

**FLANELINHA**  
ESTACIONAMENTO PRIVATIVO

**Mayanna Costa Gomes de Oliveira**  
**Nataly Maciel Rocha**

Orientador: Diego Nestor Soardi Andrada

Balsas - MA  
2019



**SUMÁRIO**

<b>1</b>	<b>IDENTIFICAÇÃO</b> .....	<b>04</b>
<b>1.1</b>	<b>Ramo de atuação, área do estágio, público atendido e serviços oferecidos</b> .....	<b>04</b>
<b>2</b>	<b>IDENTIDADE DA EMPRESA</b> .....	<b>05</b>
<b>3</b>	<b>DESENVOLVIMENTO DO PROJETO INOVADOR</b> .....	<b>06</b>
<b>3.1</b>	<b>Pesquisa de mercado</b> .....	<b>06</b>
3.1.1	Gênero .....	07
3.1.2	Faixa etária .....	07
3.1.3	Veículos .....	08
3.1.4	Espaço na residência .....	08
3.1.5	Serviços de lavagem .....	09
3.1.6	Preços estacionamento .....	09
3.1.7	Estacionamento .....	10
3.1.8	Conveniência 24 horas .....	10
3.1.9	Finalidade do estacionamento .....	11
3.1.10	Finalidade de compras na conveniência .....	11
<b>3.2</b>	<b>Elaboração da modelagem de negócio Canvas</b> .....	<b>12</b>
<b>4</b>	<b>ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO – PARTE I</b> .....	<b>13</b>
<b>4.1</b>	<b>Sumário executivo</b> .....	<b>13</b>
4.1.1	Resumo .....	13
4.1.2	Dados dos empreendedores .....	13
<b>4.2</b>	<b>Forma jurídica, setores de atividade, enquadramento tributário, fonte de recurso e capital social</b> .....	<b>14</b>
<b>4.3</b>	<b>Análise de mercado</b> .....	<b>14</b>
4.3.1	Estudo dos clientes .....	14
4.3.2	Estudo dos concorrentes .....	14
4.3.3	Estudo dos fornecedores .....	15
<b>4.4</b>	<b>Plano de Marketing</b> .....	<b>15</b>
4.4.1	Produtos e serviços .....	15
4.4.2	Preço .....	16
4.4.3	Estratégias promocionais .....	16



4.4.4	Localização do negócio .....	16
<b>5</b>	<b>AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA</b> .....	<b>18</b>
<b>5.1</b>	<b>Análise da matriz F.O.F.A.</b> .....	<b>18</b>
<b>6</b>	<b>PLANO OPERACIONAL</b> .....	<b>19</b>
<b>6.1</b>	<b>Processos operacionais</b> .....	<b>19</b>
<b>6.2</b>	<b>Necessidade de pessoal</b> .....	<b>20</b>
<b>6.3</b>	<b>Capacidade produtiva</b> .....	<b>22</b>
<b>6.4</b>	<b>Organograma</b> .....	<b>24</b>
<b>6.5</b>	<b>Layout ou arranjo físico</b> .....	<b>25</b>
<b>7</b>	<b>PLANO FINANCEIRO</b> .....	<b>28</b>
<b>7.1</b>	<b>Estimativa de investimentos fixos</b> .....	<b>28</b>
<b>7.2</b>	<b>Capital de giro</b> .....	<b>29</b>
<b>7.3</b>	<b>Investimentos pré-operacionais</b> .....	<b>30</b>
<b>7.4</b>	<b>Investimento total</b> .....	<b>30</b>
<b>7.5</b>	<b>Estimativa do faturamento mensal da empresa</b> .....	<b>31</b>
<b>7.6</b>	<b>Custos de comercialização</b> .....	<b>32</b>
<b>7.7</b>	<b>Estimativa dos custos fixos operacionais mensais</b> .....	<b>33</b>
<b>7.8</b>	<b>Indicadores de viabilidade</b> .....	<b>34</b>
7.8.1	Ponto de equilíbrio .....	34
7.8.2	Lucratividade .....	34
7.8.3	Rentabilidade .....	35
7.8.4	Prazo de retorno do investimento ( <i>payback</i> ) .....	35
<b>8</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>37</b>
	<b>APÊNDICE</b> .....	<b>38</b>



## 1 IDENTIFICAÇÃO

### 1.1 Ramo de atuação, área do estágio, público atendido e serviços oferecidos

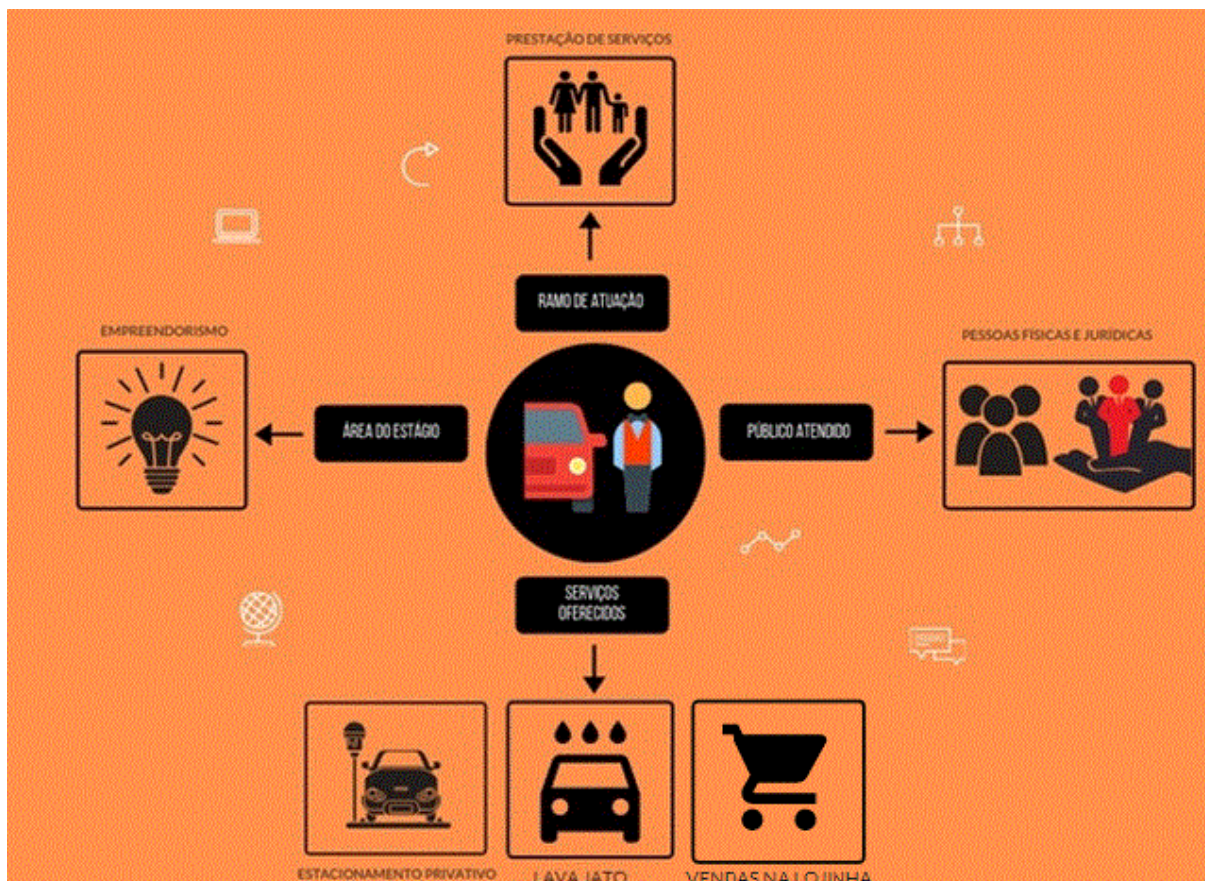


Figura 1- próprio autor

O Flanelinha tem como ramo de atuação a área de prestação de serviços, através do oferecimento de estacionamento rotativo, estacionamento rotativo, lava-jato e vendas na lojinha, onde estarão expostos acessórios automotivos, classificados na área de estágio como empreendedorismo, e tendo como público alvo tanto pessoas físicas como jurídicas.

## 2 IDENTIDADE DA EMPRESA



Figura 2 - próprio autor

### **3 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO INOVADOR**

As cidades se transformaram em uma zona de conflito: congestionamentos, desconforto e engarrafamentos para a maioria da população. Se deslocar de casa para o trabalho, fazer compras ou simplesmente passear, é um ato de coragem e paciência. São milhares de veículos circulando e quase não há espaço nas ruas para estacionamento. Com isso, a presente ideia empreendedora se apresenta como uma grande oportunidade para os agenciadores brasileiros, pois os estacionamentos verticais estão relacionados diretamente à comodidade e segurança das pessoas.

Com isso, a expansão da produção de veículos está relacionada ao crescimento econômico, o que proporciona a oferta de planos de financiamentos com maiores prazos de pagamento principalmente na aquisição de bens duráveis, como automóveis. Isto significa maior quantidade de veículos circulando nas cidades. À exemplo disto, no cenário de Balsas, Maranhão, de acordo com dados do IBGE, a quantidade de veículos é em torno de 55 mil (dois veículos por habitante), sendo que 30% dessa frota passa pelo centro e 6% utiliza das vias públicas para estacionar seus automóveis.

Porém, as facilidades de crédito para compra de veículos, a péssima qualidade dos transportes públicos, o crescimento desordenado das cidades, ampliam os problemas relacionados ao tráfego, causando uma má qualidade de vida para a população urbana.

Através da não-solução de curto prazo por parte governamental, o negócio se torna uma realidade visível. O Estacionamento é um negócio dependente de outras atividades, portanto a localização em centro comercial, bares, restaurantes, hotéis, cinemas são fundamentais para a sobrevivência do negócio.

