



Clícian Gonçalves Rezende

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**A UTILIZAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO PARA ANALISAR
A VIABILIDADE DE CRESCIMENTO DE UMA OFICINA
MECÂNICA VOLTADA À CUSTOMIZAÇÃO AUTOMOTIVA**

Orientadora:

Profa. Dra. Jaiane Aparecida Pereira

Naviraí-MS

2022



A UTILIZAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO PARA ANALISAR A VIABILIDADE DE CRESCIMENTO DE UMA OFICINA MECÂNICA VOLTADA À CUSTOMIZAÇÃO AUTOMOTIVA

Clícian Gonçalves Rezende

RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo principal elaborar um plano de negócios para analisar a viabilidade de crescimento da empresa Gamobí Preparações. De forma específica, buscou-se identificar informações relevantes para a atuação da empresa, descrever como o plano de negócios auxilia o empreendedor no crescimento da empresa e apresentar o plano de negócios, bem como as análises de viabilidade econômica e financeira. Para tanto, foi desenvolvida uma pesquisa de qualitativa do tipo descritiva, por meio de entrevista não estruturada com o fundador da empresa e observações realizadas em visitas *in loco*. Como resultados, observa-se que a empresa foi aberta a partir da observação de uma oportunidade por parte do empreendedor. Com menos de dois anos de funcionamento, a empresa já vem conquistando clientes. Com o plano de negócios, foi possível perceber que o negócio é viável e rentável, pois tem seu público-alvo definido, está com planos de ir para uma localização com maior visibilidade, tem uma cartela diversificada de fornecedores e seus serviços não têm concorrentes diretos no município. Analisando o plano financeiro, conclui-se que a empresa Gamobí Preparações é capaz de se manter, gerar emprego e crescer no mercado automotivo, pois considerando o cenário realista, o lucro líquido pode chegar a 9,10% ao ano.

Palavras-chave: Plano de negócio; Planejamento; Empreendedorismo; Customização automotiva.



1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo no Brasil tem sido uma alternativa de emprego para muitos brasileiros, o qual vem crescendo desde 2019, alcançando uma taxa de 38,7% de aumento comparado ao ano anterior, representando 53 milhões de brasileiros, segundo dados da pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2019).

Diante disso, políticas públicas de apoio ao empreendedorismo e ao pequeno empreendedor têm sido criadas. Em 2008, foi criada a forma jurídica Microempreendedor individual (MEI), com o intuito de formalizar pequenos comerciantes/prestadores de serviços que trabalhavam por conta sem um amparo legal, facilitando a entrada de pessoas físicas no mundo de pessoas jurídicas, conseguindo quase os mesmos direitos, por um custo menor (SEBRAE-SC, 2021).

Esse modelo empresarial simplificado, aliado a outras políticas de fomento ao empreendedorismo e fatores como o desemprego, tem contribuído para o aumento do número de empresas abertas no país. Como aponta o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), em um comparativo entre 2018/2019 e 2021, o número de empresas MEI abertas saltou de 75% para 80% do total de empresas abertas (SEBRAE, 2022).

Além das políticas, as taxas de desemprego e a pandemia da Covid-19 também influenciam no aumento do número de empresas. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) destacam que em abril de 2021 a taxa de desocupação foi de 14,7%, totalizando 14,8 milhões de pessoas em busca de um emprego (IBGE, 2021). A pandemia da Covid-19 impactou fortemente nas empresas, principalmente as micro e pequenas (MPEs), que estão mais suscetíveis as oscilações de mercado e à conjuntura econômica, estando expostas as situações de risco (NASSIF; CORRÊA; ROSSETTO, 2020).

Apesar do aumento do número de empresas, a taxa de mortalidade das empresas também é alta. Em 2020, a pesquisa “Sobrevivência das Empresas” do Sebrae, apontou que o MEI apresentou a maior taxa de mortalidade de negócios em até cinco anos em 2020, sendo de 29% (SEBRAE, 2020). Diante disso, formas de auxiliarem os negócios a evitar a mortalidade e continuarem se desenvolvendo precisam ser desenvolvidas.

Uma forma de reunir informações sobre o negócio e se preparar para atuar no mercado é a elaboração de um plano de negócios (BARON; SHANE, 2017). “O plano de negócio é um documento utilizado para planejar um empreendimento ou unidade de negócios, em estágio inicial ou não, com o propósito de definir e delinear sua estratégia de atuação para o futuro”



(DORNELAS, 2016, p. 14). No plano são descritas todas as características do negócio, bem como estratégias para alcançar um lugar no mercado (PAULEK, 2017). Por isso, o plano de negócio é importante principalmente para os pequenos empreendedores, pois precisam de auxílio para que a empresa possa crescer de forma mais estruturada.

