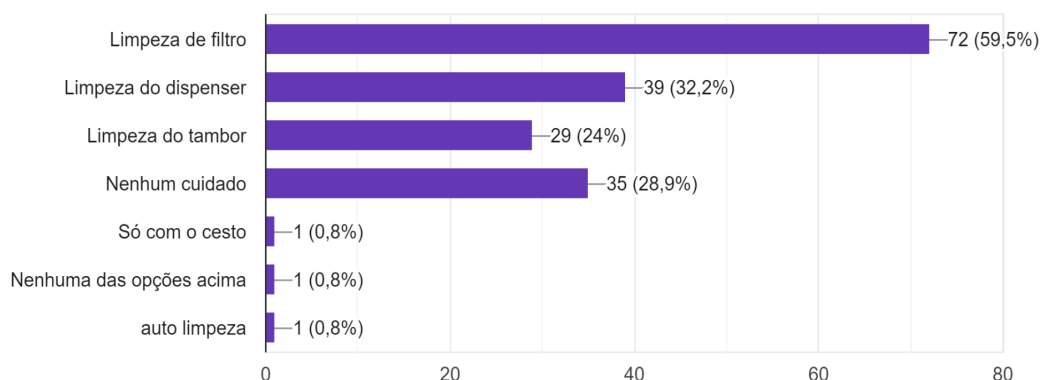
Fonte: Elaboração Própria (2024).

Ao questionar se os respondentes tinham conhecimento acerca dos cuidados necessários com a máquina de lavar roupas, 50,4% (61 pessoas) afirmaram saber os cuidados que devem ter e 49,6% (60 pessoas) disseram que não possuem esse entendimento o que pode influenciar na vida útil da máquina.

Gráfico 13 - Cuidados Realizados na Máquina de Lavar Roupas.

13. Quais desses cuidados você realiza constantemente em sua máquina de lavar roupas?

121 respostas



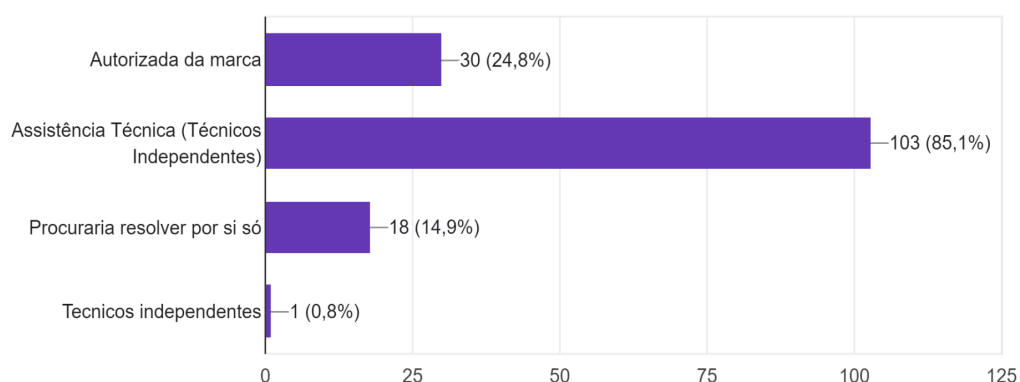
Fonte: Elaboração Própria (2024).

Ainda em relação aos cuidados com a máquina de lavar, 59,5% dos respondentes (72 pessoas) afirmam que fazem limpeza de filtro, 32,2% dos respondentes (39 pessoas) dizem que realizam limpeza do dispenser, 24% dos respondentes (29 pessoas) fazem a limpeza do tambor, 0,8% (1 pessoa) faz a limpeza apenas do cesto, 28,9% dos respondentes (35 pessoas) não mantêm nenhum cuidado com a sua máquina de lavar roupas e 0,8% (1 pessoa) não realiza nenhuma das alternativas oferecidas.

Gráfico 14 - Procura de Pessoas para Serviços em Máquina de Lavar Roupas.

14. Se sua máquina de lavar roupas apresentasse problemas você procuraria: (escolher até 2 alternativas)

121 respostas



Fonte: Elaboração Própria (2024).

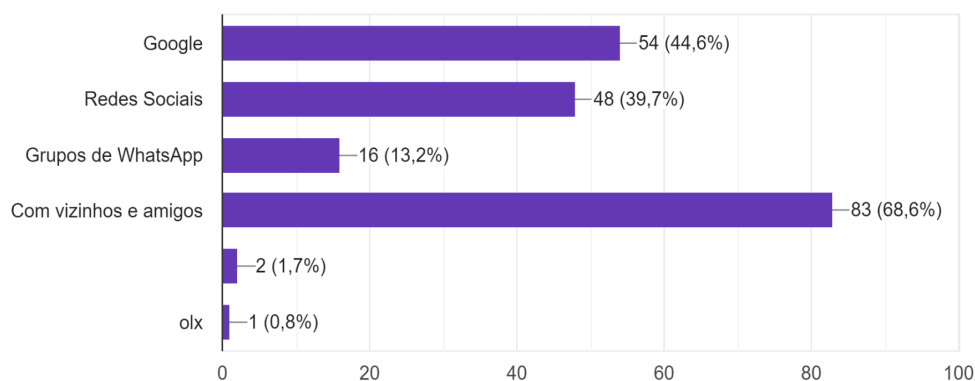
Quando perguntado aos respondentes sobre quem eles procurariam, caso a máquina de lavar apresentasse problemas, 24,8% dos respondentes (30 pessoas) declaram que procurariam a autorizada da marca, 85,1% dos respondentes (103 pessoas) afirmaram que

buscariam técnicos independentes e 14,9% (18 pessoas) tentaram resolver por si só. Levando em consideração esses dados, vê-se que a escolha pelos técnicos independentes é bem maior quando comparada às outras, podendo haver vários fatores envolvidos nessa decisão, tais quais preço, disponibilidade, entre outros.

Gráfico 15 - Procura de Assistências Técnicas de Máquina de Lavar Roupas.

15. Se você precisasse de uma assistência técnica em máquina de lavar roupas, onde você acharia mais interessante procurar? (escolher até 2 alternativas)

121 respostas



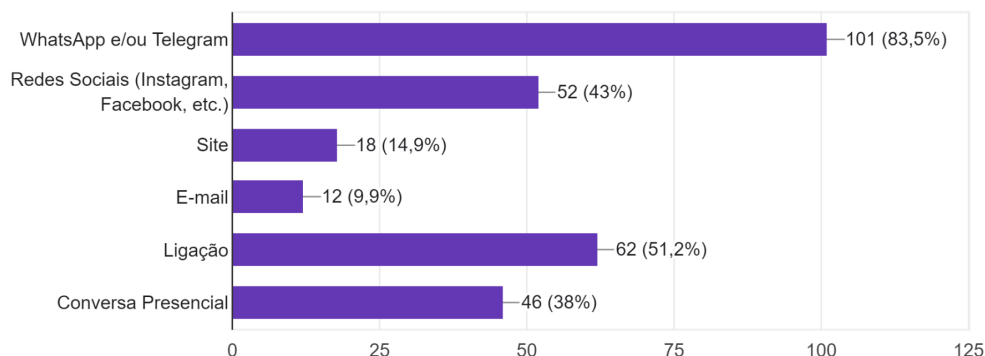
Fonte: Elaboração Própria (2024).

Quando perguntado onde seria mais provável realizar uma pesquisa de assistências técnicas, grande parte dos respondentes, 68,8% dos respondentes (83 pessoas) confirmam que procurariam entre vizinhos e amigos, mostrando que a comunicação “boca a boca” ainda é totalmente eficiente nos dias atuais, enquanto que o restante dos respondentes, afirmaram que procurariam via internet ou redes sociais, sendo elas, 44,6% (54 pessoas) procurariam no *Google*, 39,7% (488 pessoas) procurariam nas redes sociais, como *Instagram*, e 13,2% (16 pessoas) procurariam em grupos de *WhatsApp*.

Gráfico 16 - Canais de Comunicação de Assistências Técnicas de Máquina de Lavar Roupas.

16. Entre opções para canais de comunicação com uma empresa, você considera importante ou opta mais por: (escolher até 3 alternativas)

121 respostas



Fonte: Elaboração Própria (2024).

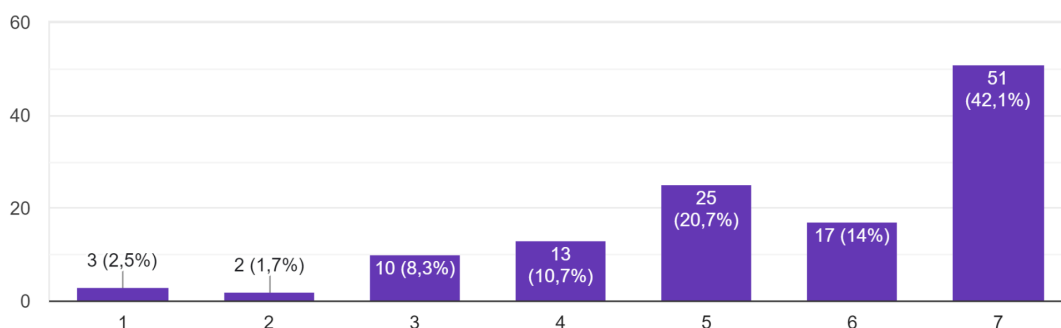
Mencionando os canais de comunicação que as assistências técnicas podem ter os respondentes consideram algumas mais importantes ou possuem maior preferência por alguma. Grande parte dos respondentes, 83,5% (101 pessoas) acreditam que é importante ou preferem que as assistências técnicas tenham *WhatsApp* e/ou *Telegram*, enquanto que apenas 9,9% (12 pessoas) preferem ou acham importante a ferramenta do *E-mail* como canal de comunicação.

As questões a seguir tiveram como objetivo avaliar os fatores decisivos na escolha de uma assistência técnica para a realização de algum serviço.

Gráfico 17 - Fator Avaliação no *Google*.

17. O fator avaliação no google é decisivo na escolha da assistência técnica para realização do serviço.

121 respostas



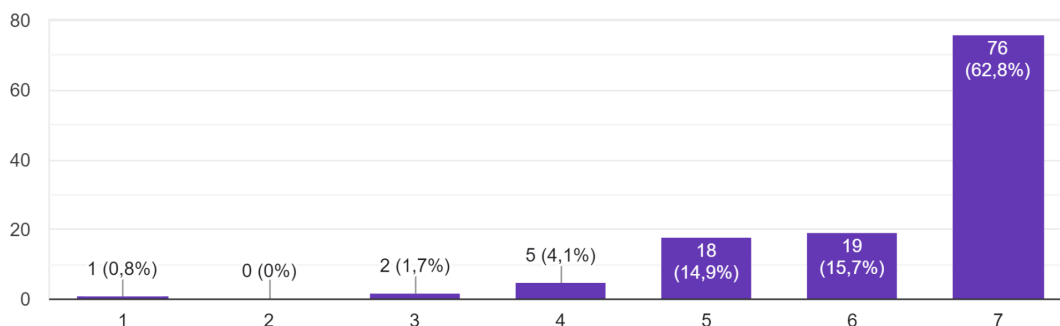
Fonte: Elaboração Própria (2024).