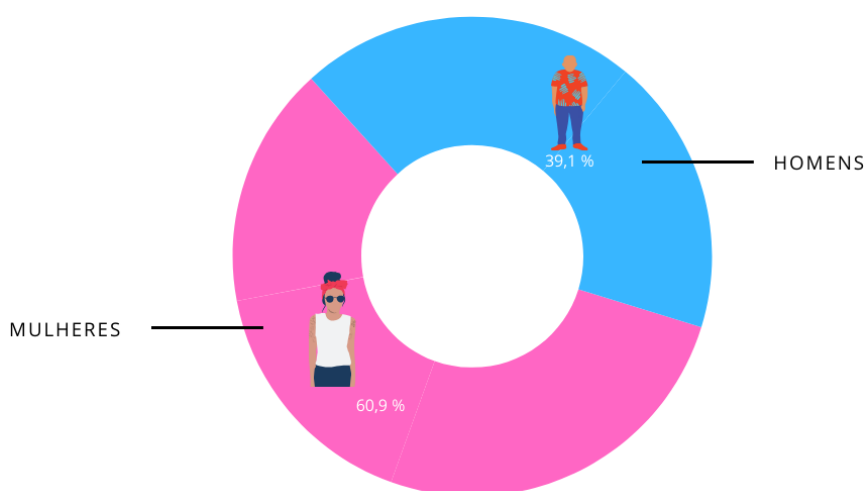
#### **3.1 Pesquisa de mercado**

Os empreendimentos bem-sucedidos reconhecem as necessidades e as tendências não atendidas e tomam medidas para lucrar com elas (KOTLER & KELLER, 2010).



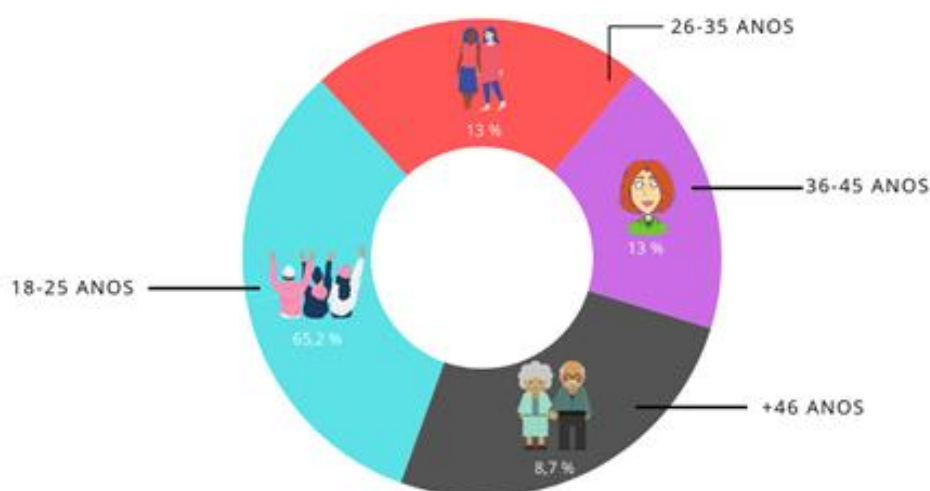
É de suma importância o conhecimento do mercado, considerando que o ambiente é constituído de variadas incertezas e turbulências constantes, analogamente a imprevisibilidade dos fatores econômicos, sugerindo que na inteligência competitiva das organizações seja incorporada à capacidade de antecipação de fatos futuros. Com isso, implantou-se a pesquisa com obtenção de 150 (cento e cinquenta) respostas, conforme os dados abaixo.

### 3.1.1 Gênero



Assim, 60,9% dos que contribuíram para a pesquisa são do sexo feminino e 39,1%, masculino.

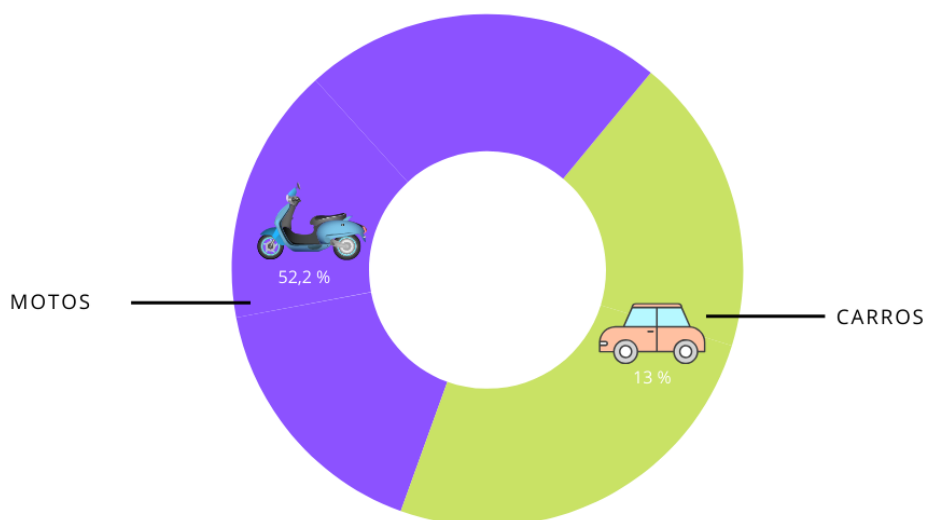
### 3.1.2 Faixa etária



Majoritariamente o público atingido pertence à faixa etária de 18 a 25 anos.



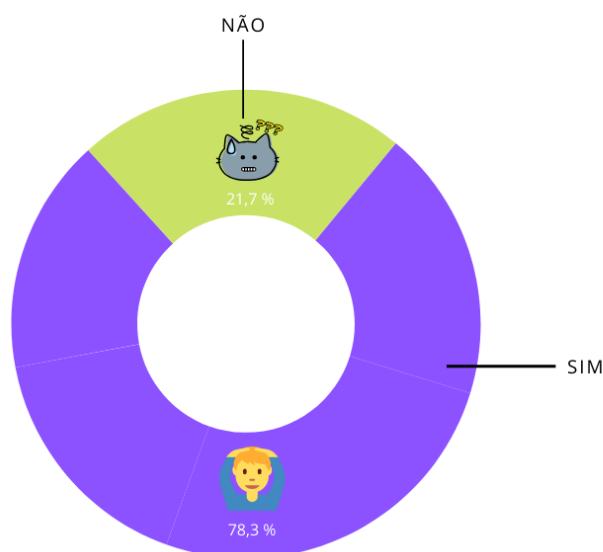
### 3.1.3 Veículos



Para criar um parâmetro dos automóveis mais utilizados entre as pessoas entrevistadas, questionou-se sobre qual veículo usam para se locomover, onde 47,80% utilizam carros, concluindo que o público que tem dificuldade de estacionamento na cidade de Balsas-MA foi atingido.

### 3.1.4 Espaço na residência

Na sua residência tem espaço para guardar todos os veículos?



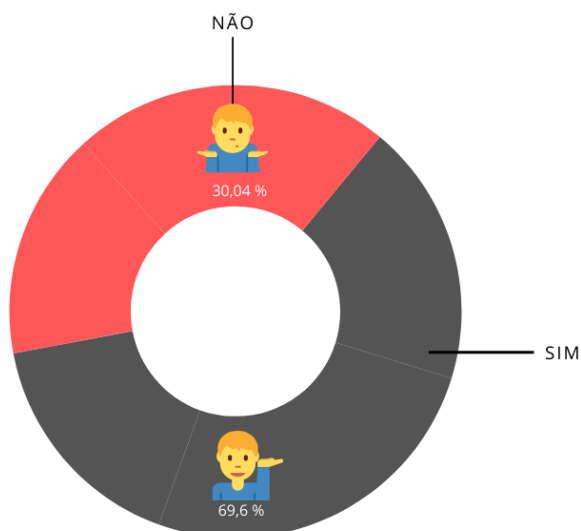
A fim de analisar a viabilidade de fornecer o estacionamento pelo período de funcionamento de 24h, os entrevistados foram questionados se em sua residência há espaço para guardar os veículos, tendo como resultado que 21,7% dos



entrevistados não tem espaço para guardar o veículo em suas residências.

### 3.1.5 Serviços de lavagem

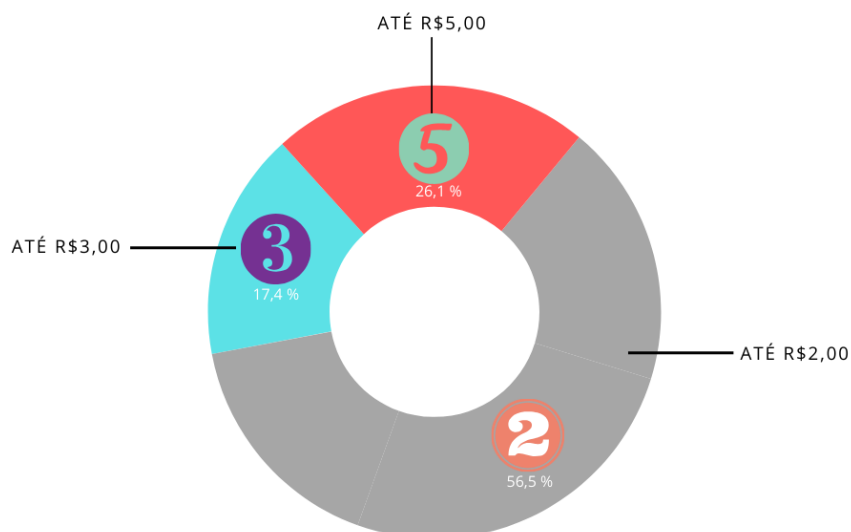
Você usaria serviços adicionais como lavagem de automóveis?



Analisou-se que 69,6% usariam os serviços de lavagem dos automóveis.

### 3.1.6 Preços estacionamento

Quanto você pagaria por esses serviços (hora)?