Diante dessa situação econômica e do desejo de empreender, foi fundada em 2021 a empresa Gamobí Preparações no município de Naviraí, Mato Grosso do Sul (MS). O município está em expansão, sendo considerado como um polo urbano microrregional da Região do Cone-Sul do estado de MS (PEREIRA; ZACARIAS; SILVA, 2021).

A empresa Gamobí atua como prestadora de serviços no ramo de customização automotiva e revendedora de peças de suspensão. No momento da fundação, foi identificada uma oportunidade de negócio no setor automotivo, pois não havia empresas nesse ramo no município e na região.

Sendo assim, o objetivo geral da presente pesquisa foi elaborar um plano de negócios para analisar a viabilidade de crescimento da empresa Gamobí Preparações. De forma específica, buscou-se identificar informações relevantes para a atuação da empresa, descrever como o plano de negócios auxilia o empreendedor no crescimento da empresa e apresentar o plano de negócios, bem como as análises de viabilidade econômica e financeira.

2 REVISÃO DA LITERATURA

A revisão da literatura foi dividida em três partes: a primeira discorre sobre o empreendedorismo e o processo empreendedor; a segunda discute a elaboração do plano de negócios; a terceira apresenta sobre as especificidades da indústria automobilística e customização automotiva.

2.1 EMPREENDEDORISMOS E O PROCESSO EMPREENDEDOR

O empreendedorismo tem sido tema bastante discutido e explorado, sendo considerado um fenômeno global, que assume posição de destaque no cenário político, econômico e social (DA SILVA, SILVA, 2019). Chiavenato (2021, p. 1) define empreendedorismo como:

Processo pelo qual indivíduos com ideias inovadoras perseguem oportunidades mesmo sem ter a totalidade de recursos de que necessitam para aproveitá-las. A essência do comportamento empreendedor é a identificação de oportunidades e a criação de ideias úteis e inovadoras para transformá-las em realidade.

Affonso, Ruwer e Giacomelli (2018) destacam que o empreendedorismo não possui definição única, podendo ser considerado a partir da criação de algo novo ou diferente que agrega valor, exige dedicação e esforço e incorre em riscos.

O empreendedorismo pode ser visto como um processo. Para Baron e Shane (2017) suas principais fases são: (1) reconhecimento de uma oportunidade, como o potencial de criar algo novo, que pode surgir de mudanças políticas, tecnológicas, econômicas, financeiras, entre outras; (2) decidir ir em frente e reunir os recursos iniciais, que envolve efetivar a oportunidade identificada, reunindo os recursos e informações necessários; (3) lançar um novo empreendimento, ou seja, a efetivação do planejado; (4) construir o sucesso, transformando a empresa em algo lucrativo; e (5) colher as recompensas, que engloba uma estratégia que compense o tempo, esforço e talento dedicados ao negócio.

De forma semelhante, porém mais prática, para Dornelas (2018) o processo empreendedor é dividido em: (1) identificar e avaliar as oportunidades; (2) desenvolver o plano de negócios; (3) determinar e captar os recursos necessários; e (4) gerenciar a empresa criada.

Ao associar o empreendedorismo à criação de uma empresa, ele também pode ser visto como uma alternativa ao problema do desemprego. Em alguns países, como Estados Unidos os jovens estão percebendo que, ao desenvolver habilidades empreendedoras, conseguem melhores condições para enfrentar o mundo em constante mudança (PAULEK, 2017).

Neste contexto, observa-se que o papel da pessoa, do empreendedor se torna evidente. Segundo Follmann (2009), o empreendedor tem um papel importante no sucesso das organizações pelo seu potencial de gerar ideias para o crescimento e desenvolvimento da empresa. O empreendedorismo exige dedicação, comprometimento de tempo e esforço para que o novo negócio possa se concretizar e crescer, além de requerer do empreendedor ousadia, aceitação de riscos calculados, decisões críticas e tolerância em erros (PAULEK, 2017).

Como o presente trabalho assume a vertente de associar o empreendedorismo a abertura de uma empresa e considerando que, para auxiliar o empreendedor nesta etapa é recomendada a utilização de um plano de negócios, o próximo tópico descreve como se dá a utilização desta ferramenta.