Considerando o fator avaliação no *Google*, 42,1% dos respondentes (51 pessoas) consideram um fator decisivo na hora da escolha de uma assistência técnica. Essa informação, por trazer uma quantidade significativa, pode acarretar a empresa a sempre observar suas avaliações na ferramenta e sempre que possível, solicitar que os clientes deixem sua opinião lá, mantendo sempre um acompanhamento de como está a situação.

Gráfico 18 - Fator Tempo de Atendimento.

18. O fator tempo de atendimento é decisivo na escolha da assistência técnica para realização do serviço.

121 respostas



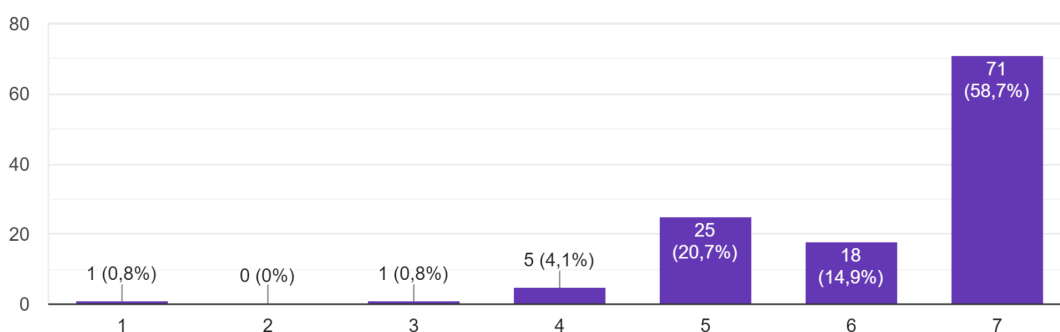
Fonte: Elaboração Própria (2024).

Em relação ao fator tempo de atendimento, pode-se notar que a maioria dos respondentes o consideram decisivo na escolha de uma assistência técnica, notando que 62,8% dos respondentes (76 pessoas) afirmam que é um fator decisivo na escolha de uma assistência técnica. Essa informação indica que para os consumidores o tempo de atendimento é um fator que deve ser levado em consideração, pois é onde deve ser analisado o estado dos próprios componentes e da máquina como um todo, explicando para o cliente o que se passa e o que será possível ser realizado após essa avaliação. Esse fator é algo que as empresas devem sempre manter em foco, pois essa atenção e cuidado é algo bem visto aos olhos do cliente.

Gráfico 19 - Fator Flexibilidade no Atendimento.

19. O fator flexibilidade é decisivo na escolha da assistência técnica para realização do serviço.

121 respostas



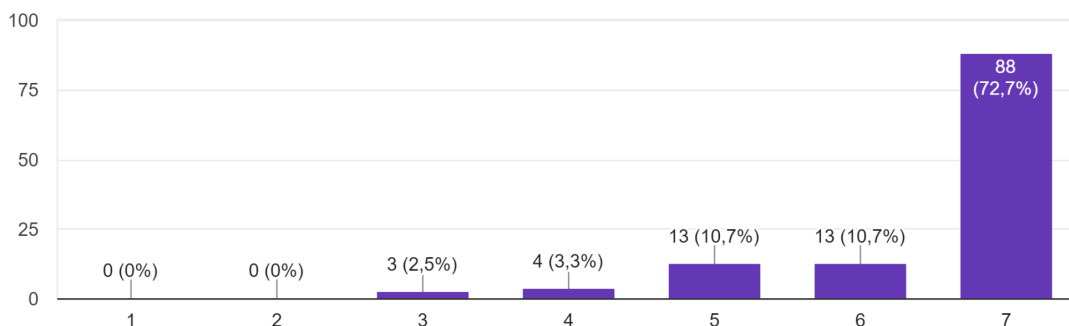
Fonte: Elaboração Própria (2024).

Quando perguntado sobre o fator de flexibilidade, 58,7% (71 pessoas) dos respondentes afirmaram que é um fator decisivo quando se trata da escolha de uma assistência técnica de máquinas de lavar roupas, considerando que essa flexibilidade se dá muitas vezes pela deslocação do técnico até a localidade do cliente ou o horário de atendimento. Em resumo, esse fator é o responsável pelo grau de versatilidade que uma empresa terá para se adaptar ao atender um cliente, desde a mudança de um horário ou um atendimento aos finais de semana, a adaptação a outras rotinas é essencial para a sobrevivência das empresas.

Gráfico 20 - Fator Tempo de Finalização do Serviço no Atendimento.

20. O fator tempo de finalização do serviço é decisivo na escolha da assistência técnica para realização do serviço.

121 respostas



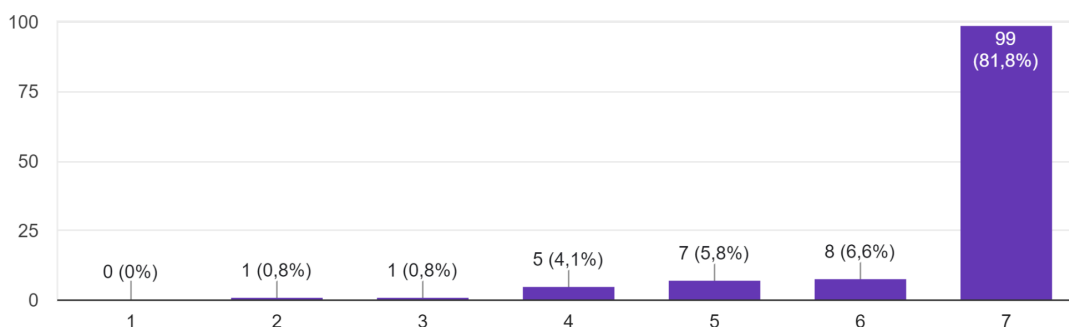
Fonte: Elaboração Própria (2024).

Quando questionados sobre o tempo de finalização de serviço 72,7% (88 pessoas) dos respondentes declararam que é um fator decisivo na escolha de uma assistência técnica de máquina de lavar roupas, levando em consideração que os consumidores ficam sem um eletrodoméstico que eles consideram de extrema importância, as organizações devem ter atenção nesse fator e torná-lo o mais curto possível desde a primeira avaliação até a entrega do produto, a gestão de tempo é algo que deve sempre estar em melhoria e acompanhamento.

Gráfico 21 - Fator Tempo de Garantia do Serviço.

21. O fator tempo de garantia do serviço é decisivo na escolha da assistência técnica para realização do serviço.

121 respostas



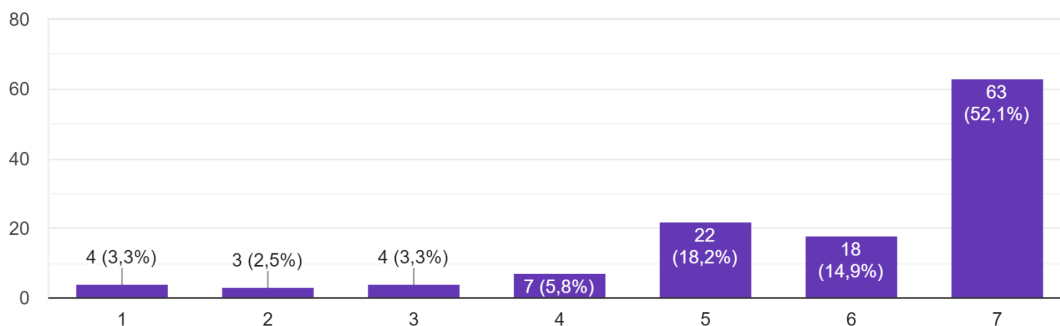
Fonte: Elaboração Própria (2024).

Dentro dos fatores apresentados, o fator mais decisivo na hora de escolher uma assistência técnica de máquinas de lavar foi o tempo de garantia do serviço, 81,8% (99 respondentes, isso significa que a garantia ofertada pela empresa é necessária, pois assegura o consumidor em determinadas situações e mostra uma noção de cuidado e prestatividade para com o consumidor e sua máquina.

Gráfico 22 - Fator Local da Assistência.

22. O fator local da assistência é decisivo na escolha da assistência técnica para realização do serviço.

121 respostas



Fonte: Elaboração Própria (2024).

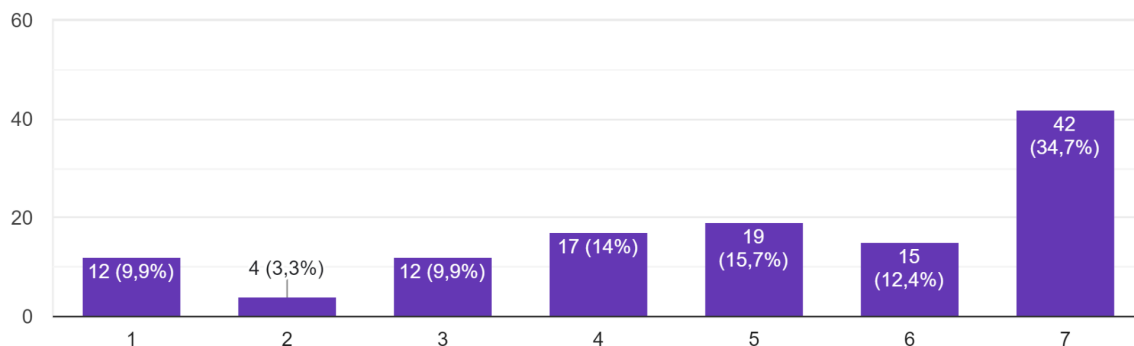
Por mais que, na maioria das vezes, o consumidor não tenha contato com o local físico da assistência técnica, muitos tendem a saber onde fica e se há a estrutura necessária para a

realização dos serviços, então, 52,1% (63 pessoas) consideram que é um fator decisivo no momento de escolha de um assistência técnica.

Gráfico 23 - Fator possuir CNPJ.

23. O fator possuir CNPJ é decisivo na escolha da assistência técnica para realização do serviço.

121 respostas



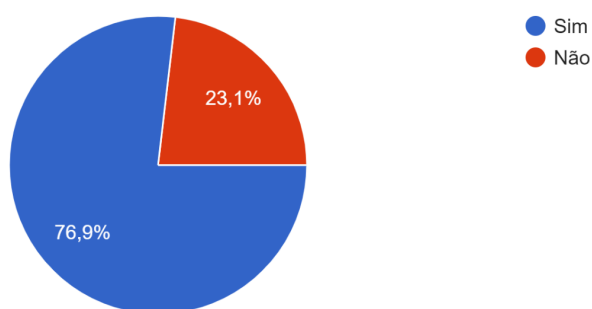
Fonte: Elaboração Própria (2024).

Ao realizar a pergunta se o fato possuir CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica) é decisivo na escolha de uma assistência técnica de máquinas de lavar foi percebido um comportamento variável, tendo em vista que apenas 34,7% (42 pessoas) dos respondentes informam que é um fator decisivo, enquanto que o restante dos respondentes não concordam que é um fator totalmente decisivo.

Gráfico 24 - Disposição para Pagamento de Avaliação Técnica.