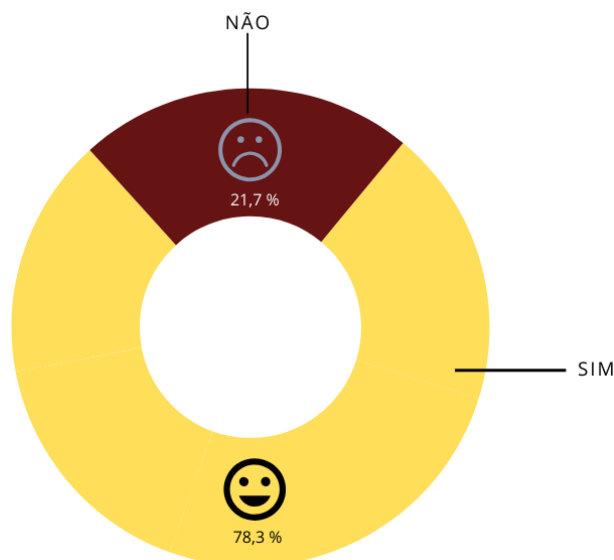


Dos entrevistados, 56,5% estão dispostos a pagar R\$2,00/h pelo serviço de estacionamento.



### 3.1.7 Estacionamento

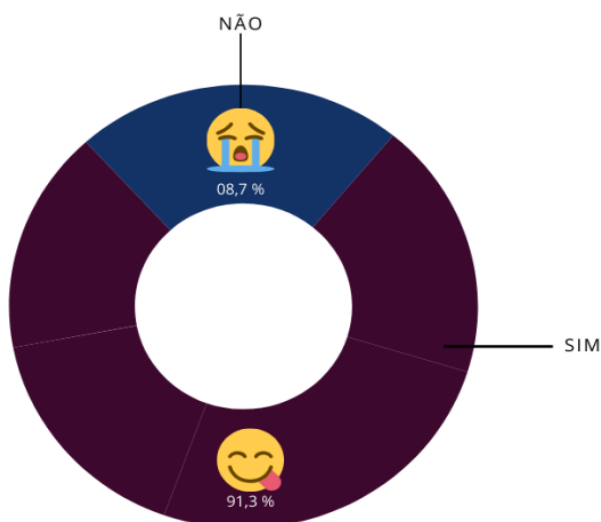
Você tem interesse em usufruir de um estacionamento privado?



Sobre a pergunta, 78,3% estão cientes das problemáticas enfrentadas na cidade e estão dispostos a aderir deste tipo de serviço.

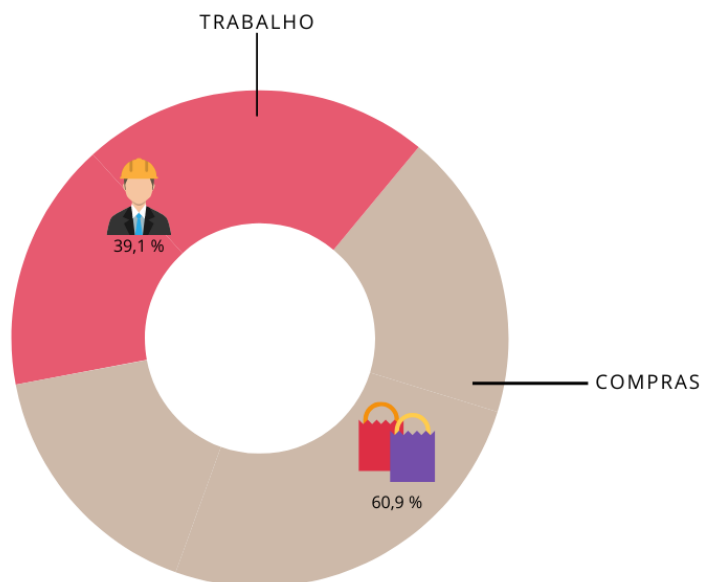
### 3.1.8 Conveniência 24 horas

Você sente a necessidade de uma conveniência 24hrs?



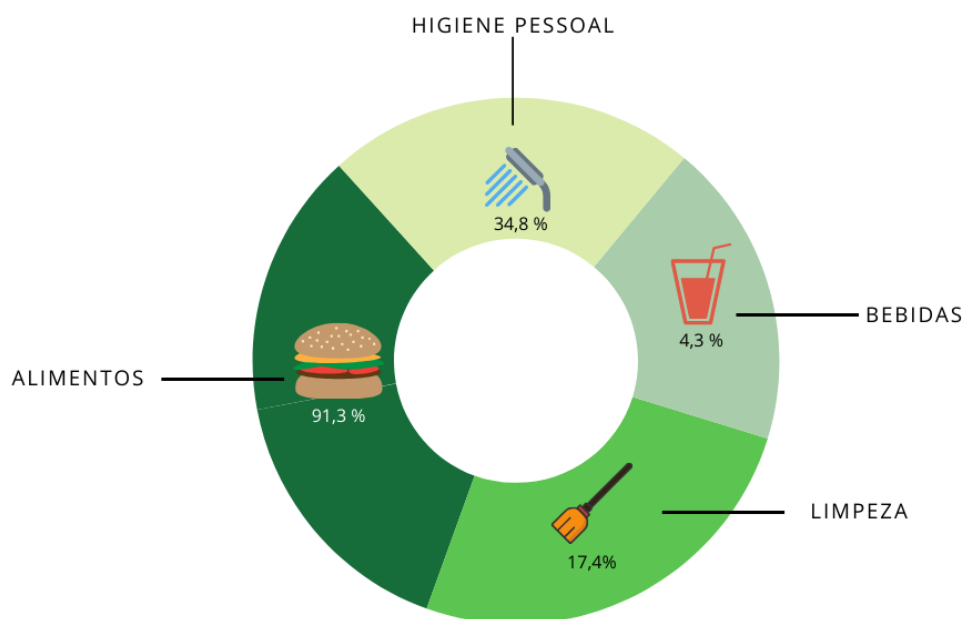
Sobre a implantação da conveniência 24h, 91,3% dos entrevistados veem a necessidade.

### 3.1.9 Finalidade do estacionamento



Dos entrevistados, 60,9% estacionam os veículos a fim de realizar compras.

### 3.1.10 Finalidade de compras na conveniência



Dos produtos citados, o que os entrevistados mais sentem necessidade de ter em uma conveniência são produtos de higiene pessoal e alimentos.

### 3.2 Elaboração da modelagem de negócio Canvas

Essa ferramenta de gerenciamento estratégico permite desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes, e por ser prática e rápida permite observar todos os pontos fundamentais de um plano de negócio em apenas 09 passos.

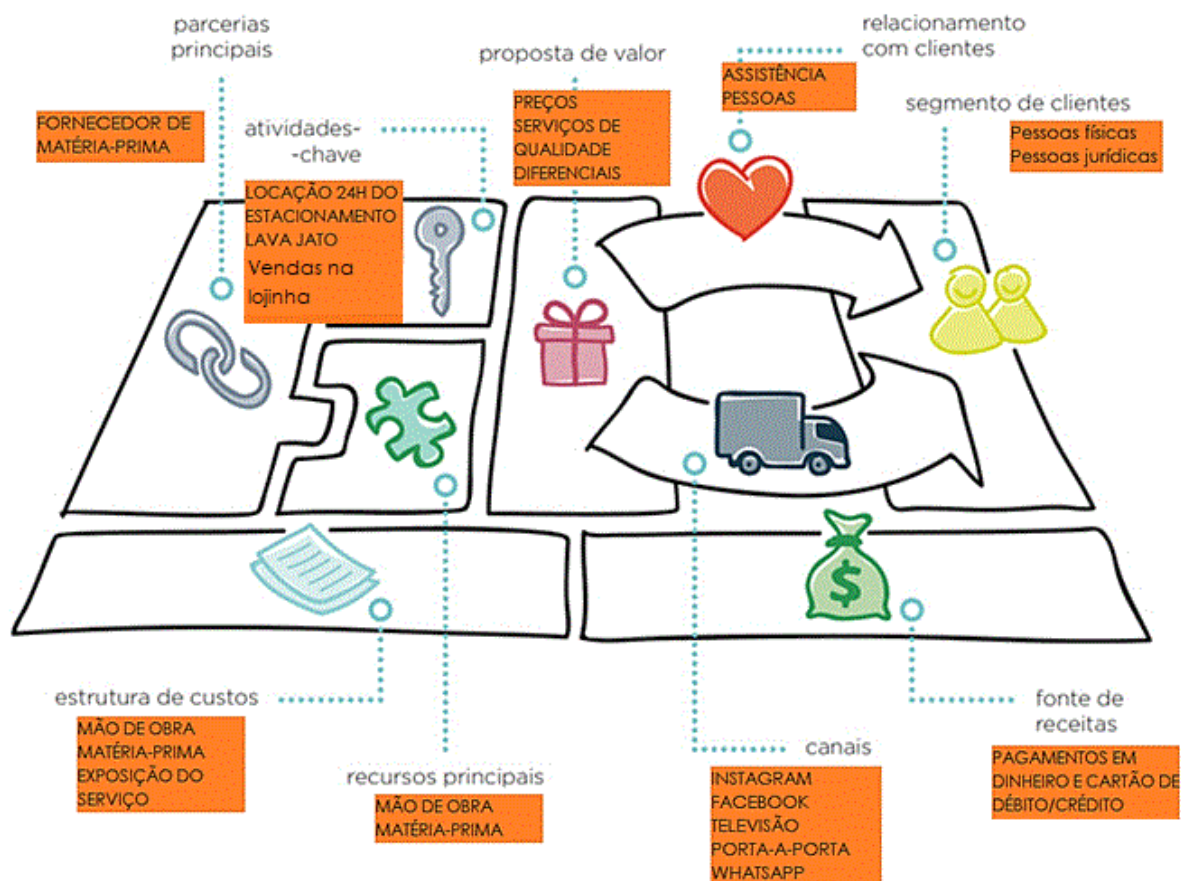


Figura 3 – próprio autor

## 4 ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO – PARTE I

### 4.1 Sumário executivo

#### 4.1.1 Resumo

O projeto tem como escopo consultar a viabilidade de um estacionamento privativo no Centro da cidade de Balsas-Ma. A partir da conjectura foi elaborada uma pesquisa de mercado online e publicada nas redes sociais, com 150 respostas. Após isso, foi elaborado e definido a Missão, Visão e Valores.

Com isso, resgatou-se dados suficientes para a elaboração da Matriz de Swot e Canvas, que proporcionou melhor visualização do negócio e estudar os concorrentes e fornecedores para melhor definição de preços dos serviços, demanda e estratégias competitivas.