2.2 A ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS

O plano de negócios é visto como uma ferramenta, um documento por escrito que contém os objetivos do negócio e todos os passos para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas (SEBRAE, 2013).

Para Santos e Pinheiro (2017, p. 3), “o plano de negócio tem fundamental importância, pois através dele pode-se organizar as ideias, fazer um planejamento com riquezas em detalhes, para com isso reduzir o risco de fracasso antes de iniciar as atividades ou expandir o empreendimento”.

Vale destacar que o plano de negócios, visto como uma ferramenta pode ser desenvolvida em vários momentos e não somente antes da abertura do negócio.

O plano de negócios pode ser desenvolvido tanto na fase inicial de uma empresa, como em qualquer outro estágio de seu desenvolvimento. A decisão de quando o fazer está relacionada ao objetivo que se quer atingir, à oportunidade que se quer perseguir, ou ao redirecionamento estratégico que se queira dar à empresa. Ao observar o típico ciclo de vida ou de crescimento de uma empresa, pode-se afirmar que o plano de negócios aplica-se a qualquer fase do desenvolvimento da empresa. Porém, os negócios em fase embrionária são os que mais demandam um bom plano de negócios para que a empresa inicie suas operações de maneira estruturada (DORNELAS, 2016, p. 18).

De acordo com o Sebrae (2013), um plano de negócios é formado pelas seguintes partes: (1) sumário executivo, que resume os principais pontos do plano, como os dados do empreendedor, dados do empreendimento, missão da empresa, setor de atividade, forma jurídica, enquadramento tributário, capital social e fonte de recursos; (2) análise de mercado, na qual se faz o estudo de clientes, concorrentes e fornecedores; (3) plano de marketing, envolve a análise do mercado, trazendo informações sobre o público-alvo da empresa; (4) plano operacional, que especifica o arranjo físico do negócio, distribui os setores, quantifica a capacidade de produção e identifica os processos operacionais; e (5) plano financeiro, no qual se retrata sobre investimentos, estimativa de investimentos, capital de giro, estimativa de custos e faturamento, viabilidade, rentabilidade e lucratividade.

No plano de marketing, se a empresa for prestadora de serviços, neste tópico ela irá apresentar seus serviços e suas características; se for ao setor de fabricação ou comércio, serão apresentados seus produtos, detalhes, cores, tamanhos, embalagens e outros. De acordo com Dornelas (2018), uma das maneiras de se estruturar uma estratégia de marketing é através dos



4Ps (posicionamento do produto ou serviço, preço, praça e promoção).

O posicionamento engloba como a empresa quer que seus produtos ou serviços fiquem conhecidos e vistos pelos seus clientes (DORNELAS, 2018). O preço trata sobre o preço que seu consumidor está disposto a pagar por seus serviços ou produtos, sendo necessário determiná-lo considerando o custo e o retorno que deseja obter (SEBRAE, 2013). A praça diz respeito aos canais de distribuição, como os produtos ou serviços chegam aos clientes, sendo necessário indicar canais alternativos, ter bons prazos e boa logística. A promoção se refere a como os clientes ficaram sabendo do seu produto ou serviço, exemplos de canais de comunicação usados como estratégia são internet, rádio, carros de som, jornais, panfletos, cartões de visitas, entre outros (DORNELAS, 2018).

O Sebrae (2013) também indica como parte do plano de marketing a localização do negócio, sendo que um bom ponto comercial é um dos motivos que faz gerar as vendas.

Com relação ao plano operacional, para o Sebrae (2013), é a etapa na qual se descreve como será o processo de produção para vendas ou prestação de serviços da empresa, sendo destacados quatro processos: (1) *layout* ou arranjo físico, onde é detalhado como será dividido os setores da empresa; (2) capacidade produtiva, que indica a quantidade de clientes que poderão ser atendidos ou quanto de produto poderá ser produzido com a estrutura proposta; (3) processos operacionais, que busca descrever como será o funcionamento da empresa; e (4) necessidade de pessoal, que projeta a quantidade de pessoas para o funcionamento da empresa.