24. Você estaria disposto a pagar por uma avaliação técnica (visita) feita à domicilio?

121 respostas



Fonte: Elaboração Própria (2024).

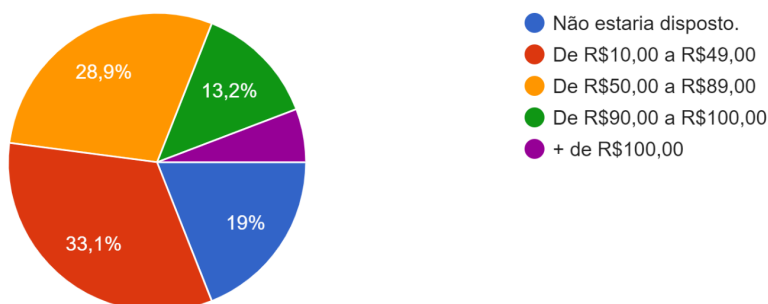
Quando perguntado se os respondentes estariam dispostos a pagar por uma avaliação técnica - visita do técnico para avaliar situação da máquina antes do encaminhamento à oficina - 76,9% (93 pessoas) dos respondentes afirmaram que estariam dispostos. Considerando que as assistências muitas vezes se deslocam para lugares distantes e conseguem realizar uma avaliação e encontrar e sanar o problema dentro dessa avaliação

técnica, as empresas devem sempre cobrar um valor justo, que seja acessível para o cliente e justo para ambos os lados.

Gráfico 25 - Valor Disponível para Pagamento de Avaliação Técnica.

25. Até quanto você pagaria por essa avaliação técnica?

121 respostas



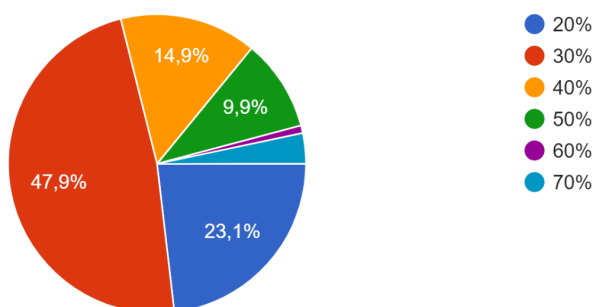
Fonte: Elaboração Própria (2024).

Ainda sobre avaliação técnica (visita) quando perguntado sobre o valor médio que os respondentes pagariam, foi encontrado uma opinião versátil, dado que todas as opções tiveram seleções, contudo, os respondentes afirmaram com maior firmeza 33,1% (40 pessoas) respondentes que pagariam entre R\$10,00 a R\$49,00, enquanto que o segundo grupo com maior presença, 28,9% (35 pessoas) dizem que pagariam entre R\$50,00 a R\$89,00. Através disso, a empresa consegue tirar uma média de quanto o consumidor estaria disposto a pagar pela parte inicial do serviço, que muitas vezes inclui outros aspectos importantes, como taxas de deslocamentos e utilizações de equipamentos.

Gráfico 26 - Disponibilidade de Pagamento Comparado a Porcentagem do Valor da Máquina.

26. Até quantos % do valor da sua máquina de lavar roupas você estaria disposto a pagar pelo conserto?

121 respostas



Fonte: Elaboração Própria (2024).

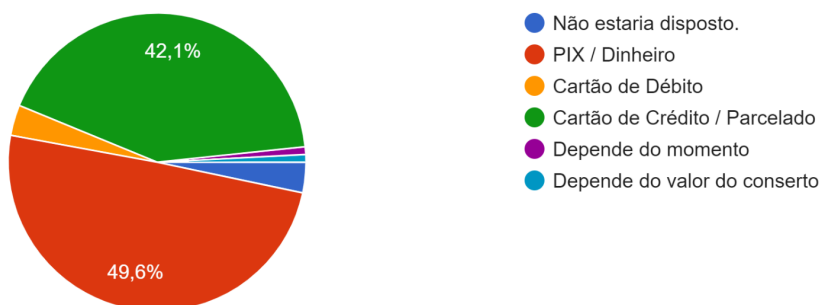
Quando perguntado até quantos por cento do valor da máquina de lavar roupas os respondentes estariam dispostos a pagar por um conserto, 47,9% (58 pessoas) disseram que pagariam até 30% do valor no serviço de conserto, enquanto que 23,1% (28 pessoas) pagariam até 20% do valor, 14,9% (18 pessoas) pagariam 40% do valor, 9,9% (12 pessoas)

pagariam 50% do valor, 3,3% (4 pessoas) pagariam até 70% do valor e apenas 1 pessoa pagaria até 60% do valor. Ou seja, grande parte dos respondentes não estariam dispostos a pagar tanto pelo serviço de conserto, quando comparado ao valor de sua máquina ou de uma máquina nova.

Gráfico 27 - Melhor Forma de Pagamento.

27. Qual seria a melhor forma de pagamento para você, visando a resposta anterior?

121 respostas



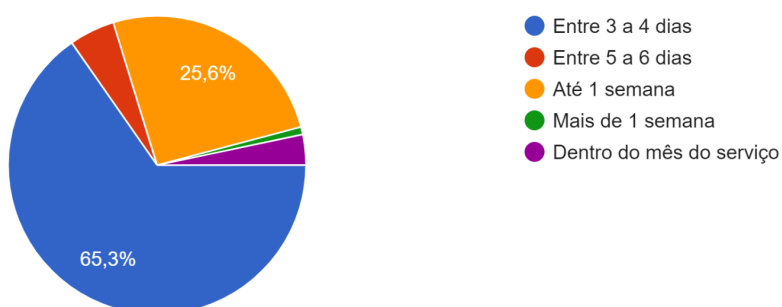
Fonte: Elaboração Própria (2024).

Considerando as formas de pagamento oferecidas hoje em dia no mercado, quando perguntado qual seria a melhor forma de pagamento quanto aos serviços, as duas que mais dominaram foram, pix/dinheiro, com 49,6% (60 pessoas) das seleções e cartão de crédito/parcelado com 42,1% (51 pessoas) de seleções, mostrando que, isso varia de acordo com o consumidor, com o valor que está sendo cobrado e o momento que o serviço está sendo feito. Por isso, há a necessidade da empresa obter um leque de opções de pagamentos, visando atender todas as escolhas dos clientes, independentemente de qual seja a escolhida.

Gráfico 28 - Tempo de Recebimento da Máquina.

28. Se sua máquina de lavar roupas precisasse de manutenção/conserto, em quanto tempo, em média, você gostaria de recebe-la após a finalização do serviço?

121 respostas



Fonte: Elaboração Própria (2024).

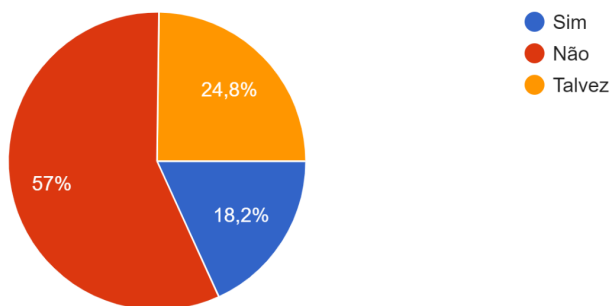
Ao questionar quanto tempo em média os consumidores gostariam de receber a máquina de lavar, caso ela necessitasse de manutenção ou consertos, 65,3% (79 pessoas) dos respondentes afirmaram que gostariam de tê-la de volta entre 3 a 4 dias, enquanto que 25,6% (31 pessoas) dos respondentes disseram que gostariam de receber em até 1 semana. Com isso, consegue-se perceber a falta que a máquina de lavar faz na rotina dos respondentes, podendo

influenciar em diversas tarefas diárias e em outros fatores. Sendo assim, o tempo de finalização do serviço e retorno da máquina ao cliente é algo que a empresa deve assegurar uma agilidade e efetividade.

Gráfico 29 - Possível Aluguel de Máquina Enquanto Aguarda Finalização de Serviço.

29. Caso sua máquina fosse para oficina, seria viável alugar uma máquina de lavar roupas por um valor simbólico, com a finalidade de não atrasar as atividades?

121 respostas



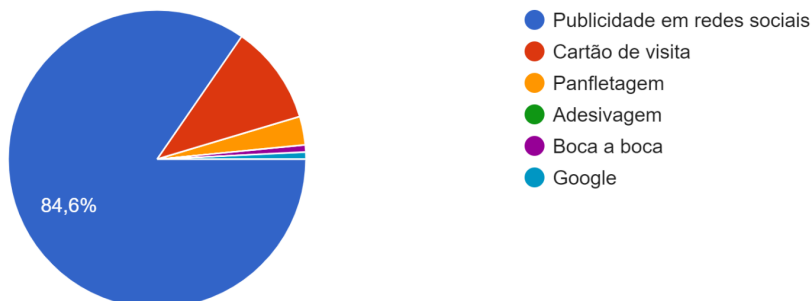
Fonte: Elaboração Própria (2024).

Na questão 29, foi perguntado sobre a viabilidade do aluguel de máquinas de lavar, por um valor simbólico, enquanto se aguarda a finalização do serviço de manutenção e/ou conserto. Todavia, os respondentes não reagiram positivamente quanto a ideia, tendo 57% (69 pessoas) escolhas como não viável, 24,8% (30 pessoas) escolhas como uma possibilidade, escolhidas como talvez, e apenas 18,2% (22 pessoas) dos respondentes afirmam que haveria viabilidade quanto ao aluguel. À vista disso, é um serviço que não é viável para a empresa implantar, levando em consideração de que haveria investimento para que pudesse existir a possibilidade de aluguel, contudo, perante essa pesquisa, os consumidores não iriam cogitar tal ideia, mostrando assim, a inviabilidade.

Gráfico 30 - Modos de Divulgação.

30. Qual o modo de divulgação você acha que é mais efetivo?

130 respostas



Fonte: Elaboração Própria (2024).

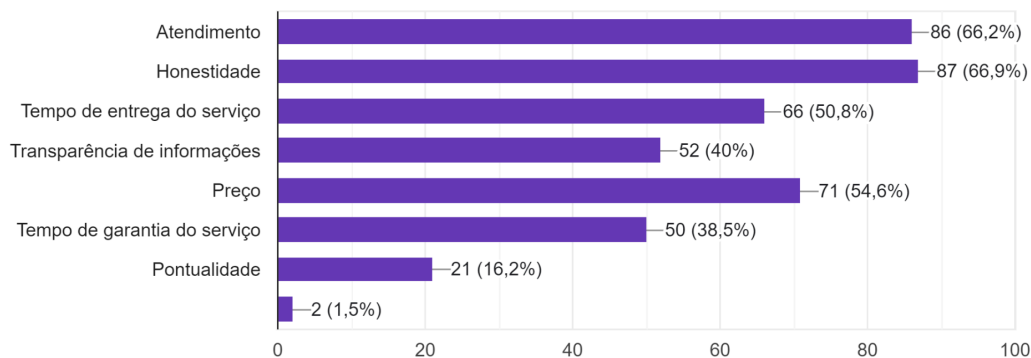
Quanto ao modo de divulgação, quando perguntado qual o mais efetivo, 84,6% dos respondentes, (110 pessoas), escolheram a publicidade em redes sociais. Isso traz uma direção

para a empresa, mostrando qual o meio mais efetivo de divulgação há a possibilidade de melhorar as estratégias e por fim, alcançar resultados mais satisfatórios.