Por último, com o plano de Marketing, pode-se tratar dos serviços oferecidos na apresentação ao público para atraí-los. É de conclusão a viabilidade da instalação do empreendimento Estacionamento Privativo.

#### 4.1.2 Dados dos empreendedores

<b>NOME DO SÓCIO:</b>	Mayanna Costa Gomes de Oliveira
<b>CPF:</b>	059.182.083-80
<b>TELEFONE:</b>	(99)98446-2976
<b>CIDADE:</b>	Balsas - MA
<b>EXPERIÊNCIA:</b>	Cursando Administração
<b>RESPONSÁVEL POR:</b>	Gerência administrativa

<b>NOME DO SÓCIO:</b>	Nataly Maciel Rocha
<b>CPF:</b>	022.360.423-29
<b>TELEFONE:</b>	(99)98197-7885
<b>CIDADE:</b>	Balsas - MA
<b>EXPERIÊNCIA:</b>	Cursando administração
<b>RESPONSÁVEL POR:</b>	Gerência operacional



## 4.2 Forma jurídica, setores de atividade, enquadramento tributário, fonte de recurso e capital social

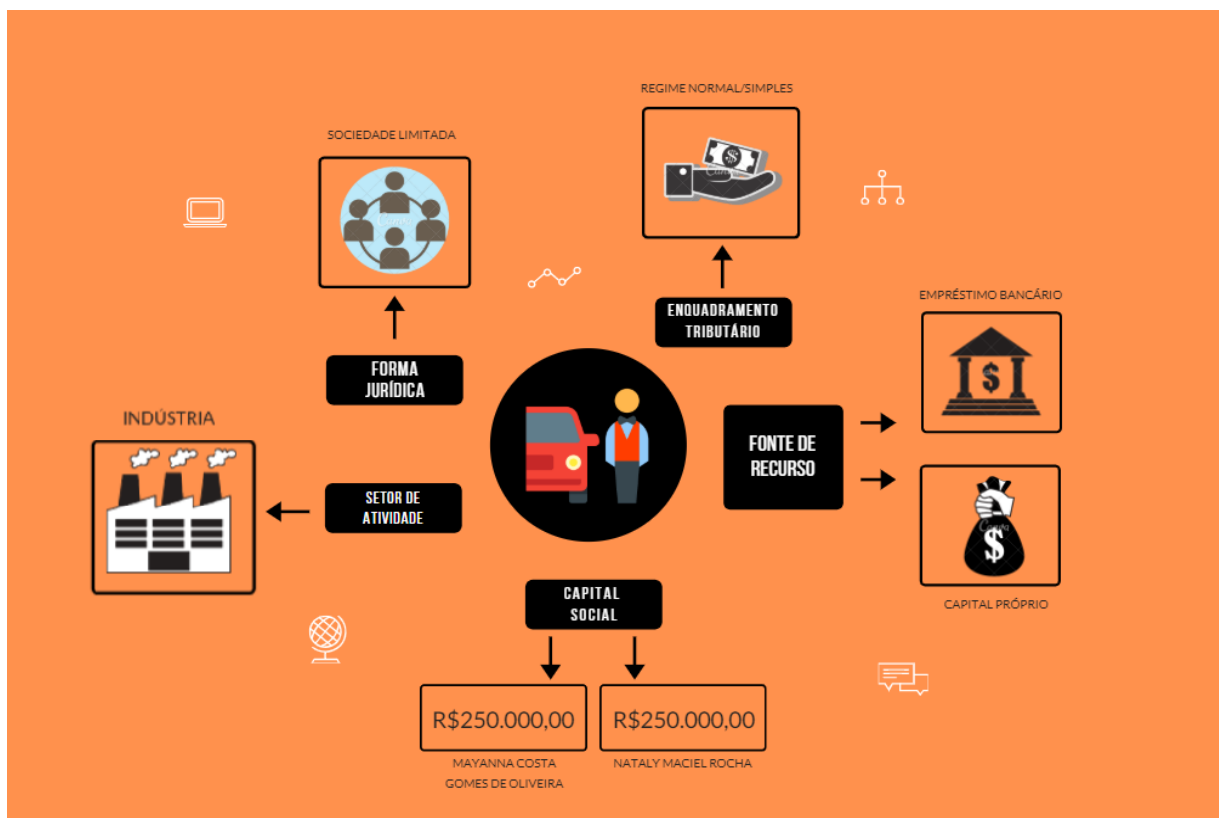


Figura 3- próprio autor

## 4.3 Análise de mercado

### 4.3.1 Estudo dos clientes

Os clientes em potencial são os funcionários dos empreendimentos localizados na região do centro, os consumidores do comércio balsense e as empresas públicas e privadas. Para conquistar e fidelizar os clientes, os planos são adaptados para que o serviço continue com seu principal objetivo: o baixo custo.

### 4.3.2 Estudo dos concorrentes

Segundo a análise de mercado feita, não foram identificados potenciais concorrentes, pois os grandes estacionamento localizados na cidade não atendem

o público-alvo do projeto.

#### 4.3.3 Estudo dos fornecedores

Quanto a prestação de serviço do estacionamento, não há um produto a ser comercializado, assim, os fornecedores serão os que irão possibilitar a empresa de executar suas atividades diárias, como provedores de internet, fornecedores de água e energia, o desenvolvedor do software do aplicativo e a mão-de-obra.

Quanto a prestação de serviços do lava-jato e do produto a ser comercializado:

OR-DEM	DESCRIÇÃO	NOME DO FORNECEDOR	PREÇO (unidade)	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	PRAZO DE ENTREGA	LOCALIZAÇÃO
1	Aromatizantes	Star Aromatizantes	R\$5,00 un.	A prazo	15 dias	Curitiba - PR
2	Esponja	Supermercado	R\$0,50	À vista	0 dias	Balsas - MA
3	Detergente automotivo	Supermercado	R\$ 8,99	À vista	0 dias	Balsas - MA
4	Limpa vidros	Supermercado	R\$12,25	À vista	0 dias	Balsas - MA
5	Balde	Supermercado	R\$24,46	À vista	0 dias	Balsas - MA
6	Cera	Supermercado	R\$47,25	À vista	0 dias	Balsas - MA
7	Pano	Supermercado	R\$ 1,29	À vista	0 dias	Balsas - MA
8	Massa de polir	Supermercado	R\$28,99	À vista	0 dias	Balsas - MA
9	Luvas	Supermercado	R\$2,25	À vista	0 dias	Balsas - MA
10	Rodo para vidro	Supermercado	R\$17,00	À vista	0 dias	Balsas - MA
11	Vassoura	Supermercado	R\$ 15,00	À vista	0 dias	Balsas - MA
12	Software do aplicativo	Valeti Mobile	R\$ 1.500,00	A prazo	0 dias	São Paulo - SP

#### 4.4 Plano de Marketing

##### 4.4.1 Produtos e serviços

Estacionamento 24h de automóveis;

Lavagem de carros e motos em horário comercial.

Venda de aromatizantes na lojinha.



#### 4.4.2 Preço

<b>Estacionamento</b>	<b>Diária</b>	<b>Motos R\$ 3,00/h</b>
		Carros R\$ 5,00/h
	Mensalidade	R\$ 900,00 (horário comercial) R\$ 1.260,00 (noturno)
<b>Lavagem</b>	Simple s/ polimento	Motos R\$ 7,00 Carros R\$ 30,00
	Simple c/ polimento	Motos R\$ 17,00 Carros R\$ 45,00
	Super lavagem s/ polimento	R\$ 55,00 (somente para carros)
	Super lavagem c/ polimento	R\$ 70,00 (somente para carros)
	<b>Venda na lojinha</b>	Aromatizantes

#### 4.4.3 Estratégias promocionais

Propagandas em telejornais, redes sociais, participação em eventos de divulgação e vendedores internos e externos.