Sobre o plano financeiro, de acordo com o Sebrae (2013), é feito para determinação de recursos que serão investidos na empresa, sendo formados por capital de giro, investimentos fixos e pré-operacionais. O Sebrae (2013) destaca que essa etapa é subdividida em treze fases, apresentadas a seguir: (1) estimativa dos investimentos fixo, (2) capital de giro, (3) investimentos pré-operacionais, (4) investimento total, (5) estimativa de faturamento mensal, (6) estimativa de custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações, (7) estimativa dos custos de comercialização, (8) apuração dos custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas, (9) estimativa dos custos com mão de obra, (10) estimativa do custo com depreciação, (11) estimativa dos custos fixos operacionais mensais, (12) demonstrativo de resultados, e (13) indicadores de viabilidade.

2.3 INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA E CUSTOMIZAÇÃO AUTOMOTIVA

O primeiro carro que chegou ao Brasil em 1891, aportado na cidade de Santos, foi o Exclusivo, era um Peugeot, no valor de 1.200 francos, cujo proprietário era Alberto Santos Dumont, que viria ser após 18 anos o futuro pai da aviação no Brasil. Em 1904, já existiam 84 carros registrados na inspetoria de veículos. “A empresa Ford decide em 1919 trazer a empresa ao Brasil. O próprio Henry Ford sentencia: O automóvel está destinado a fazer o Brasil uma grande nação” (SÃO PAULO, 2017, s.p.).

Em 1925, a General Motors (GM) abriu sua fábrica no Brasil, e meses após já circulava o primeiro Chevrolet no país, sendo que o número de carros entre 1920 e 1939 era de 43.657 só em São Paulo. Em 1960, o Brasil se encontrava com 65.755.000 habitantes e um total de 321.150 veículos (SÃO PAULO, 2017).

Segundo Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA), com muitos anos de experiência na indústria automobilística, o Brasil apresenta uma grande potencialização dessa produção, onde conta com 18 diferentes montadoras, produzindo em 2006 um total de 2.399.860 veículos montados e gerando 106.329 empregos no mesmo ano (ANFAVEA, 2006). No ano de 2019, estimou-se um total de 2,94 milhões de carros produzidos e 125.596 empregos gerados (ANFAVEA, 2019).

Atualmente, a indústria automobilística está enquadrada na indústria 4.0, a qual de acordo com Quintino et al (2019) foi criada em 2012 na Alemanha, com a intenção de amplificar o processo produtivo das indústrias e aprimorar a competição com países da Ásia.

Mendes, Siemon e Campos (2017) destacam que a indústria 4.0 pode trazer os seguintes benefícios para o setor automotivo: (1) para fabricantes e fornecedores de peças originais, oferece maior agilidade nas especificações de fabricação; (2) para as fábricas, terão sistema de monitoramento avançado para identificar possíveis problemas em manutenção; (3) para os apaixonados por veículos que tenham desejo de realizar modificação e personalização no automóvel, as indústrias que os fabricam terão com a adoção da indústria 4.0 a possibilidade de customização e diminuição de tempo para entregar esses veículos; e (4) fabricantes terão conectados todas as estações fabris, melhorando a área estratégica da fábrica.

Os automóveis se tornaram uma das paixões dos brasileiros, não somente pela sua utilidade, mas também pela satisfação de poder alterar suas características de acordo com seu gosto. Para Machado (2017), a customização automotiva começou na década 1920 e 1930 com as mulheres, especificamente com Sonia Delaunay, quando teve ideias de combinar a

pintura das carrocerias e a forração dos bancos com os grafismos geométricos em moda nas roupas da época.

Ed Roth é considerado o pai da customização automotiva, desde criança era acostumado a montar e desmontar peças e acessórios. Formou-se em engenharia mecânica e todos os carros montados por ele eram impressionantes e carregavam a ideia de fugir do original. Ele morreu em 2011 quando estava em meio a um projeto de customização (SHOPCAR, 2022).

Para Hernandez (2021), a possível origem dos carros modificados está nos Estados Unidos, palco das vertentes de customização, sendo possivelmente adaptado ao estilo dos *Hot Rods*, que na época de 1930 arrancavam paralamas, rebaixavam tetos, trocavam os pneus para um modelo mais borrachudo e fuçavam motores para disputas de rachas.

Hernandes (2021) destaca também a história de Ron Aguirre, que em 1959 em Los Angeles apresentou o X-Sonic Corvette, carro equipado com sistema de suspensão hidráulica, o qual permitia a regulagem da suspensão com apenas um aperto de botão.