Gráfico 31 - Critérios para Indicação.

31. Quais desses critérios você levaria mais em consideração para indicar uma assistência técnica para alguém? (escolher até 3 alternativas)

130 respostas



Fonte: Elaboração Própria (2024).

Antes de finalizar a pesquisa, foi perguntado aos respondentes quanto aos critérios mais levados em consideração quando há a possibilidade de indicação de uma assistência técnica, através disso, os critérios mais selecionados foram, honestidade, com 87 escolhas, atendimento, com 86 seleções, e preço, com 71 escolhas. Por meio disso, Consegue-se perceber que somente o preço não é suficiente para a indicação de uma assistência técnica, há outros fatores que são levados em consideração, como atendimento, honestidade, transparência, pontualidade etc. e que todos esses critérios fazem uma boa empresa ou um bom profissional continuarem sendo indicados e assim, continuarem em crescimento no mercado.

3.2 Perfil dos Consumidores

Com base na pesquisa de mercado é possível traçar um perfil de consumidores que auxilie a empresa a elaborar estratégias mais assertivas e específicas minimizando o erro com seus clientes.

Dessa forma, conseguiu se chegar a um seguinte perfil de consumidor: ambos os sexos, tendo as mulheres (56,2%) mais presença que os homens (43,8%), entre 18 a 40 anos (81,5%), onde a maioria possui somente o ensino médio completo (59,2%), que estudam e trabalham (46,9%) e que tem a renda mensal entre R\$1.412,01 a R\$4.236,00 (56,9%), grande parte dos consumidores são residentes da zona sul de João Pessoa - PB (66,2%) e possuem o estado civil de solteiro (59,2%).

A maioria dos respondentes possuem máquinas de lavar e as marcas que mais são utilizadas por eles são a Electrolux (37,2%), Consul (25,6%) e Brastemp (24,8%), consideradas as marcas mais tradicionais e consolidadas no mercado, das quais os consumidores acham um eletrodoméstico de extrema importância no cotidiano (78,5%) utilizando-a em média de 2 a 3 vezes na semana (66,1%) e afirmam que se precisassem de serviços em suas máquinas de lavar procurariam assistências técnicas ou técnicos independentes (85,1%) de preferência com indicação de vizinhos e amigos (68,6%). Entre os canais de comunicação, os preferidos são WhatsApp e/ou Telegram (83,5%).

Ao considerar os fatores decisivos na escolha de assistências técnicas para a realização de serviços os que mais se mostram prioridades em ordem crescente foram: tempo de garantia de serviço (81,8%) , tempo de finalização de serviço (72,7%), tempo de atendimento (62,8%), flexibilidade (58,7%), local da assistência técnica (52,1%), avaliação no google (42,1%) e possuir CNPJ (34,7%). No que se refere ao pagamento de avaliação técnica à domicílio, cerca 76,9% estariam dispostos a pagar um valor entre R\$10,00 a 89,00 (62%), quando referido ao valor de serviços os respondentes realizariam o serviço se fossem até 30% do valor total da máquina de lavar (47,9%), tendo como melhor forma de pagamento cartões de crédito e/ou débito (42,1%) e PIX e/ou dinheiro (49,6%).

No que se refere ao modo de divulgação mais efetivo, houve destaque na publicidade em redes sociais (84,6%) e quanto a indicação do serviço para outras pessoas os critérios mais avaliados para isso ocorrer são: honestidade (66,9%), atendimento (66,2%) e preço (54,6%).

3.3 Análise dos Resultados

Ao analisar o perfil dos consumidores observou-se que os dados obtidos podem vir a se converter em fontes de estratégias para a empresa, cabendo somente utilizá-las corretamente, focando em satisfazer o cliente trazendo sempre excelência em seus serviços, obtendo retorno financeiro e crescimento no mercado.

4 PLANO DE *MARKETING*

4.1 Logomarca

A logomarca foi elaborada pensando na proposta de serviços de manutenção e consertos em máquinas de lavar roupas, por isso a junção do eletrodoméstico e da engrenagem a fim de trazer essa conexão.

Figura 3 – Logomarca ADM Lavadoras.



Fonte: Elaboração Própria (2024).

4.2 Serviços Oferecidos

Os serviços ofertados pela empresa serão relacionados a manutenções e consertos de máquinas de lavar roupas, como limpeza de determinadas partes, manutenção em todo o equipamento ou troca de peças, que irão abranger toda a João Pessoa - PB, podendo ser realizado na residência do cliente, na localidade onde a máquina de lavar roupas se encontra ou, quando necessário, na oficina da empresa.

4.3 Preço

Os preços dos serviços são calculados considerando diversas variáveis como custo de peças (se necessitar de compra e troca), custo dos insumos utilizados (graxa, cola, óleo lubrificante, etc) custos variáveis e fixos da empresa, custo de deslocação até a casa do cliente, valores praticados pelos concorrentes e, por fim, a rentabilidade desejada pela empresa, sempre utilizando da acessibilidade de preço garantindo a excelência no serviço.

Quadro 5 – Valor Médio de Serviços.

Descrição do serviço	Valor em média (\$)
Avaliação técnica (maq. Convencional)	R\$ 80,00
Avaliação técnica (maq. Lava e seca)	R\$ 100,00
Higienização completa (máq. Convencional)	R\$ 320,00
Higienização completa (máq. Lava e seca)	R\$ 400,00
Recuperação do tanque	R\$ 90,00
Troca de kit mecanismo	R\$ 290,00
Troca de válvula de água	R\$ 130,00
Troca de eletrobomba	R\$ 130,00
Troca de guarnição	R\$ 380,00
Troca kit cruzeta	R\$ 450,00
Troca do motor	R\$ 130,00
Troca de pressostato	R\$ 130,00
Troca do suporte do cesto	R\$ 290,00
Troca do tirantes	R\$ 90,00
Troca de amortecedores	R\$ 180,00
Troca da mangueira de drenagem	R\$ 130,00
Troca de atuador	R\$ 150,00
Troca da polia	R\$ 130,00
Troca da correia	R\$ 130,00

Fonte: Elaboração Própria (2024).

Salientando que os valores dos serviços são oscilantes, levando em consideração a alteração constante no preço de peças e dos materiais utilizados nos serviços.

4.4 Praça

Sabe-se que a utilização da praça em uma organização é de grande importância, pois é através dela que os clientes podem encontrar a empresa, online ou presencialmente.

Com isso, o local escolhido para sediar a oficina da empresa, onde serão feitas as atividades de manutenção e conserto das máquinas de lavar roupas, fica na rua Antônio Alves de Moraes, no bairro do Jardim Veneza, João Pessoa, Paraíba.

4.5 Estratégias Promocionais

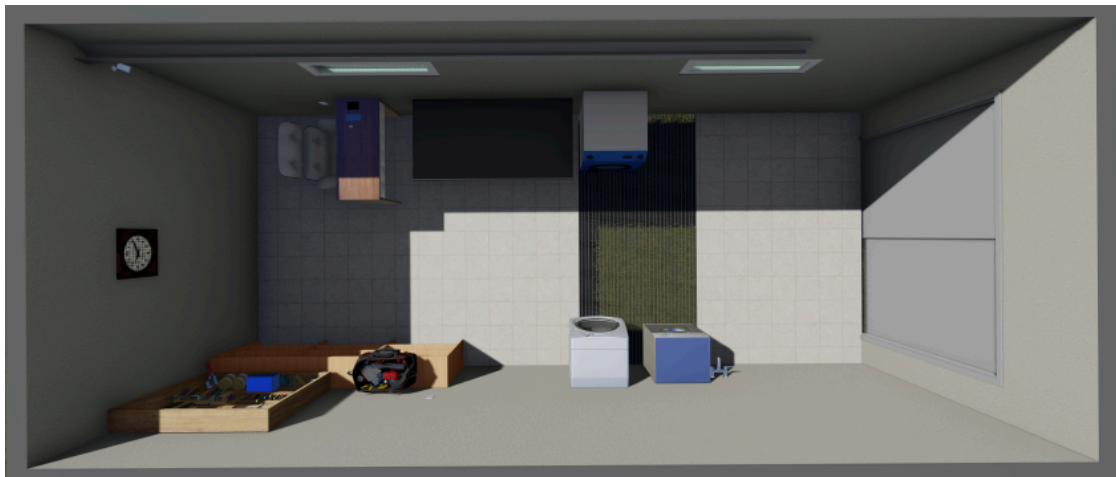
A promoção, a médio prazo, terá foco no *marketing* digital, a divulgação da empresa se dará por meio de estratégias aplicadas a publicações em redes sociais, como *Instagram* e *WhatsApp*, das quais serão utilizadas publicações pagas, se necessário, onde serão abordadas informações sobre os serviços oferecidos. Já a longo prazo, é pensando em agregar as plataformas utilizadas com um *site*, para que se tenha um ambiente mais completo, em que os consumidores possam realizar tudo que desejam em apenas uma plataforma, possuindo todas as informações em um só ambiente, tendo a possibilidade de procurar serviços e conhecer a empresa até marcar uma visita técnica.

5 PLANO OPERACIONAL

5.1 Arranjo Físico

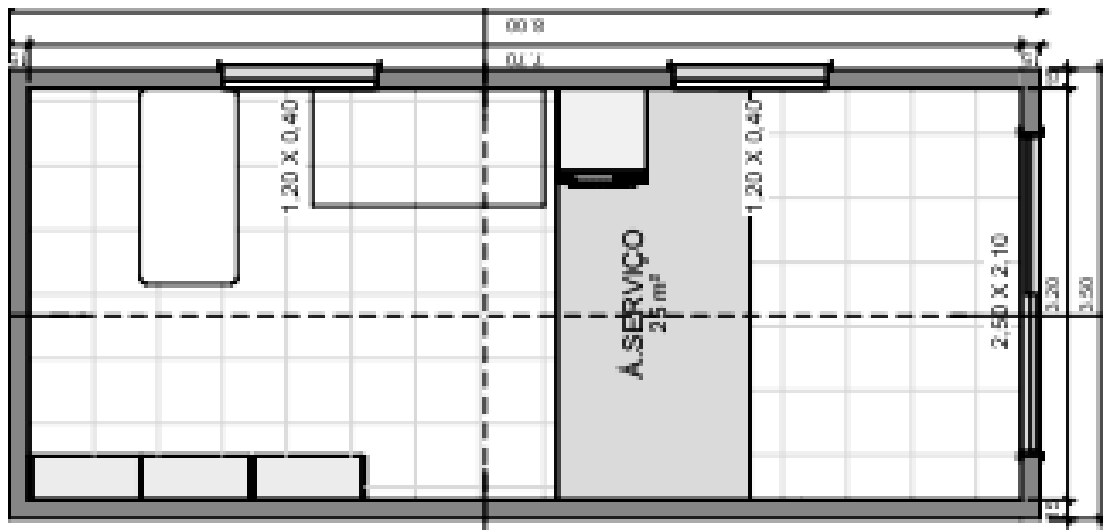
O espaço utilizado pela empresa será aproveitado como a oficina para conserto e os serviços de manutenção nas máquinas de lavar, possuindo prateleiras e armários, tendo como finalidade o armazenamento de produtos e de ferramentas utilizadas, uma mesa com cadeira para que o proprietário possa realizar o contato com os clientes via plataformas (redes sociais, ligações etc.), um gradeado para drenagem da água utilizada para os testes das máquinas e uma mesa grande para que seja realizado o manuseio das peças e insumos utilizados nos serviços.