#### 4.4.4 Localização do negócio

Rua Padre Franco, Centro – Balsas, Maranhão

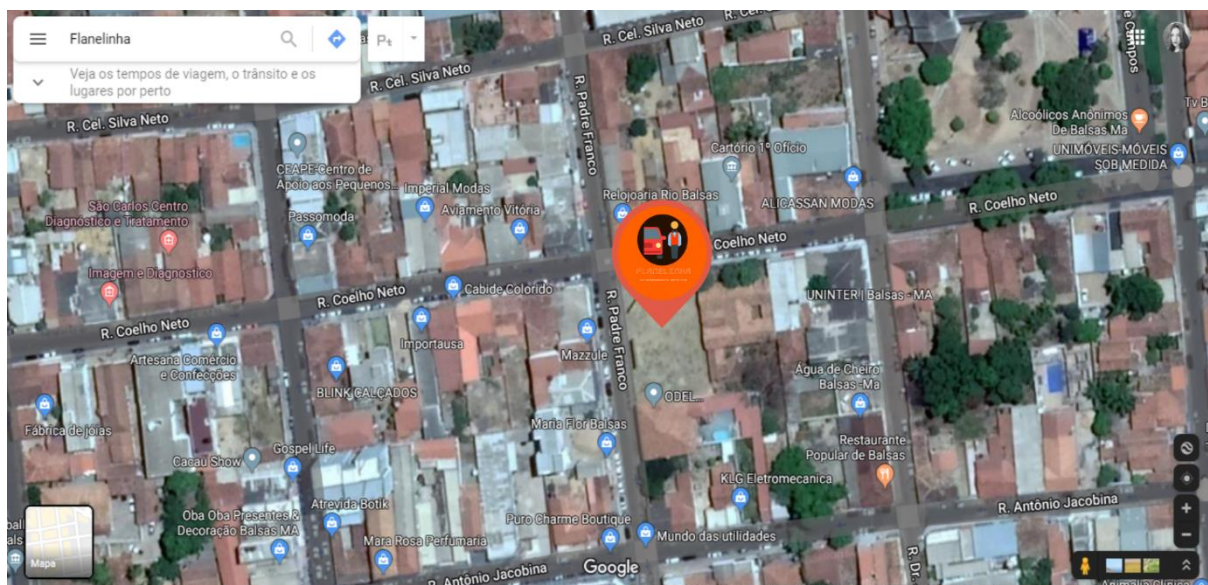


Figura 4 - Google Maps



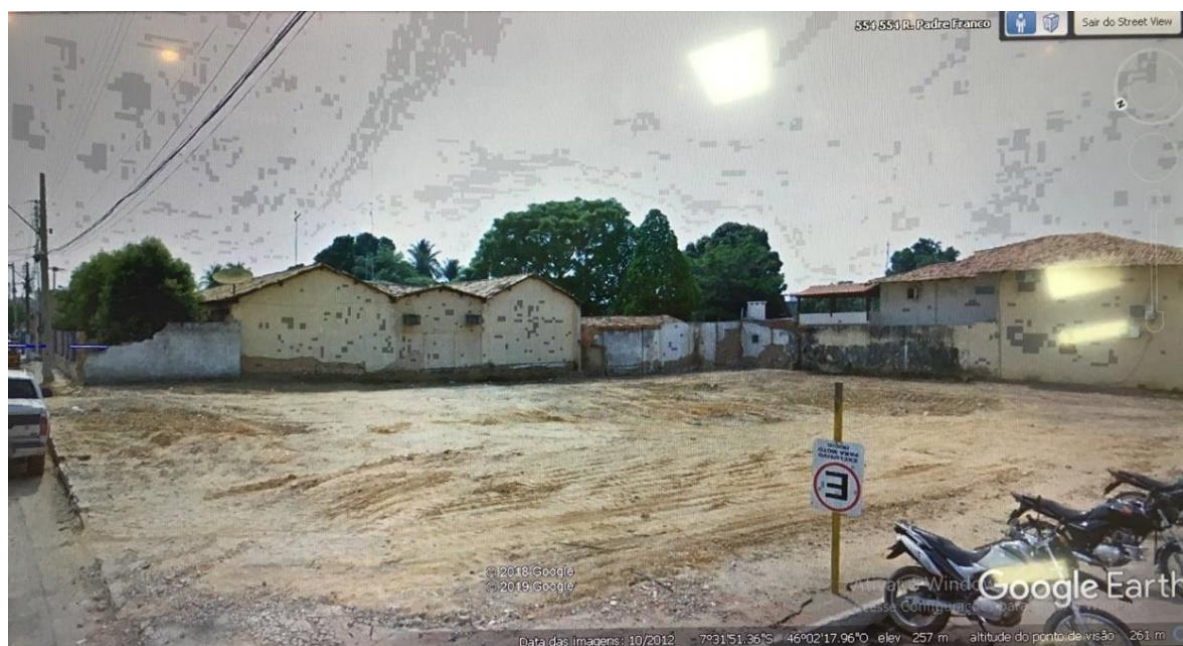


Figura 6 – Google Maps

## 5 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

### 5.1 Análise da matriz F.O.F.A.



Figura 7 - próprio autor

A matriz SWOT (*Strengths, Weaknesses, Oportunities e Threats*) ou F.O.F.A (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças), ferramenta utilizada a para análise o cenário, tendo como base gestão e planejamento do negócio, identificando os fatores internos – forças e fraquezas – e externos – oportunidades e ameaças – tornando assim a empresa preparada para entrar no mercado de forma incisiva.

## 6 PLANO OPERACIONAL

### 6.1 Processos operacionais



Figura 8 – próprio autor

Os processos operacionais compõem tudo que moverá a empresa para o seu bom funcionamento, de forma eficaz e eficiente, seguindo o modelo organizacional do organograma, conforme a imagem abaixo:

Assim é possível observar o ciclo de funcionamento da empresa, onde todas as etapas são acompanhadas pelos funcionários e pelo cliente através do aplicativo, que será disponibilizado em todas as plataformas digitais.

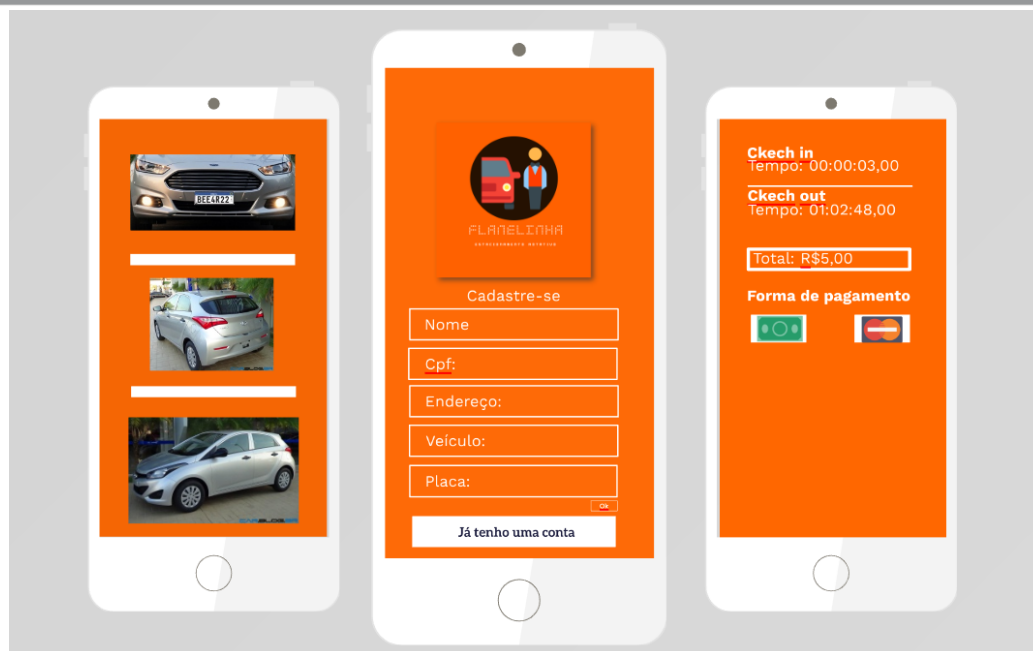


Figura 9 – próprio autor

Acima, segue o modelo do aplicativo que era utilizado para este fim.

## 6.2 Necessidade de pessoal

A mão de obra necessária está dividida em dois tipos: operacional composto de orientadores e de supervisão para a realização de controle, fiscalização, manutenção das sinalizações e levantamento de dados de ocupação das vagas do estacionamento privativo, e o pessoal administrativo que compõe o quadro do pessoal que realiza as tarefas de digitação, tabulação dos dados de campo, elaboração dos relatórios do sistema, de comercialização, distribuição de talonários aos postos de vendas, gerência e controle administrativo.

O Flanelinha utilizará do sistema para os serviços de controle, funcionários(as) denominados de manobristas, distribuídos em dois turnos, com número suficiente para a prestação de um bom serviço privado, assim como para cobrir férias e faltas ocasionais.

Serão utilizados ainda no mínimo 2 (dois) supervisores de serviço, para controlar os trabalhos de campo, executados pelos orientadores(as) do estacionamento, verificando o cumprimento do horário, das tarefas, dos postos de trabalho, entre outros.

Para as atividades de administração a empresa deverá utilizar no mínimo 2 (dois) funcionários (as) para exercer as atividades de digitação dos dados levantados em campo, elaborando um banco de dados do sistema, emitindo relatórios periódicos do sistema, realizando também a distribuição e comercialização dos talonários de estacionamento, o controle e administração, entre outras atividades correlatas.

A instalação e manutenção das placas de sinalização, bem como a sinalização horizontal do sistema de Estacionamento será executada por uma empresa terceirizada, ou por execução direta por um funcionário. A empresa irá possuir 02 (dois) Gerentes para exercer as atividades de coordenação e administração geral da empresa Concessionária, e a gerência do negócio. Segue abaixo imagem para melhor visualização.



Figura 10 – próprio autor

### 6.3 Capacidade produtiva

Com 04 andares, com 95 vagas são destinadas para a ocupação de carros de passeio, e 40 vagas para motos, no primeiro pavimento.