Um destaque de mecânica de customização automotiva é a empresa Gasmonkey Garage, muito conhecida pelos seus projetos insanos, onde tudo é filmado e disponibilizado em todo o mundo pelo Youtube e redes sociais. Sobre a personalização de veículos, destaca-se que “muitas pessoas gostam de personalizar o veículo com itens especiais para deixá-lo diferenciado dos demais. Nesse universo conhecido como *Tuning* de carros estão presentes as modificações na estrutura, cor, rodas, altura e outros componentes” (NAKATA..., 2019, s.p.).

Existem três tipos de alterações feitas em carros: (1) personalização, que consiste em instalar novos acessórios ou fazer alguma pequena mudança; (2) customização, feita com adaptações nos carros, que envolve mudanças e trocas; e (3) *tuning* de carros, caracterizada por mudanças radicais nas características do carro, como o aumento da potência do motor e a troca do sistema de suspensão (NAKATA..., 2019).

Também é destacado o estilo Dub que tem uma pegada diferente dos três tipos citados acima, “Tem características bem particulares, a principal delas é usar rodas gigantes e luxuosas, mas um legítimo veículo desse tipo também é equipado com suspensão a ar, sistema de som de alta tecnologia e tem o interior modificado” (DESPACHANTE.COM, 2017, s. p.).

O público que adere a customização automotiva participa de eventos voltados somente para esse estilo de veículos, como é o caso do BGT em Águas de Lindóia que, de acordo com Prado (2022), o evento nesse ano previa atrair mais de 400 mil visitantes de todo o país e do exterior. O encontro, além de alavancar o turismo, também realiza ações de promoção social e



sustentabilidade, sendo que entre 2010 e 2011, foram doadas 2 toneladas de alimentos para o Fundo Social de Águas de Lindóia (PRADO, 2022). Para o autor, de 2015 a 2016 foram doados uma ambulância para a prefeitura de Águas de Lindóia e, em 2018, um veículo todo equipado para o corpo de bombeiros.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho é de natureza qualitativa do tipo descritivo. De acordo com Creswell (2021), a pesquisa qualitativa está voltada a exploração e entendimento do significado que indivíduos ou grupos atribuem a determinado problema social. A pesquisa descritiva, por sua vez, tem como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno (GIL, 2008).

Quanto aos procedimentos técnicos, foi realizada uma pesquisa de campo, que consiste na observação de fatos e fenômenos no local e tal como ocorrem (MARCONI, LAKATOS, 2021). Para tanto, foram utilizados dados primários coletados por meio de entrevista não estruturada com o fundador da empresa e observações realizadas em visitas *in loco*, ocorridas entre junho e novembro de 2022. Adicionalmente, também foram coletados dados secundários por meio de documentos disponibilizados pela empresa.

Os dados foram analisados de forma interpretativa, considerando todas as etapas para formulação de um plano de negócios, como segue: (1) histórico da empresa; (2) análise de mercado (3) plano de marketing; (4) plano operacional; (5) plano financeiro e (6) análise estratégica.

4 APRESENTAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Essa etapa é constituída pela apresentação do plano de negócio da empresa Gamobí Preparações, na respectiva forma: histórico e informações sobre a empresa, análise de mercado, plano de marketing, plano operacional, plano financeiro e análise estratégica.

4.1 HISTÓRICO E INFORMAÇÕES SOBRE A EMPRESA

A empresa Gamobí Preparações é um empreendimento automotivo, voltado para customização de veículos, criado em 2021 com o intuito de preencher a necessidade de jovens

e adultos que querem customizar seus carros.

A criação da empresa se deu quando o empreendedor Eduardo Nascimento da Silva, precisava de reparos em seu Fiesta que era customizado e nenhuma mecânica automotiva na cidade fazia esses serviços. Alguns dias depois foi surgindo outras pessoas com as mesmas necessidades. Somando então a sua paixão por carros, a experiência que tinha adquirido em uma oficina mecânica em que trabalhou voluntariamente e a necessidade identificada no município e região, ele decidiu empreender.

No começo de 2021, ele começou a fazer cursos *online* com conteúdo sobre os assuntos, buscando os melhores customizadores automotivos do Brasil na época. A opção por cursos *online* se deu diante de sua condição financeira e das restrições impostas pela pandemia da Covid-19. Nesta época, o empreendedor comprou algumas ferramentas necessárias para começar seu negócio, como: macaco hidráulico, jogo de chave estriada, cavaletes, furadeira, encolhedor de molas, esmerilhadeira, entre outros. Em março de 2021, foi criado um Instagram para fazer postagens de serviço feitas como hobby, sem lucro e postagens de serviços feitos em seu próprio veículo como teste. Assim, começa a formação da Gamobí.