Figura 4 – Arranjo Físico da Empresa.



Fonte: Elaborado pelo Estudante de Arquitetura, Gabriel Macedo (2024).

Figura 5 – Planta Baixa da Empresa.



Fonte: Elaborado pelo Estudante de Arquitetura, Gabriel Macedo (2024).

5.2 Capacidade de Atendimento

Referente à capacidade da empresa é fundamental considerar o funcionamento de segunda à sexta das 9h às 17h para a oficina, e todos os dias para atendimentos em domicílio, a depender da disponibilidade e necessidade dos clientes.

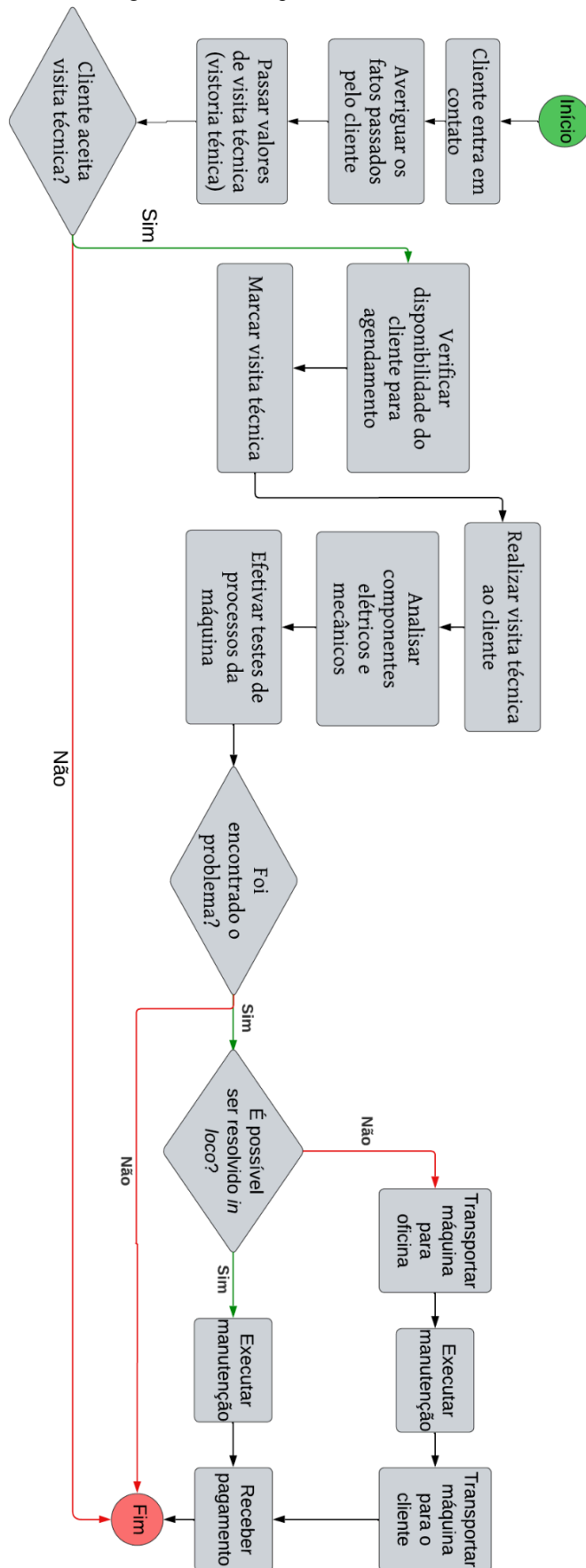
5.3 Processos operacionais

Os processos operacionais incluem as atividades cotidianas executadas na empresa, como a realização de algum serviço, o procedimento de atendimento ao cliente e o procedimento de entrega final do serviço. Esses processos foram analisados em campo e foi identificado um certo padrão, facilitando assim a elaboração de um modelo de procedimento geral.

5.3.1 Fluxograma do Macroprocesso de Atendimento

O atendimento ao cliente é uma atividade essencial no cotidiano da empresa, por isso é necessário se ter um procedimento estabelecido e padronizado para que se possa minimizar erros e por fim, conseguir o serviço. No macroprocesso de atendimento, é englobado desde o primeiro contato, com a marcação da visita, até a realização do serviço, que é o processo de manutenção e entrega da máquina ao cliente.

Figura 6 – Macroprocesso de Atendimento.



Fonte: Elaboração Própria (2024).

5.4 Necessidade de Pessoal

Inicialmente, o quadro de funcionários será composto apenas pelo proprietário, que será responsável pelos serviços de manutenção e conserto, pelo atendimento ao cliente, execução das visitas, realização dos fretes e pela parte financeira da empresa.

Quadro 6 – Necessidade de Pessoal.

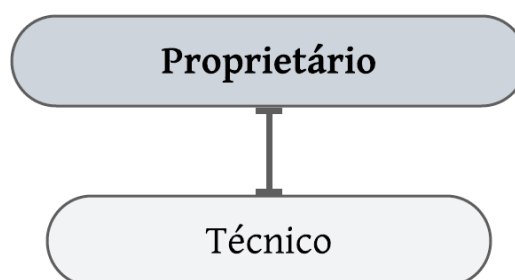
Cargo/Função	Qualificação
Proprietário / Técnico	Curso profissionalizante de mecânica e elétrica

Fonte: Elaboração Própria (2024).

5.5 Estrutura Organizacional

Como a empresa, a princípio, não terá a necessidade de outros funcionários, senão o proprietário, a estrutura organizacional da ADM Lavadoras é simples, possuindo apenas o proprietário como o próprio técnico responsável pelos serviços e por todas as outras áreas do negócio.

Figura 7 – Organograma da Empresa.



Fonte: Elaboração própria (2024).

6 PLANO FINANCEIRO

6.1 Investimento Fixo

Os investimentos fixos correspondem aos bens necessários para proporcionar o funcionamento da empresa de forma adequada, tendo que ser levado em consideração as quantidades necessárias, seus valores unitários e o valor total a ser desembolsado. Alguns exemplos de investimentos fixos são: máquinas, equipamentos, móveis e utensílios, entre outros. No quadro abaixo é possível observar os itens que compõem o investimento fixo preliminar do negócio.

Quadro 7 – Máquinas e Equipamentos.

MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS				
Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1	Maquineta de cartão	1	R\$ 217,00	R\$ 217,00
2	Kit de ferramentas	1	R\$ 540,00	R\$ 540,00
3	Kit saca mecanismo	1	R\$ 55,00	R\$ 55,00
4	Carretinha/reboque	1	R\$ 3.986,00	R\$ 3.986,00
5	Telefone móvel	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
TOTAL			R\$ 5.598,00	R\$ 5.598,00

Fonte: Elaboração Própria (2024).

Quadro 8 – Móveis e Utensílios.

MÓVEIS E UTENSÍLIOS				
Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1	Armário de ferramentas	1	R\$ 135,00	R\$ 135,00
2	Estante organizadora	1	R\$ 109,00	R\$ 109,00
3	Bancada de madeira	1	R\$ 220,00	R\$ 220,00
4	Mesa de escritório	1	R\$ 142,00	R\$ 142,00
5	Cadeira	1	R\$ 139,90	R\$ 139,90
6	Gradil de plástico	1	R\$ 149,50	R\$ 149,50
TOTAL			R\$ 895,40	R\$ 895,40

Fonte: Elaboração Própria (2024).

Quadro 9 – Total dos Investimentos Fixos.

TOTAL DOS INVESTIMENTOS INICIAIS
R\$ 6.493,40

Fonte: Elaboração Própria (2024).

6.2 Capital de Giro

O capital de giro é um recurso financeiro de rápida renovação e corresponde ao valor em dinheiro que a empresa precisa ter disponível para suprir suas necessidades, desde a aquisição de seus insumos até o recebimento da venda de seus produtos ou dos serviços. Para se chegar ao resultado do capital de giro é necessário ter a estimativa do estoque inicial da empresa - que nesse caso, a ADM Lavadoras não irá possuir, pois não trabalha com estoque, por tratar apenas de serviços de manutenções onde só realiza a compra de peças e afins quando precisa realizar algum serviço e o cliente aceita a compra de tais necessidades - e o caixa mínimo.

6.2.1 Caixa Mínimo

O caixa mínimo é o capital de giro próprio necessário para movimentar as finanças da organização, fazendo com que a empresa consiga arcar com os seus custos até que o dinheiro dos clientes esteja disponível no caixa. Para seu resultado torna-se necessário calcular o prazo médio de recebimento de vendas, prazo médio de pagamento ao fornecedor, necessidade de média de estoque - que no caso da ADM Lavadoras, não possui a necessidade de utilização de estoque - e a necessidade líquida de capital de giro.

6.2.1.1 Prazo Médio de Vendas

Quadro 10 – Prazo Médio de Recebimento de Vendas.

PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO DE VENDAS			
Prazo Médio de Vendas	%	Nº dias	Média de dias
À vista	60	0	0
A prazo (30 dias)	15	30	4,5
A prazo (60 dias)	25	60	15
	100	Prazo Médio Total	19,5

Fonte: Elaboração Própria (2024).

Para a elaboração do quadro de prazo de recebimento de vendas, está sendo levando em consideração que para a condição de à vista estão as vendas realizadas a dinheiro, via pix e débito, que são recebidas no mesmo momento, para as vendas a prazo estão as realizadas a crédito com prazo de pagamento de 30 e 60 dias, contudo, o prazo de recebimento do valor por parte do empresário é de 48 horas (2 dias).

6.2.1.2 Prazo Médio de Pagamento ao Fornecedor

Quadro 11 – Prazo Médio de Pagamento ao Fornecedor.

PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO AO FORNECEDOR			
Prazo Médio de Compras	%	Nº dias	Média de dias
À vista	80	0	0
A prazo (30 dias)	20	30	6
	100	Prazo Médio Total	6

Fonte: Elaboração Própria (2024).

Na realização do Quadro 11, foi considerado apenas o prazo de 30 dias para as vendas a prazo, pois a maioria dos fornecedores só as realiza dessa forma, e, para ficar de uma forma organizada, a empresa tomará como padrão para as compras de fornecedores a prazo.

6.2.1.3 Necessidade Líquida de Capital de Giro

Quadro 12 – Necessidade Líquida de Capital de Giro.