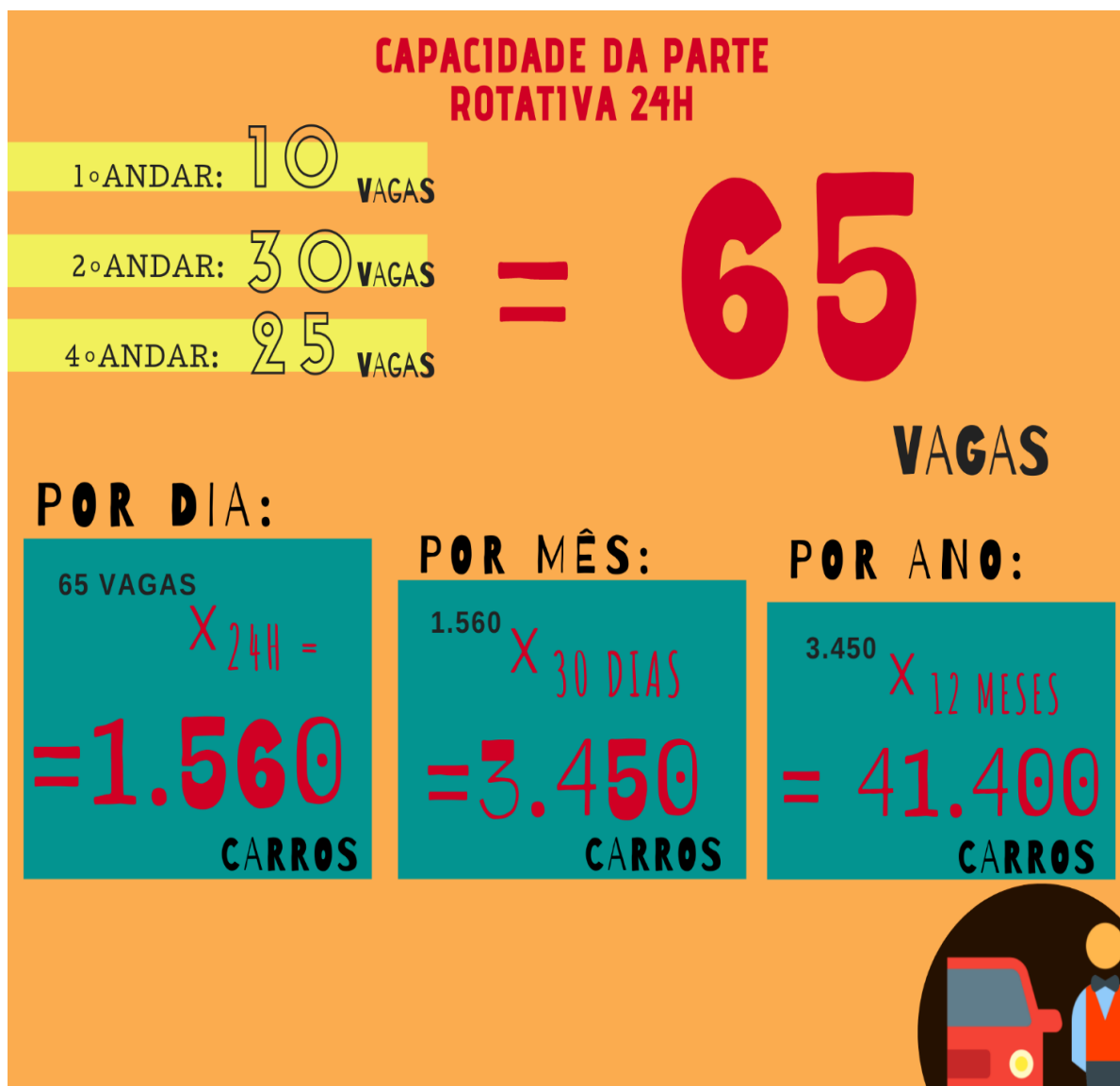


Figura 11 – próprio autor

Dessa forma, com o funcionamento de 24h do prédio e a rotatividade do 1º, 2º e 4º piso, estima-se que o Flanelinha receba, no dia, 1.560 carros, no mês 3.450 e no ano, 41.400.



Figura 12 – próprio autor

Para os comerciantes das redondezas, o 3º andar é reservado para o seu uso em horário comercial (10h), onde a hora será barateada e serão feitos planos mensais.

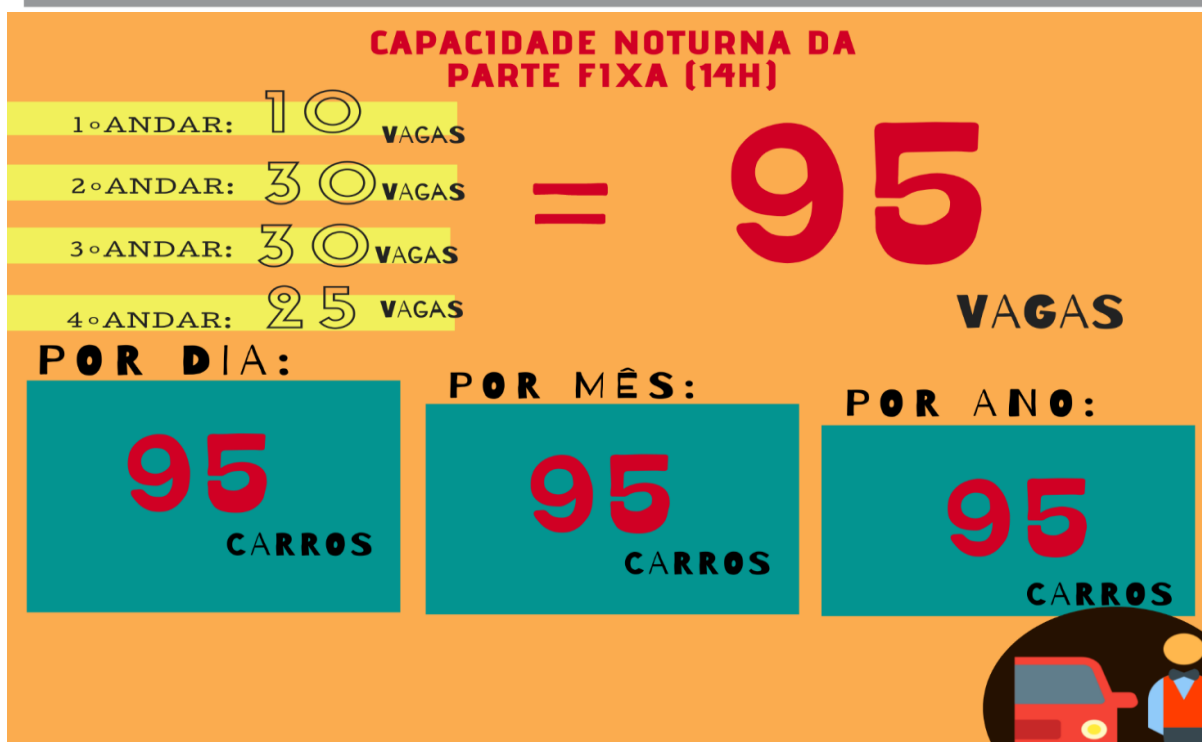


Figura 13 – próprio autor

Também com planos mensais, no período noturno todas as 95 vagas estão disponíveis em um período de 14h, onde a hora será reduzida para compor os planos mensais.

#### 6.4 Organograma

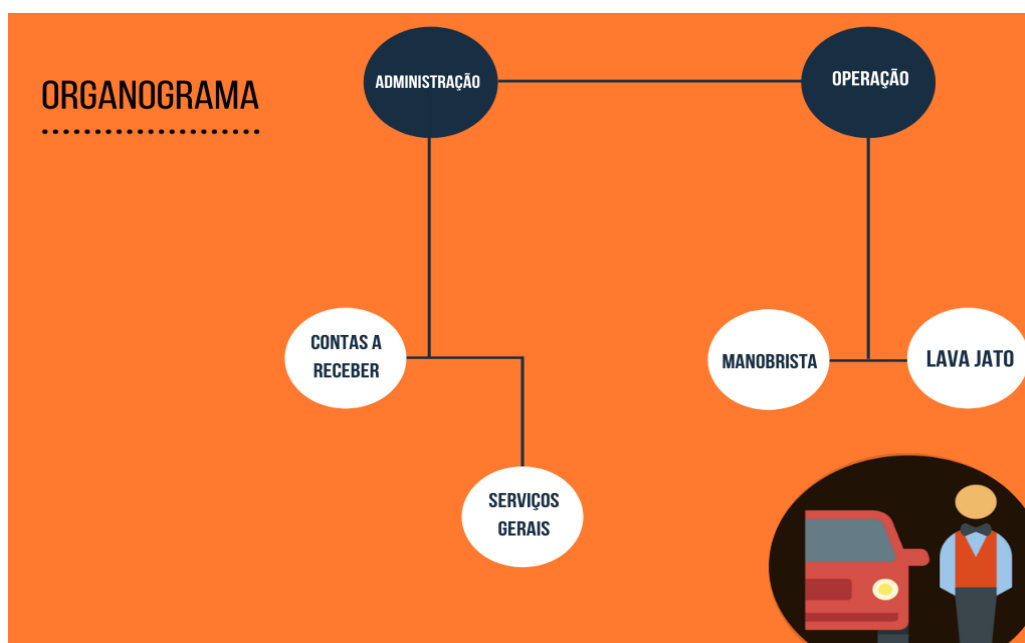


Figura 14 – próprio autor



Acima é possível visualizar de forma clara a estrutura organizacional da empresa e todos os funcionários que nela estão inseridos.

No setor de administração encontra-se a gerência administrativa, responsável pelo pagamento de contas e planejamento de estratégias de marketing, tanto no âmbito de motivação interna, endomarketing, como externo, divulgação nos canais de comunicação.

Assim, sob sua coordenação, encontra-se o setor contas a receber, setor esse localizado na região frontal do prédio, o que possibilita a coordenação de todos os veículos que entram e saem. Dessa forma, através do check-out no aplicativo, o responsável recebe os pagamentos em dinheiro e, ao fim do dia, faz o fechamento de caixa juntamente com seu gerente.

Além disso, mais abaixo, há o setor de serviços gerais, encarregado da limpeza geral do prédio e sua organização a fim de tornar-se um ambiente limpo e agradável para os funcionários e clientes.

Já no setor de operação, encontra-se a gerência operacional, responsável pela contratação, demissão e fornecimento de ferramentas de capacitação para os funcionários, ou seja, o setor de recursos humanos, RH, e também pelo manejo de vendas, no que diz respeito de fechamento de contratos e parcerias com as empresas, além do acompanhamento dos processos de vendas diárias.

Neste, os setores dos manobristas e encarregados do lava jato estão sob sua responsabilidade. Os primeiros para organizar os veículos no interior do prédio e levar e buscar os clientes que têm o seu destino mais distante, além de ser a parte operacional do planejamento de vendas que a gerência executa. Já o segundo, são os responsáveis pela lavagem dos veículos no horário comercial.

## **6.5 Layout ou arranjo físico**

Esta etapa é fundamental para o andamento e estruturação do negócio. A divisão dos setores, recursos e pessoas no espaço disponível, traz como benefícios uma melhor produtividade do empreendimento, diminuição do retrabalho, maior facilidade de identificar erros no processo e melhoria na comunicação entre os setores e pessoas. Segue abaixo o seguinte arranjo do Estacionamento Flanelinha.





Figura 15 – próprio autor

Acima, a fachada traz um novo conceito de estacionamento. Com 4 andares, comporta mais de 100 veículos, com média mensal de 7.200 veículos em circulação no empreendimento. Com parte externa toda de vidros traz melhor visualização e atração aos olhos da população balsense, onde também o custo-benefício se torna mais viável.