4.1.1 Estrutura legal

Desde junho de 2022 a empresa adere ao Microempreendedor Individual (MEI) como forma jurídica, que constitui as seguintes características: faturamento de até R\$ 81.000,00 anual, contratação de um funcionário, não possuir e não ser sócio de outra empresa, entre outros (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2022). O quadro 1 resume as informações da empresa.

Quadro 1: Informações sobre a empresa

Razão social	Eduardo Nascimento da Silva
Nome fantasia	Gamobí Preparações
Data de abertura da empresa	27/06/2022
Situação	Ativa
CNAE principal	4520-0/01 serviços de manutenção e reparação mecânica de veículos automotores

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

Observa-se que, no momento da pesquisa, a empresa tinha menos de um ano de

atuação e não possuía funcionários. Destaca-se que o empreendedor, está planejando a contratação de um ajudante para o ano de 2023. Neste caso, o plano de negócios pode ser uma oportunidade de conhecer o mercado e de crescimento, como destaca Dornelas (2016).

4.1.2 Serviços oferecidos

Os serviços principais oferecidos pela empresa são:

- Projetos especiais: modificação dos veículos, instalando suspensão fixa ou/e regulável de menor altura ou alteração na suspensão original para erguer o carro (*body lift*), chapeamento de motor, assoalho e tanque, suporte de ponta de eixo, levantamento de mecânica, levantamento de estrutura, modificação de caixa de rodas, retrabalho nas longarinas, retrabalho de eixo, retrabalho de torres, encurtamento de bandeja, entre outros;

- Revenda de suspensões modificadas e acessórios.
- Instalação de *insulfilm* de várias cores: preto, espelhado, azul ou verde.
- Instalação de acessórios;
- Reforma de rodas, pintura de pinças e cubos;
- Fabricação e instalação de assoalho.

Os serviços secundários prestados são voltados para estrutura mecânica, como: troca de suspensão original, troca de homocinética, troca de coifa, troca de rolamentos, entre outros.

A empresa tem planos para expandir os tipos de serviços prestados, acrescentando o *hardline* (customização do porta-malas), a fabricação de amortecedores encurtados para suspensões rebaixadas (que é terceirizado), a liberação para que o empreendedor leve os veículos para fazer legalização e vendas de rodas esportivas juntamente com pneus perfil baixas.

4.1.3 Fornecedores e futuros fornecedores

As empresas fornecedoras de matéria-prima são um dos elos principais para a prestação de serviço, pois quando se tem fornecedores fixos, conseguem prazos maiores de pagamento, descontos maiores e, em alguns casos, inexistência de custo de envio, oportunidade de pagamento via boleto, entre outras vantagens.

Formar essas parcerias é saudável para a empresa, principalmente no caso das parcerias com fornecedores. No quadro 2, são destacadas as empresas parceiras/fornecedoras

fixas da Gamobí e seus respectivos produtos.

Quadro 2: Fornecedores da empresa e seus produtos

Empresa	Produtos
Tebão Suspensões	Suspensões modificadas, e peças de reposição
Castor Suspensões	Suspensões modificadas, e peças de reposição
Victin Suspensões	Suspensões modificadas, amortecedores encurtados, e remanufaturamento de amortecedores
Sun Protect	Insulfilm
Casa dos Parafusos	Parafusos, porcas, fitas isolantes, discos, eletrodos, EPI, entre outros
Maçoldas	Parafusos, porcas, fitas isolantes, discos, eletrodos, EPI, entre outros
Piratini	Parafusos, porcas, fitas isolantes, discos, eletrodos, EPI, entre outros
Corte e dobra	Chapas de ferro
Atacadão das tintas	Tintas automotivas, catalisador, massa plástica, thinner, lixas, entre outros
Epman	Anilhas e cinta reboque
Autopeças Estrela	Rolamentos, coifas, homocinética, entre outros
Autopeças Bahia	Rolamentos, coifas, homocinética, entre outros
Mercado Livre	Disco de corte, filtros, pressostato, espátulas de insulfilm, fio 6mm e 1,5mm e outras peças de reposição
Kuramoto	Corrugado, terminal olhal, chave liga/desliga, fusível, termo retrátil, engate, porta fusível, relê, fios, entre outros
Franca Auto elétrica	Corrugado
Loja do mecânico	Ferramentas para executar os serviços

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

A metade dos fornecedores é do município de Naviraí, a outra metade é de outros municípios, como Dourados, e outros estados, como São Paulo e Paraná, que são próximos e podem fornecer mercadorias que não estão disponíveis em Naviraí.