Descrição	Dias
Prazo médio de vendas	19,5
Total de recursos da empresa fora do caixa	19,5
Prazo médio de pagamento ao fornecedor	6

Total de recursos de terceiros no caixa da empresa	6
Necessidade líquida de capital de giro	13,5

Fonte: Elaboração Própria (2024).

O quadro de necessidade líquida de capital de giro se dá com a somatória do prazo médio de vendas e o prazo médio de estocagem - contudo, o segundo não se faz presente no cálculo pois a empresa não utiliza de estoques, diminuindo desse resultado o valor do prazo médio de pagamento aos fornecedores. Sendo assim, é adquirida a necessidade líquida de capital de giro em dias, para que, posteriormente, possa se obter em reais.

6.2.2 Capital de Giro em Reais

Quadro 13 – Necessidade Líquida de Capital de Giro (\$).

CAPITAL DE GIRO (\$)	
1. Custo fixo mensal	R\$ 545,88
2. Custo variável mensal	R\$ 200,00
3. Custo total da empresa (1+2)	R\$ 745,88
4. Custo total diário (3 / 30 dias)	R\$ 24,86
5. Necessidade líquida de capital de giro em dias	13,5
Capital de giro (4 * 5)	R\$ 335,65

Fonte: Elaboração Própria (2024).

Concluindo, após incluir os custos (fixos e variáveis) e multiplicando a necessidade líquida de capital de giro em dias com os custos totais diários, é possível determinar o capital de giro, em reais, necessário e identificar os investimentos financeiros iniciais requeridos.

6.3 Investimentos Pré-operacionais

Os investimentos pré-operacionais referem-se aos gastos que necessitam ser realizados antes da empresa iniciar suas atividades, como exemplos tem-se: despesas com cursos, especializações e treinamentos, despesas legais para formalização, obras, etc.

Quadro 14 – Investimentos Pré-operacionais.

INVESTIMENTOS PRÉ OPERACIONAIS	
Descrição	Valor
Curso Profissionalizante	R\$ 720,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 1.800,00
TOTAL	R\$ 2.520,00

Fonte: Elaboração Própria (2024).

Nos investimentos pré-operacionais foram incluídos o curso profissionalizante realizado para aperfeiçoar as técnicas mecânicas e elétricas específicas necessárias para o manuseio das máquinas de lavar e as obras civis e/ou reforma que será realizada para a construção da oficina.

6.4 Investimento Total

O investimento total é a somatória da estimativa dos investimentos fixos, estimativa do capital de giro e a estimativa dos investimentos pré-operacionais.

Quadro 15 – Investimentos Totais.

INVESTIMENTOS TOTAIS	
Descrição	Valor
Estimativa de investimentos fixos	R\$ 6.493,40
Estimativas de capital de giro	R\$ 335,65
Estimativa de investimentos pré operacionais	R\$ 2.520,00
TOTAL	R\$ 9.349,05

Fonte: Elaboração Própria (2024).

6.5 Estimativa Do Faturamento Mensal

O faturamento mensal é uma previsão de receita da empresa, onde se irá considerar que determinada quantidade de serviço seja realizada no mês, dentro do esperado e do possível nas circunstâncias de atendimento, lembrando a dificuldade da realização de alguns serviços devido a durabilidade de algumas peças.

Quadro 16 – Faturamento Mensal Estimado.

FATURAMENTO MENSAL ESTIMADO			
Descrição	Quantidade estimada de serviços realizados	Preço de unitário de serviço	Faturamento Total
Avaliação técnica (maq. Convencional)	4	R\$ 80,00	R\$ 320,00
Avaliação técnica (maq. Lava e seca)	4	R\$ 100,00	R\$ 400,00
Higienização completa (maq. Convencional)	1	R\$ 320,00	R\$ 320,00
Higienização completa (maq. Lava e seca)	0	R\$ 400,00	R\$ 0,00
Recuperação do tanque	2	R\$ 90,00	R\$ 180,00
Troca de kit mecanismo	2	R\$ 290,00	R\$ 580,00
Troca de válvula de água	1	R\$ 130,00	R\$ 130,00
Troca de eletrobomba	1	R\$ 130,00	R\$ 130,00
Troca de guarnição	0	R\$ 380,00	R\$ 0,00
Troca kit cruzeta	1	R\$ 450,00	R\$ 450,00
Troca do motor	1	R\$ 130,00	R\$ 130,00
Troca de pressostato	0	R\$ 130,00	R\$ 0,00
Troca do suporte do cesto	2	R\$ 290,00	R\$ 580,00
Troca do tirantes	0	R\$ 90,00	R\$ 0,00
Troca de amortecedores	1	R\$ 180,00	R\$ 180,00
Troca da mangueira de drenagem	0	R\$ 130,00	R\$ 0,00
Troca de atuador	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Troca da polia	0	R\$ 130,00	R\$ 0,00

Troca da correia	0	R\$ 130,00	R\$ 0,00
TOTAL		R\$ 2.630,00	R\$ 3.550,00

Fonte: Elaboração Própria (2024).

6.6 Custo Comercial

Os custos comerciais referem-se aos que são calculados em cima da receita da empresa, há também o adicional dos custos com publicidade, contudo, não é o caso da empresa no momento, podendo vir a ser mais a frente.

Quadro 17 – Custo de Comercialização.

CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO			
Descrição	%	Faturamento Mensal Estimada	Custo Total
Simplex (IF)	0	R\$ 3.550,00	R\$ 0,00
Taxa Maquineta	3,05%	R\$ 3.550,00	R\$ 108,28
TOTAL			R\$ 108,28

Fonte: Elaboração Própria (2024).

6.7 Custo De Mão De Obra

Os custos de trabalho dizem respeito à folha de pagamento dos colaboradores, incluindo seus direitos e descontos. No entanto, na empresa, atualmente, não existem custos de mão de obra com funcionários.

6.8 Custo Depreciação

Os custos de depreciação são relacionados ao processo pelo qual um bem perde valor ao longo de sua vida útil.

Quadro 18 – Custo de Depreciação.

CUSTO DEPRECIÇÃO				
Descrição	Valor	Vida Útil	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e equipamentos	R\$ 4.798,00	10	R\$ 479,80	R\$ 39,98
Telefone móvel	R\$ 800,00	5	R\$ 160,00	R\$ 13,33
Móveis e utensílios	R\$ 895,40	10	R\$ 89,54	R\$ 7,46
TOTAL			R\$ 729,34	R\$ 60,78

Fonte: Elaboração Própria (2024).

6.9 Custo Fixo Mensal

Os custos fixos são as despesas que não estão relacionadas às quantidades de produtos vendidos ou de serviços realizados, eles não custam variar e devem ser pagos independentemente se houver realização de serviço ou vendas.

Quadro 19 – Custos Fixos Operacionais Mensais.

CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS	
Descrição	Valor
Água	R\$ 155,00
Energia	R\$ 200,00
Recarga- Telefone celular	R\$ 54,50
Depreciação	R\$ 60,78
Custo MEI	R\$ 75,60
TOTAL	R\$ 545,88

Fonte: Elaboração Própria (2024).

Referente ao pró-labore, tendo em vista o porte da empresa se enquadrar como MEI, não será incluído inicialmente, podendo esse cálculo ser avaliado futuramente com o crescimento da empresa.

6.10 Custo Variável Mensal

Em contrapartida, os custos variáveis são as despesas que estão vinculadas diretamente com a quantidade de vendas dos produtos ou a realização de um serviço, quanto maior for essa variável, maior será o custo.

Quadro 20 – Custos Variáveis Mensais.

CUSTO VARIÁVEL MENSAL	
Descrição	Valor
Gasolina	R\$ 200,00
TOTAL	R\$ 200,00

Fonte: Elaboração Própria (2024).

6.11 Demonstração Do Resultado Do Exercício

Finalizando o planejamento financeiro da empresa, é necessário a realização de uma DRE que é o demonstrativo dos resultados da empresa, evidenciando ao final qual será o lucro líquido da empresa a partir das estimativas obtidas que vão exibir se haverá, realmente, lucro ou prejuízo.

Quadro 21 – Demonstrativo de Resultado de Exercício.

DRE - Demonstração do Resultado do Exercício			
Descrição	Valor Mensal em \$	Valor Anual em \$	%
1. Receita Total (=)	R\$ 3.550,00	R\$ 42.600,00	100
Custo Variável	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00	5,63
Custo de comercialização	R\$ 108,28	R\$ 1.299,30	3,05
2. Custo Variável Total (=)	R\$ 308,28	R\$ 3.699,30	8,68
3. Lucro Operacional (1-2)	R\$ 3.241,73	R\$ 38.900,70	91,32
4. Custos Fixos Totais	R\$ 545,88	R\$ 6.550,54	15,38
5. Lucro Líquido (3-4)	R\$ 2.695,85	R\$ 32.350,16	75,94

Fonte: Elaboração Própria (2024).

7 INDICADORES DE VIABILIDADE

7.1 Ponto De Equilíbrio

O ponto de equilíbrio de uma empresa indica o valor que deve ser faturado para não haver prejuízo, ou seja, conseguir pagar suas despesas em determinado período. Através desse indicador é possível entender de forma mais clara a dinâmica da empresa, auxiliando na construção de metas e até mesmo na identificação de um produto ou serviço que não esteja sendo atrativo.

Para encontrar o ponto de equilíbrio, primeiro é necessário calcular o índice de margem de contribuição, isso é feito subtraindo o Custo Variável da Receita Total e, em seguida, dividindo o resultado pela Receita Total.

$$\text{IMC (Índice de Margem de Contribuição)} = \frac{\text{Receita Total} - \text{Custo Variável Total}}{\text{Receita Total}}$$

$$\text{IMC} = \frac{\text{R\$ 42.600} - \text{R\$ 3.699,30}}{\text{R\$ 42.600}} \rightarrow \text{IMC} = 0,9131$$

Após realizar o cálculo da margem de contribuição, deve-se realizar a fórmula do Ponto de Equilíbrio:

$$\text{PE} = \frac{\text{Custos Fixos Totais}}{\text{IMC}} \rightarrow \text{PE} = \frac{\text{R\$ 6.550,54}}{0,9131} \rightarrow \text{PE} = \text{R\$7.173,95 reais}$$

Ou seja, a empresa deve ter uma receita mínima anual de R\$7.173,95 reais para conseguir cobrir suas responsabilidades e não funcionar no prejuízo.

7.2 Lucratividade

A lucratividade está relacionada com o lucro da empresa, é um indicador em forma de porcentagem e representa o quanto de lucro a empresa gera em cima do valor de suas vendas e/ou serviços após as deduções das despesas. Esse indicador aponta se a empresa está fundamentando ou não a sua operação, ou seja, se as vendas ou serviços realizados estão sendo suficientes para pagar os custos e ainda gerar lucro.

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita Total}} * 100$$

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{R\$ 32.350,16}}{\text{R\$ 42.600}} * 100$$

$$\text{Lucratividade} = 75,94 \% \text{ a.a}$$

Sendo assim, a empresa terá uma lucratividade de 75,94% a.a sobre a realização dos serviços, após as deduções das despesas.