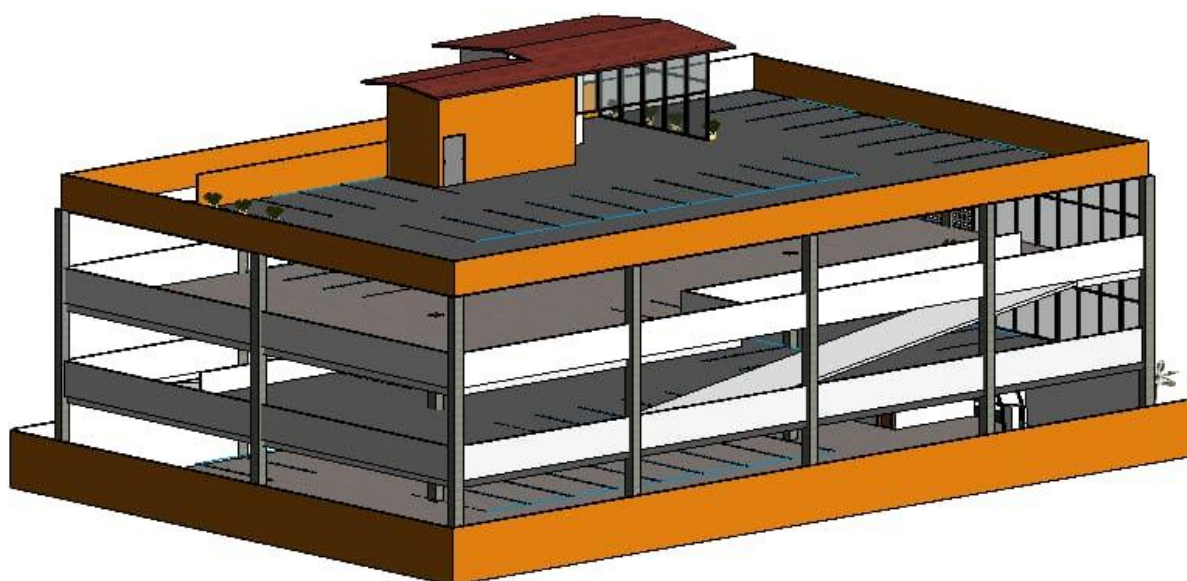


Figura 16 – próprio autor

Com o objetivo de marcar o Flanelinha como uma solução e facilitador, no último pavimento do prédio está incluso o serviço de lava jato, que possibilita que o cliente além de deixar seu veículo em segurança, também o busque nas melhores condições.

Neste andar também se encontra o espaço interativo de descanso dos manobristas e lavadores.

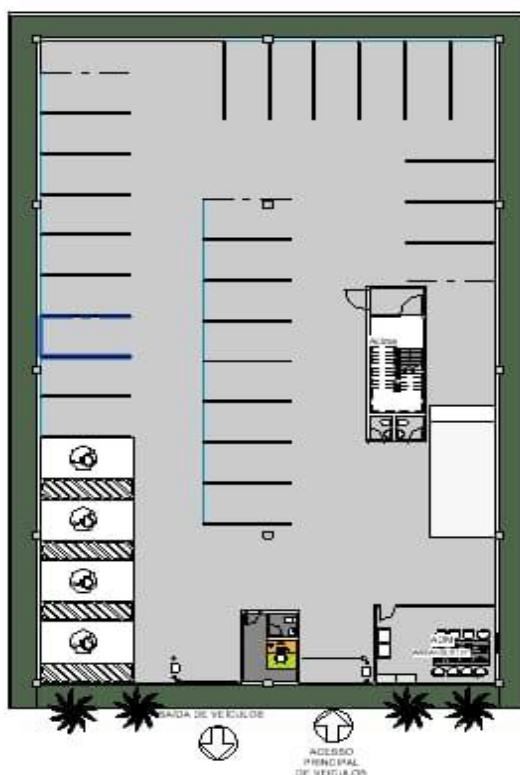


Figura 17 – próprio autor

Visto de cima, no primeiro andar encontra-se tanto parte administrativa, onde os gerentes operacional e administrativo irão executar seus serviços diários, receber investidores e firmar contratos com a clientela, como o setor de contas a receber, que receberá pagamento em dinheiro e liberará a catraca para a entrada e saída dos veículos.

## 7 PLANO FINANCEIRO

Este índice é uma perspectiva de receitas e despesas que tem como objetivo indicar a situação financeira de um empreendimento, de uma pessoa ou geral. A partir desse planejamento, é possível mensurar quanto de dinheiro está disponível e, assim, direcionar o uso.

### 7.1 Estimativa de investimentos fixos

Índice que resulta na soma do investimento fixo, ativo permanente, com capital de giro líquido, ativo circulante subtraído pelo passivo circulante, como as tabelas abaixo:

A - Máquinas e equipamentos				
	Descrição	qnt	R\$ un	Total
1	lavadora alta Pressão com shampooeira	1	R\$ 266,41	R\$ 266,41
2	aspirador de água e pó	1	R\$ 180,00	R\$ 180,00
3	politriz	1	R\$ 270,00	R\$ 270,00
4	bocal para estofados	1	R\$ 85,00	R\$ 85,00
5	notebook positivo	2	R\$ 999,00	R\$ 1.998,00
6	impressora	1	R\$ 683,91	R\$ 683,91
7	catraca	1	R\$ 2.444,98	R\$ 2.444,98
8	sistema operacional/aplicativo	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
<b>subtotal (A)</b>		9	R\$ 6.429,30	<b>R\$ 7.428,30</b>

B - Móveis e utensílios				
a	descrição	qnt	R\$ un	total
1	mesa	2	R\$ 350,00	R\$ 700,00
2	cadeira	7	R\$ 100,00	R\$ 700,00
3	telefone fixo	1	R\$ 89,90	R\$ 89,90
4	armario	2	R\$ 274,20	R\$ 548,40
5	geladeira 450L	1	R\$ 349,77	R\$ 349,77
6	microondas	1	R\$ 328,83	R\$ 328,83
7	filtro de agua	2	R\$ 209,00	R\$ 418,00
8	TV 32 polegadas	2	R\$ 999,00	R\$ 1.998,00

**ADMINISTRAÇÃO**

<b>9</b>	rádio móvel	1 (kit com 10)	R\$ 440,10	R\$ 440,10
<b>10</b>	poltrona	6	R\$ 179,90	R\$ 1.079,40
<b>11</b>	ar-condicionado	2	R\$ 1.140,00	R\$ 2.280,00
<b>subtotal (B)</b>		25	R\$ 4.460,70	<b>R\$ 8.932,40</b>

<b>Total de investimentos fixos</b>	<b>subtotal (a+B)</b>	<b>R\$ 16.360,70</b>
-------------------------------------	-----------------------	----------------------

## 7.2 Capital de giro

É o montante que não está imobilizado. Estes recursos estão sempre em constância, movimentações no dia a dia. Esse quesito é a chave do empreendimento, onde serve para análise da saúde financeira, como também da lucratividade e crescimento.

Assim, o primeiro passo é analisar o estoque inicial, ou seja, tudo que será necessário para que a produção da empresa comece a funcionar para girar o capital.

Na tabela abaixo encontra-se todos os itens necessários para o funcionamento inicial do empreendimento Flanelinha.

<b>A - Estimativa do estoque inicial</b>				
	<b>Descrição</b>	<b>Quantidade</b>	<b>R\$ unidade</b>	<b>Total</b>
<b>1</b>	esponja	10	R\$ 5,00	R\$ 50,00
<b>2</b>	detergente automotivo	3 (5 litros)	R\$ 26,99	R\$ 80,97
<b>3</b>	limpa vidros	1 (kit com 4)	R\$ 49,00	R\$ 49,00
<b>4</b>	balde	1	R\$ 24,46	R\$ 24,46
<b>5</b>	cera	2 (350g)	R\$ 94,45	R\$ 188,90
<b>6</b>	pano	10	R\$ 12,99	R\$ 129,90
<b>7</b>	massa de polir	1 kg	R\$ 28,99	R\$ 28,99
<b>8</b>	aromatizantes	1cx (100un)	R\$ 5,00	R\$ 500,00
<b>9</b>	luvas	1 cx (10 pares)	R\$ 22,50	R\$ 22,50
<b>10</b>	rodo grande	1	R\$ 39,90	R\$ 39,90
<b>11</b>	rodo para vidro	1	R\$ 17,00	R\$ 17,00
<b>12</b>	vassoura	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
<b>total de A</b>		33	R\$ 341,28	<b>R\$ 1.146,62</b>



Depois, os prazos para pagamento, configurados como caixa mínimo:

<b>B - Caixa mínimo</b>			
<b>contas a receber</b>			
<b>prazo médio de vendas</b>	<b>%</b>	<b>número de dias</b>	<b>média ponderada em dias</b>
a vista	50	0	0
a prazo (1)	25	15	7,5
a prazo (2)	25	30	15
<b>prazo médio total</b>			<b>22 dias</b>

E por fim, a demonstração da necessidade líquida de capital de giro:

<b>Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias</b>	<b>número de dias</b>
Recursos da empresa fora do seu caixa	
<b>1. Contas a receber - prazo médio de vendas</b>	<b>22</b>
<b>2. Estoques - necessidade média de estoques</b>	<b>45</b>
Subtotal 1 (item 1+2)	<b>67</b>
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
<b>3. Fornecedores - prazo médio de compras</b>	<b>31</b>
Subtotal 2	<b>31</b>
<b>Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (Subtotal 1 - Subtotal 2)</b>	<b>36</b>

### 7.3 Investimentos pré-operacionais

<b>Investimentos pré-operacionais</b>	<b>R\$</b>
<b>Despesas de legalização</b>	R\$ 1.000,00
<b>Obras civis e/ou reformas</b>	R\$ 3.596.000,00
<b>Divulgação</b>	R\$ 1.000,00
<b>Cursos e treinamentos</b>	R\$ 1.000,00
<b>Outras despesas</b>	R\$ 700,00
<b>Total</b>	R\$ 3.599.700,00

### 7.4 Investimento total

<b>Investimento total (resumo)</b>		
<b>Descrição dos investimentos</b>	<b>Valor (R\$)</b>	<b>%</b>
<b>1. Investimentos Fixos – Quadro 5.1</b>	R\$ 16.360,70	77

**ADMINISTRAÇÃO**

<b>2. Capital de Giro – Quadro 5.2</b>	R\$	1.146,62	5
<b>3. Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3</b>	R\$	3.599.700,00	18
<b>Total (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$</b>	<b>3.617.207,32</b>	<b>100</b>