Além dos fornecedores atuais, a partir da ampliação da empresa, serão contatados os futuros fornecedores, conforme quadro 3.

Quadro 3: Futuros fornecedores da empresa e seus produtos

Empresa	Produtos
HKI Suspension	Blocos, compressores e bolsas
Air monster suspensão	Suspensões modificadas, e peças de reposição
Volcano	Rodas esportivas
Delinte	Pneus perfil baixo
AZ acessórios	Acessórios: calotas, faróis de milha, lâmpadas...

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

A empresa tem interesse em firmar novas parcerias para ter acesso a produtos diferenciados, revendendo suas marcas e trazendo diversificação de peças para a região.

4.1.4 Prestação de serviço

Para prestar os serviços desde a abertura da empresa, foram compradas algumas ferramentas, conforme destacado na tabela 1.

Tabela 1: Ferramentas compradas para o início das atividades

Quantidade	Ferramenta	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
1	Esmerilhadeira Makita	370,00	370,00
1	Prensa hidráulica Rio Sul	1.111,00	1.111,00
1	Jacaré hidráulico Sata	988,70	988,70
1	Compressor	1.095,00	1.095,00
1	Máquina de solda elétrica	1.500,00	1.500,00
6	Cavalete	57,25	343,50
1	Furadeira Bosch	270,00	270,00
1	Furadeira Dewalt	560,00	560,00
1	Chave de impacto	367,00	367,00
1	Jogo de chave estriada	201,00	201,00
1	Máscara de solda	105,00	105,00
1	Abafador de ruídos	18,00	18,00
1	Paquímetro	56,00	56,00
1	Morsa	360,00	360,00
1	Encolhedor de mola	127,00	127,00
1	Pistola de pintura	120,00	120,00
1	Martelo	35,00	35,00
3	Alicate	28,00	84,00
1	Jogo de chave allen	60,00	60,00
1	Óculos de solda	85,00	85,00
1	Aplicador de silicone	20,00	20,00
1	Extensão de tomada	25,00	25,00
1	Multímetro	30,00	30,00
1	Assoprador de insulfilm	241,00	241,00
1	Jogo de Espátulas	150,00	150,00
Total			8.322,20

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

Observa-se que a empresa possui extenso ferramental, o que oportuniza a realização do trabalho de forma satisfatória. Para a ampliação da empresa, será necessário comprar novas ferramentas, móveis, eletrodomésticos e eletrônicos, conforme descrito na tabela 2.

Tabela 2: Ferramentas a ser compradas para ampliação da empresa

Quantidade	Ferramenta	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
1	Máquina de solda mig	3.900,00	3.900,00
1	Parafusadeira a bateria	399,90	399,90
2	Cavalete	57,25	114,50
1	Suporte de motor	286,00	286,00
1	Pistola de pintura gravidade	150,00	150,00
1	Elevador	9.979,00	9.979,00
1	Furadeira de bancada	639,90	639,90
1	Esmeril	199,90	199,90
1	Rolo Mangueira de compressor	275,90	275,90
1	Extrator de rolamentos	435,00	435,00
1	Encolhedor de mola pneumático	370,00	370,00
1	Carregador de bateria	224,90	224,90
1	Calibrador de pneu	730,00	730,00
1	Corte plasma	1.849,90	1.849,90
1	Esmerilhadeira 7 polegadas	689,00	689,00
1	Compressor 100L	2.499,00	2.499,00
1	Cavalete de câmbio	359,90	359,90
1	Estante Gaveteiro	349,90	349,90
1	Rebatedor de paralamas	978,00	978,00
1	Bebedor	419,90	419,90
1	jogo de cadeiras/clientes bambu	470,00	470,00
1	Mesa home office	290,00	290,00
2	Cadeira cliente/escritório	137,00	274,00
1	Impressora	190,00	190,00
1	Computador	1.056,00	1.056,00
1	Geladeira	650,00	650,00
1	Pia	230,00	230,00
1	Armário de utensílios	276,00	276,00
1	Kit câmeras de segurança	683,50	683,50
1	Kit alarme com sensor	509,90	509,90
1	Armário de arquivos	249,00	249,00
2	Bancada para as ferramentas	750,00	1.500,00
2	Painel de ferramentas	54,90	109,80
1	Roteador	115,00	115,00
1	Cafeteira	133,90	133,90
1	Garrafa de café	90,00	90,00
1	Tv	734,50	734,50
TOTAL			32.705,20

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

As ferramentas são necessárias para agilizar os processos de serviços, alguns móveis são necessários para o efeito de comodidade do escritório, eletrodomésticos para refeições, eletrônicos que auxiliam na segurança e nos processos e alguns utensílios.