7.3 Rentabilidade

A rentabilidade indica o retorno de determinado investimento realizado no negócio, também pode ser utilizado em um investimento em fase de planejamento, visando se há ou não a viabilidade de resultados para a empresa. Esse indicador pode ser conseguido através da divisão do lucro líquido pelo investimento total.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento Total}} * 100$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{R\$ 32.350,16}}{\text{R\$ 9.349,05}} * 100$$

$$\text{Rentabilidade} = 346,02\% \text{ a.a}$$

Conclui-se que o negócio é rentável, tendo em vista que a empresa irá recuperar 347,36% do total investido no ano.

7.4 Prazo De Retorno De Investimento

O prazo de retorno de investimento indica a atratividade de um negócio. Ele demonstra o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que foi investido. Este indicador exibe por meio de uma taxa de retorno, qual foi a quantia que um investidor obteve como resultado do lucro ou prejuízo em relação ao valor investido.

$$\text{PRI} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}}$$

$$\text{PRI} = \frac{\text{R\$ 9.349,05}}{\text{R\$ 32.350,16}} \rightarrow 0,29 \text{ ano}$$

Através do resultado, consegue-se identificar que para recuperar o dinheiro investido na empresa será necessário menos de um ano, cerca de 3,47 meses.

8 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

8.1 Cenário Otimista

No cenário otimista foi levado em consideração a realização de mais serviços, possuindo uma melhoria em vários valores, lembrando ainda a dificuldade da execução de alguns serviços devido ao extenso tempo de durabilidade de algumas peças.

8.1.1 Faturamento Mensal Estimado

Quadro 22 – Faturamento Mensal Estimado - Cenário Otimista.

FATURAMENTO MENSAL ESTIMADO			
Descrição	Quantidade estimada de serviços realizados	Preço de unitário de serviço	Faturamento Total
Avaliação técnica (maq. Convencional)	4	R\$ 80,00	R\$ 320,00
Avaliação técnica (maq. Lava e seca)	4	R\$ 100,00	R\$ 400,00
Higienização completa (maq. Convencional)	2	R\$ 320,00	R\$ 640,00
Higienização completa (maq. Lava e seca)	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Recuperação do tanque	2	R\$ 90,00	R\$ 180,00
Troca de kit mecanismo	2	R\$ 290,00	R\$ 580,00
Troca de válvula de água	1	R\$ 130,00	R\$ 130,00
Troca de eletrobomba	1	R\$ 130,00	R\$ 130,00
Troca de guarnição	0	R\$ 380,00	R\$ 0,00
Troca kit cruzeta	3	R\$ 450,00	R\$ 1.350,00
Troca do motor	1	R\$ 130,00	R\$ 130,00
Troca de pressostato	0	R\$ 130,00	R\$ 0,00
Troca do suporte do cesto	2	R\$ 290,00	R\$ 580,00
Troca do tirantes	0	R\$ 90,00	R\$ 0,00
Troca de amortecedores	1	R\$ 180,00	R\$ 180,00
Troca da mangueira de drenagem	0	R\$ 130,00	R\$ 0,00
Troca de atuador	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Troca da polia	0	R\$ 130,00	R\$ 0,00
Troca da correia	0	R\$ 130,00	R\$ 0,00
TOTAL		R\$ 2.630,00	R\$ 5.170,00

Fonte: Elaboração Própria (2024).

8.1.2 Custo de Comercialização

Quadro 22 – Custo de Comercialização - Cenário Otimista.

CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO			
Descrição	%	Faturamento Mensal Estimada	Custo Total
Simplex (IF)	0	R\$ 5.170,00	R\$ 0,00
Taxa Maquineta	3,05%	R\$ 5.170,00	R\$ 157,69
TOTAL			R\$ 157,69

Fonte: Elaboração Própria (2024).

8.1.3 Demonstração do Resultado do Exercício

Quadro 24 – Demonstrativo de Resultado do Exercício - Cenário Otimista.

DRE - Demonstração do Resultado do Exercício			
Descrição	Valor Mensal em \$	Valor Anual em \$	%
1. Receita Total (=)	R\$ 5.170,00	R\$ 62.040,00	100
Custo Variável	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00	3,87
Custo de comercialização	R\$ 157,69	R\$ 1.892,22	3,05
2. Custo Variável Total (=)	R\$ 357,69	R\$ 4.292,22	6,92
3. Lucro Operacional (1-2)	R\$ 4.812,32	R\$ 57.747,78	93,08
4. Custos Fixos Totais	R\$ 545,88	R\$ 6.550,54	10,56
5. Lucro Líquido (3-4)	R\$ 4.266,44	R\$ 51.197,24	82,52

Fonte: Elaboração Própria (2024).

8.1.4 Indicadores de Viabilidade

Quadro 25 – Indicadores de Viabilidade - Cenário Otimista.

Indicadores Financeiros	
Ponto de Equilíbrio	R\$ 7.037,42
Lucratividade	82,52%
Rentabilidade	547,62%
Prazo de retorno do investimento (PRI)	0,18

Fonte: Elaboração Própria (2024).

Conclui-se que com o aumento da realização de alguns serviços os indicadores financeiros sobem bastante, trazendo um cenário considerado ótimo para a empresa, aumentando a sua rentabilidade, sua lucratividade e o prazo do retorno do investimento.

8.2 Cenário Pessimista

No cenário pessimista foram avaliados os serviços que menos seriam requisitados, tomando como base uma experiência de qual componente quebra com menos facilidade e por fim, necessita de menos atenção, sendo assim, com a diminuição desses serviços, houve uma baixa de valores, o que impactou os resultados da empresa, todavia, a sua viabilidade ainda existe.

8.2.1 Faturamento Mensal Estimado

Quadro 26 – Faturamento Mensal Estimado - Cenário Pessimista.

FATURAMENTO MENSAL ESTIMADO			
Descrição	Quantidade estimada de serviços realizados	Preço de unitário de serviço	Faturamento Total
Avaliação técnica (maq. Convencional)	2	R\$ 80,00	R\$ 160,00
Avaliação técnica (maq. Lava e seca)	2	R\$ 100,00	R\$ 200,00
Higienização completa (maq. Convencional)	1	R\$ 320,00	R\$ 320,00
Higienização completa (maq. Lava e seca)	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Recuperação do tanque	1	R\$ 90,00	R\$ 90,00

Troca de kit mecanismo	1	R\$ 290,00	R\$ 290,00
Troca de válvula de água	1	R\$ 130,00	R\$ 130,00
Troca de eletrobomba	1	R\$ 130,00	R\$ 130,00
Troca de guarnição	0	R\$ 380,00	R\$ 0,00
Troca kit cruzeta	1	R\$ 450,00	R\$ 450,00
Troca do motor	0	R\$ 130,00	R\$ 0,00
Troca de pressostato	0	R\$ 130,00	R\$ 0,00
Troca do suporte do cesto	1	R\$ 290,00	R\$ 290,00
Troca do tirantes	0	R\$ 90,00	R\$ 0,00
Troca de amortecedores	0	R\$ 180,00	R\$ 0,00
Troca da mangueira de drenagem	0	R\$ 130,00	R\$ 0,00
Troca de atuador	0	R\$ 150,00	R\$ 0,00
Troca da polia	0	R\$ 130,00	R\$ 0,00
Troca da correia	0	R\$ 130,00	R\$ 0,00
TOTAL		R\$ 2.630,00	R\$ 2.460,00

Fonte: Elaboração Própria (2024).

8.2.2 Custo de Comercialização

Quadro 27 – Custo de Comercialização - Cenário Pessimista.

CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO			
Descrição	%	Faturamento Mensal Estimada	Custo Total
Simplex (IF)	0	R\$ 2.460,00	R\$ 0,00
Taxa Maquineta	3,05%	R\$ 2.460,00	R\$ 75,03
TOTAL			R\$ 75,03

Fonte: Elaboração Própria (2024).

8.2.3 Demonstração do Resultado do Exercício

Quadro 28 – Demonstrativo de Resultado do Exercício - Cenário Pessimista.

DRE - Demonstração do Resultado do Exercício			
Descrição	Valor Mensal em \$	Valor Anual em \$	%
1. Receita Total (=)	R\$ 2.460,00	R\$ 29.520,00	100
Custo Variável	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00	8,13
Custo de comercialização	R\$ 75,03	R\$ 900,36	3,05
2. Custo Variável Total (=)	R\$ 275,03	R\$ 3.300,36	11,18
3. Lucro Operacional (1-2)	R\$ 2.184,97	R\$ 26.219,64	88,82
4. Custos Fixos Totais	R\$ 545,88	R\$ 6.550,54	22,19
5. Lucro Líquido (3-4)	R\$ 1.639,09	R\$ 19.669,10	66,63

Fonte: Elaboração Própria (2024).

8.2.4 Indicadores de Viabilidade

Quadro 29 – Indicadores de Viabilidade - Cenário Pessimista.

Indicadores Financeiros	
Ponto de Equilíbrio	R\$ 7.375,08
Lucratividade	66,63%
Rentabilidade	210,39%
Prazo de retorno do investimento (PRI)	0,48

Fonte: Elaboração Própria (2024).

Através do resultado, vê-se que, por mais que a quantidade de serviços realizados tenha diminuído e o faturamento tenha sido reduzido, quando se comparado ao cenário otimista, ainda se é vantajoso realizar a abertura da empresa, só deve-se ser levado em consideração que todos os indicadores têm grande chance de melhoria, com isso, a empresa deverá sempre buscar um maior aumento de receita e por fim, um maior crescimento.

9 DECISÃO GERENCIAL

Como o foco da empresa são manutenções preventivas e corretivas em máquinas de lavar roupas, consideradas eletrodomésticos essenciais e de grande importância no cotidiano, é uma área que sempre se mantém ativa, sendo necessário estar sempre se profissionalizando e em constante melhoria a fim de acompanhar a tecnologia que acompanha a rotina domiciliar nos dias atuais, visando sempre fornecer a resolução dos problemas e a satisfação ao cliente.

A realização de um plano de negócios para uma empresa é de extrema importância, considerando que auxilia na visão estratégica, sistêmica e analítica, contribuindo no reconhecimento do seu público-alvo, seus comportamentos quanto ao consumo e suas opiniões, fazendo com que a empresa possa ser mais assertiva em determinadas decisões. Com o evidenciamento do plano financeiro apontando projeções e panoramas, consegue-se identificar que a empresa se configura como uma boa opção de investimento. Como pode ser visto, a realização do plano de negócio trouxe uma visão geral da empresa e de como ela será, considerada rentável, tendo em vista um retorno de 347,36% a.a e que em menos de um ano terá o retorno dos investimentos a partir de seu faturamento.

Conclui-se que, após avaliar aspectos e estimativas da empresa, há viabilidade na abertura da empresa ADM Lavadoras, com base em todo o planejamento realizado e de todas as estratégias geradas, contudo é essencial fazer atualizações regulares e ajustar o trajeto quando se tornar necessário, com o objetivo de atingir as estratégias e metas definidas.

REFERÊNCIAS

SEBRAE NA SUA EMPRESA: LEIS E IMPOSTOS + MEI. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2020.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Administração.** Rio de Janeiro: Atlas, 2019. E-book. ISBN 978-85-9702-081-6. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597020816/>. Acesso em: 21 fev. 2024.