Fontes de recursos	Valor (R\$)	(%)
<b>1. Recursos próprios</b>	R\$ 500.000,00	13,82%
<b>2. Recursos de terceiros</b>	R\$ 3.117.207,32	86,18%
<b>3. Outros</b>	R\$ -	
<b>Total (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 3.617.207,32</b>	<b>100,00%</b>

## 7.5 Estimativa do faturamento mensal da empresa

Estimativa do faturamento mensal da empresa				
Produto/ Serviço	Quantidade (Estimativa de vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)	
<b>Moto</b>				
1 Estacionamento rotativo diário	28.800	R\$ 3,00	R\$	86.400,00
2 Lavagem simples sem polimento	300	R\$ 7,00	R\$	2.100,00
3 Lavagem simples com polimento	150	R\$ 17,00	R\$	2.550,00
<b>Carro</b>				
4 Estacionamento rotativo diário	91.500	R\$ 5,00	R\$	457.500,00
5 Estacionamento plano mensal comercial	30	R\$ 900,00	R\$	27.000,00
6 Estacionamento plano mensal noturno	95	R\$ 1.296,00	R\$	119.700,00
7 Lavagem simples sem polimento	400	R\$ 30,00	R\$	12.000,00
8 Lavagem simples com polimento	100	R\$ 45,00	R\$	4.500,00
9 Super lavagem sem polimento	200	R\$ 55,00	R\$	11.000,00
10 Super lavagem com polimento	50	R\$ 70,00	R\$	3.500,00
11 Aromatizantes	100	R\$ 7,00	R\$	700,00
<b>Total</b>	<b>77.025</b>	<b>R\$ 2.399,00</b>	<b>R\$</b>	<b>503.450,00</b>

**7.6 Custos de comercialização**

<b>Estimativa dos custos de comercialização</b>			
<b>Descrição</b>	<b>%</b>	<b>Faturamento Estimado (quadro 5.5)</b>	<b>Custo Total (R\$)</b>
<b>1. Impostos</b>			
<b>1.1 Impostos Federais</b>			
<b>SIMPLES</b>	7,22%	R\$ 503.450,00	R\$ 36.349,09
<b>IRPJ</b>	0,39%	R\$ 503.450,00	R\$ 1.963,46
<b>PIS</b>	0,70%	R\$ 503.450,00	R\$ 3.524,15
<b>COFINS</b>	1,16%	R\$ 503.450,00	R\$ 5.840,02
<b>CSLL - CONTRIBUIÇÃO SOCIAL SOBRE O LUCRO LÍQUIDO</b>			
	0,39%	R\$ 503.450,00	R\$ 1.963,46
<b>1.2 Impostos Estaduais</b>			
<b>ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços</b>			
	0%	R\$ 503.450,00	R\$ -
<b>ISS - Imposto sobre Serviços</b>			
	5%	R\$ 503.450,00	R\$ 25.172,50
Subtotal 1			<b>R\$ 74.812,67</b>
<b>2. Gastos com vendas</b>			
<b>Comissões</b>	1%	R\$ 503.450,00	R\$ 5.034,50
<b>Propaganda</b>			R\$ 1.000,00
<b>Taxa de administração do cartão de crédito</b>	1,20%	R\$ 503.450,00	R\$ 6.041,40
Subtotal 2			<b>R\$ 12.075,90</b>
Total (Subtotal 1+2)			<b>R\$ 86.888,57</b>



**7.7 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais**

Estimativa de custos fixos operacionais mensais			
Descrição	Custo Total Mensal (em R\$)		
Aluguel	R\$	4.000,00	
Condomínio	R\$	-	
IPTU	R\$	-	
Água	R\$	600,00	
Energia elétrica	R\$	1.500,00	
Telefone + internet	R\$	220,00	
Honorários do contador	R\$	380,00	
Honorários do técnico de informática	R\$	250,00	
Pró-labore	R\$	6.000,00	
Manutenção dos equipamentos	R\$	250,00	
Salários + encargos	R\$	11.777,00	
Material de limpeza	R\$	200,00	
Material de escritório	R\$	345,00	
Taxa diversas	R\$	-	
Outras despesas	R\$	-	
<b>Total</b>	<b>R\$</b>	<b>25.522,00</b>	

Demonstrativo de resultados				
Quadro	Descrição	Valor		Valor anual
5.5	<b>1. Receita Total com Vendas</b>	R\$	<b>503.450,00</b>	R\$ <b>6.041.400,00</b>
	<b>2. Custos Variáveis Totais</b>			
5.8.	(-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$	2.888,00	R\$ 34.656,00
5.7. (Subtotal 1)	(-) Impostos sobre venda	R\$	74.812,67	R\$ 897.752,04
5.7. (Subtotal 2)	(-) Gastos com vendas	R\$	12.075,90	R\$ 144.910,80
	<b>Subtotal de 2</b>	<b>R\$</b>	<b>89.776,57</b>	<b>R\$ 1.077.318,84</b>
	3. Margem de Contribuição (1 - 2)	R\$	413.673,43	R\$ 4.964.081,16
5.9	4. (-) Custos Fixos Totais	R\$	25.522,00	R\$ 306.264,00
	<b>5. Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo) (3 - 4)</b>	<b>R\$</b>	<b>388.151,43</b>	<b>R\$ 4.657.817,16</b>

## 7.8 Indicadores de viabilidade

Os indicadores de viabilidade indicadores servem para promover uma garantia maior sobre a viabilidade ou não no negócio antes de sua abertura.

### 7.8.1 Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio representa o quanto a empresa precisa faturar para pagar todos os custos em um determinado período, calculado da seguinte forma:

$$PE = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{\text{Índice da Margem de Contribuição (*)}} = \frac{\text{R\$ 306.264,00}}{0,82} = 373.492,68$$

$$(*) \text{ Índice da Margem de Contribuição} = \frac{(\text{R\$ 6.041.400,00} - \text{R\$ 1.077.318,84})}{\text{R\$ 6.041.400,00}} =$$

$$= \frac{\text{R\$ 4.964.081,16}}{\text{R\$ 6.041.400,00}} = 0,82$$

Ou seja, o Flanelinha precisa faturar, por anualmente, R\$ 373.492,68 para custear todos os valores que o mantêm funcionando corretamente e legalmente.

### 7.8.2 Lucratividade

O percentual de lucratividade é o indicador que mede o lucro líquido em relação às vendas. É um dos principais indicadores econômicos das empresas, pois está relacionado à sua competitividade. Se sua empresa possui uma boa lucratividade, ela apresentará maior capacidade de competir, isso porque poderá realizar mais investimentos em divulgação, na diversificação dos produtos e serviços, na aquisição de novos equipamentos, etc.

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

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{R\$ 4.657.817,16}}{\text{R\$ 6.041.400,00}} \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = 77\%$$

Isso significa que sob os R\$ 6.041.400,00 de receita total anual, “sobram” R\$



4.651.878 na forma de lucro, depois de pagas todas as despesas e impostos, o que indica uma lucratividade de 77% ao ano.

### 7.8.3 Rentabilidade

É um indicador de atratividade dos negócios, pois mede o retorno do capital investido aos sócios. É obtido sob a forma de percentual por unidade de tempo (mês ou ano), assim, facilita a comparação da rentabilidade com os índices praticados no mercado financeiro.

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

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{R\$ 388.151,43}}{\text{R\$ 3.617.207,32}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = 128\%$$

Isso significa que, a cada ano, as sócias do Flanelinha recuperam 128% do valor investido através dos lucros obtidos.

### 7.8.4 Prazo de retorno do investimento (*payback*)

O *payback* também funciona como um indicador de atratividade por mostrar qual o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu em seu negócio.

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}}$$

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{\text{R\$ 3.617.207,32}}{\text{R\$ 4.657.817,16}}$$

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = 0,77 \text{ dias, ou seja, 2 meses e 17 dias.}$$

Isso significa que, 2 meses e 17 dias após o início das atividades da empresa, o Flanelinha terá recuperado, sob a forma de lucro, tudo o que gastou com a montagem do negócio.



<b>Ponto de equilíbrio (R\$)</b>	<b>R\$ 373.492,68</b>
<b>Lucratividade (%)</b>	<b>77%</b>
<b>Rentabilidade</b>	<b>128%</b>
<b>Prazo de retorno do investimento</b>	<b>2 meses e 17 dias</b>

Acima, para melhor visualização dos resultados, a tabela com os indicadores de viabilidade do plano de negócios do Flanelinha.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou prever a viabilidade da implantação de um estacionamento privativo 24h, com serviços de lavagem de carros e motos no horário comercial.

Como a grande finalidade do empreendimento é facilitar o fluxo de automóveis na cidade de Balsas - MA, e de diminuir a preocupação com a procura de vagas na rua, podemos perceber, através do questionário, que o público local captou estas soluções e houve uma grande aceitação da ideia, e possibilitando analisar quais as ferramentas estratégicas necessárias para atender todos as propostas que o empreendimento oferece, mediante a Matriz Swot e Canvas que demonstra os pontos francos e fortes do empreendimento.

Assim, o plano de negócios apresentado carrega consigo a possibilidade de investimento para o imóvel e mostra-se promissor devido ao crescimento populacional de veículos e aumento do número de comércios na cidade.

A estimativa de lucratividade do empreendimento é atrativa, pois além da cidade ter uma grande circulação de automóveis e por centro do mercado para as regiões vizinhas, futuramente será aplicada vias de ônibus coletivos, do qual irá diminuir o fluxo de algumas ruas do centro, impossibilitado o estacionamento de veículos nas vias urbanas, o que agregará positivamente ao Flanelinha.

Conclui-se, através da análise de concorrentes, que ainda é um ramo não explanado na cidade e por isso contribui para o desenvolvimento regional. E pela análise de fornecedores, que é um ramo autossuficiente e com grande procura.

Portanto, pode-se concretizar que o protótipo do empreendimento estudado é viável, levando em consideração o valor de investimento, sua localização do imóvel e a potência de lucratividade para a região.

APÊNDICE A - Fotos