ABDALA, Márcio M. **Administração Estratégica.** Rio de Janeiro: Atlas, 2019. E-book. ISBN 978-85-9702-132-5. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597021325/>. Acesso em: 21 fev. 2024.

COMO DEFINIR O CAPITAL SOCIAL DE UMA EMPRESA. SEBRAE, 2020. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/como-definir-o-capital-social-de-uma-empresa,328a3a3a410ef510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 31 jan. 2024.

BOCCHINI, Bruno. Vendas de eletroeletrônicos nacionais crescem 13% no primeiro semestre. Agência Brasil, 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2023-07/vendas-de-eletroeletronicos-nacionais-crescem-13-no-primeiro-semester#:~:text=J%C3%A1%20a%20linha%20branca%2C%20composta,primeiros%20seis%20meses%20de%202022>. Acesso em: 21 fev. 2024.

TAMANHO DO MERCADO DE MÁQUINAS DE LAVAR ROUPA DA AMÉRICA LATINA E ANÁLISE DE PARTICIPAÇÃO – TENDÊNCIAS E PREVISÕES DE CRESCIMENTO (2024 – 2029). Mordor Intelligence, [s.d.]. Disponível em: <https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/latin-america-washing-machine-market>. Acesso em: 04 mar. 2024.

FONSECA, Bernardo. Preços de geladeiras, fogões e máquinas de lavar assustam consumidores. Multiplix, 2022. Disponível em: <https://www.portalmultiplix.com/noticias/economia/precos-de-geladeiras-fogoes-e-maquinas-de-lavar-assustam-consumidores>. Acesso em: 05 mar. 2024.

BARBOSA, Dayane. Melhores máquinas de lavar roupa: veja as principais opções de 2024. ZOOM, 2024. Disponível em: <https://www.zoom.com.br/lavadora-roupas/deumzoom/maquina-de-lavar-roupa>. Acesso em: 05 mar. 2024.

ZOOM. Disponível em: https://www.zoom.com.br/lavadora-roupas/lavadora-electrolux-11kg-premium-care-lfe11?_lc=88&searchterm=Lavadora%20Electrolux%2011kg%20Premium%20Care%20LFE11#historico-de-precos. Acesso em: 05 mar. 2024..

GOOGLE TRENDS. Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/explore?geo=BR&q=assistencia%20tecnica%20maquina%20de%20lavar>. Acesso em: 05 mar. 2024.

BELMIRO, Luiz Alberto G.; OLIVEIRA, Joaquim Francisco Cavalcante de; AZEVEDO, Solange Coelho de. **Administração Estratégica**. 3. ed. [Local da Editora]: Grupo GEN, 2014. E-book. ISBN 978-85-216-2596-4. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2596-4/>. Acesso em: 08 mar. 2024.

APÊNDICE A - Questionário Aplicado para Pesquisa de Mercado

Comportamento do consumidor - Utilização de assistências técnicas de máquinas de lavar

"Este formulário tem como objetivo analisar, de maneira quantitativa, o comportamento de consumo acerca da utilização de assistências técnicas de máquinas de lavar na região metropolitana de João Pessoa - PB. O formulário é de cunho educacional, guiado pelo Orientador Prof. Rosivaldo de Lima Lucena, como pesquisa de mercado para o Trabalho de Conclusão de Curso em Administração na UFPB no período de 2024.1. Esta pesquisa leva em média 5 minutos."

1º Seção – Participação no questionário

Você autoriza sua participação nesse questionário?

- Sim
- Não

2º Seção – Demográficas

Essas questões tem como objetivo conhecer o perfil dos respondentes.

1. Qual o seu gênero? (**Única escolha**)
 - Feminino
 - Masculino
 - Prefiro não dizer / Outro

2. Qual a sua faixa etária? (**Única escolha**)
 - Menor de 18 anos
 - De 18 a 25 anos
 - De 26 a 40 anos
 - De 41 a 60 anos
 - Mais de 60 anos

3. Qual a sua escolaridade? (**Única escolha**)
 - Sem escolaridade
 - Ensino Fundamental Completo
 - Ensino Médio Completo
 - Pós Graduação Completo
 - Mestrado Completo
 - Doutorado Completo

4. Qual a sua ocupação? (**Única escolha**)
 - Estudo
 - Trabalho
 - Estudo e trabalho
 - Nenhuma das opções

5. Qual a sua renda familiar mensal? (**Única escolha**)

- Até R\$1.412,00
 - Entre R\$1.412,01 a R\$2.824,00 reais
 - Entre R\$2.824,01 a R\$4.236,00 reais
 - Entre R\$4.236,01 a R\$7.060,00 reais
 - Mais de R\$10.000,00 reais
6. Qual o seu estado civil? (**Única escolha**)
- Solteiro
 - União Estável
 - Casado
 - Separado
 - Viúvo
7. Qual a sua região de moradia? (**Única escolha**)
- Zona Norte (Bairro dos Estados, Expedicionários, Centro, Tambiá, Torre, Varadouro, Mandacaru, +)
 - Zona Leste (Aeroclube, Altiplano, Bessa, Cabo Branco, Tambaú, Brisamar, Castelo Branco, Manaíra, Miramar, Quadramares, Seixas +)
 - Zona Sul (Bancários, Água Fria, José Americo, Mangabeira, Cristo, Bairro das Industrias, Funcionários, Costa e Silva, Valentina, Geisel, +)
 - Zona Oeste (Cruz das Armas, Ilha do Bispo, Alto do Mateus, Jaguaribe, Oitizeiro, Bairro dos Novais, Rangel, Varjão, +)
 - Região de Bayeux
 - Região de Santa Rita
 - Região de Cabedelo
 - Outro
8. Você possui máquina de lavar roupas? (**Única escolha**)
- Sim
 - Não (Redirecionamento para seção 5 – Divulgação e Indicação)

3º Seção – Utilização de máquinas de lavar roupas

Essas questões tem como objetivo compreender a relação dos respondentes com os tipos de máquinas de lavar roupas e a sua respectiva utilização.

9. Qual a marca da sua máquina de lavar roupas? (**Única escolha**)
- Eletrolux
 - Brastemp
 - Consul
 - Samsung
 - LG
 - Midea
 - Colomarq
 - Panasonic
 - GE
 - Philco
 - Outra

10. Você considera a máquina de lavar roupas um eletrodoméstico essencial no cotidiano? (**LIKERT 1 a 7**)

11. Quantas vezes você utiliza sua máquina de lavar roupas? (**Única escolha**)

- Todos os dias
- 4 a 5 vezes na semana
- 2 a 3 vezes na semana
- 1 vez na semana
- A cada 15 dias
- 1 vez ao mês
- Outro

12. Você sabe os cuidados necessários que deve ter regularmente com sua máquina de lavar roupas? (**Única escolha**)

- Sim
- Não

13. Quais desses cuidados você realiza constantemente? (**Alternativas livres à escolha**)

- Limpeza de filtro
- Limpeza do *Dispenser*
- Limpeza do tambor
- Nenhum
- Outros

14. Se sua máquina de lavar roupas apresentasse problemas você procuraria: (**escolher até 2 alternativas**)

- Autorizada da marca
- Assistência técnica (Técnicos independentes)
- Procuraria resolver por si só
- Outros

4º Seção – Utilização de Assistências Técnicas

Essas questões tem como objetivo compreender a relação dos respondentes com o uso ou não de assistência técnicas na manutenção e conserto de suas máquinas de lavar roupas.

15. Se você precisasse de uma assistência técnica em máquina de lavar roupas, onde você acharia mais interessante procurar? (**escolher até 2 alternativas**)

- Google
- Redes Sociais
- Grupos de WhatsApp
- Com vizinhos e amigos
- Outros

16. Entre opções para canais de comunicação com uma empresa, você considera importante ou opta mais por: (**escolher até 2 alternativas**)

- WhatsApp e/ou Telegram
- Redes Sociais (Instagram, Facebook etc)
- Site
- E-mail

- Ligação
- Conversa presencial

17. O fator **avaliação no google** é decisivo na escolha da assistência técnica para realização do serviço. (LIKERT 1 a 7)

18. O fator **tempo de atendimento** é decisivo na escolha da assistência técnica para realização do serviço. (LIKERT 1 a 7)

19. O fator **flexibilidade** é decisivo na escolha da assistência técnica para realização do serviço. (LIKERT 1 a 7)

20. O fator **tempo de finalização do serviço** é decisivo na escolha da assistência técnica para realização do serviço. (LIKERT 1 a 7)

21. O fator **tempo de garantia do serviço** é decisivo na escolha da assistência técnica para realização do serviço. (LIKERT 1 a 7)

22. O fator **local de assistência** é decisivo na escolha da assistência técnica para realização do serviço. (LIKERT 1 a 7)

23. O fator **possuir CNPJ** é decisivo na escolha da assistência técnica para realização do serviço. (LIKERT 1 a 7)

24. Você estaria disposto a pagar por uma avaliação técnica (visita) feita à domicílio? (**Única escolha**)

- Sim
- Não

25. Até quanto você pagaria por essa avaliação técnica? (**Única escolha**)

- Não estaria disposto
- De R\$10,00 a 49,00
- R\$50,00 a R\$89,00
- De R\$90,00 a R\$100,00
- + de R\$100,00

26. Até quantos % do valor da sua máquina de lavar roupas você estaria disposto a pagar pelo conserto? (**Única escolha**)

- 20%
- 30%
- 40%
- 50%
- 60%
- 70%

27. Qual a melhor forma de pagamento para você, visando a resposta anterior? (**escolher até 2 alternativas**)

- Não estaria disposto
- PIX / Dinheiro
- Cartão de débito
- Cartão de crédito / Parcelado

- Outros

28. Se sua máquina de lavar roupas precisasse de manutenção/conserto, em quanto tempo, em média, você gostaria de recebe-la após a finalização do serviço? (**Única escolha**)

- Entre 3 a 4 dias
- Entre 5 a 6 dias
- Até 1 semana
- Mais de 1 semana
- Dentro do mês do serviço
- Outros

29. Caso sua máquina fosse para oficina, seria viável alugar uma máquina de lavar roupas por um valor simbólico, com a finalidade de não atrasar as atividades? (**Única escolha**)

- Sim
- Não
- Talvez

5º Seção – Divulgação e Indicação

Essas questões tem como objetivo compreender a relação dos respondentes com a questão da divulgação e indicação dos serviços após a utilização.

30. Qual o modo de divulgação você acha que é mais efetivo? (**Única Escolha**)

- Publicidade em redes sociais
- Cartão de visita
- Panfletagem
- Adesivagem
- Outros

31. Quais desses critérios você levaria mais em consideração para indicar a assistência técnica para alguém? (**escolher até 3 alternativas**)

- Atendimento
- Honestidade
- Tempo de entrega do serviço
- Transparência de informações
- Preço
- Tempo de garantia do serviço
- Pontualidade
- Outros

Muito obrigada!

Agradecemos a sua contribuição por meio desse instrumento de pesquisa.

Clique em "enviar" para finalizar!