Além de ferramentas, é necessário ter um estoque de matéria-prima para poder executar as prestações de serviços e realizar a venda de produtos. Na tabela 3, foram destacados os materiais indicados para ter em estoque.

Tabela 3: Produtos necessários ter em estoque

Quantidade	Item	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
1	Compressor 444c	700,00	700,00
2	Cilindro de aço	200,00	400,00
6	Bolsas reta dianteira	160,00	960,00
4	Bolsas reta traseira	160,00	640,00
2	Central DVR	130,00	260,00
1	Bloco 8mm	360,00	360,00
6	Jogo Orings	20,00	120,00
20	Nips	10,00	200,00
2	Rolo de mangueira Pu	89,00	178,00
15	Anilhas	29,90	448,50
15	Cinta reboque	34,90	523,50
1	Rolo Insulfilm G35 30m	516,00	516,00
1	Rolo Insulfilm G20 30m	516,00	516,00
1	Rolo Insulfilm G05 30m	516,00	516,00
1	Rolo Insulfilm espelhado 15m	528,00	528,00
1	Rolo Insulfilm semi espelhado	528,00	528,00
100	Disco de corte	1,60	160,00
5 kg	Eletrodo	25,20	126,00
50	Fusível	0,30	15,00
10	Porta fusível	2,50	25,00
1	Rolo 20m corrugado	39,00	39,00
50m	Fio 2,5mm	2,16	108,00
50m	Fio 6mm	4,20	210,00
2	Pressostato Industrial	95,00	190,00
2	Filtro	90,00	180,00
5	Fita isolante 20m	6,50	32,50
1	Kit Parafusos	130,00	130,00
3	Barra roscada	25,00	75,00
100	Porcas	0,10	10,00
½	Chapa 4mm de ferro	750,00	750,00
1	Chapa 3mm de ferro	1.270,00	1.270,00
10	Relê	R\$ 9,70	97,00
10	Chave liga/desliga	R\$ 2,90	29,00
TOTAL			10.840,50

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

Esses materiais são essenciais para se ter armazenado, pois, por exemplo, o *insulfilm* tem alta rotatividade e é comprado fora da cidade, por isso, o estoque seria importante para evitar ficar sem matéria prima.

4.2 ANÁLISE DE MERCADO

Naviraí faz parte da Região Cone-Sul do estado de MS e segundo dados do IBGE (2022), o município possui uma área territorial de 3.189,667 km² e uma estimativa populacional de 56.484 pessoas para 2022. Em relação à faixa etária da população, segundo



dados do último censo, a idade dos jovens e adultos está distribuída da seguinte forma: 20,39% de 0 a 14 anos (crianças); 9,24% têm entre 15 a 19 anos; 9,54% de 20 a 24 anos; 9,22% de 25 a 29 anos; 8,82% de 30 a 34 anos; 7,83% de 35 a 39 anos; 6,09% de 40 a 44 anos; 5,26% de 45 a 49 anos; 3,90% de 50 a 54 anos; 2,97% de 55 a 59 anos; 2,23% de 60 a 64 anos e 4,64% maior de 64 anos (idosos) (IBGE, 2010). A renda média da população é estimada em média de 2,2 salários-mínimos por mês (IBGE, 2020).

Por ter uma parcela considerável de jovens e adultos, que representa quase a metade do total de habitantes da cidade, a atuação de uma oficina voltada para customização, como é o caso da Gamobí, a coloca em um ambiente privilegiado no mercado, pois seu público-alvo é constituído por jovens e adultos de 18 a 40 anos que tenham carros, na grande maioria homens.

Segundo dados do Detran MS (2022), o município de Naviraí possui um total de 34.866 veículos registrados.

4.2.1 Análise de concorrência

Como concorrentes diretos na área de customização dentro do município de Naviraí não foram identificados concorrentes. Em Dourados, que fica a aproximadamente 140 km, existem dois concorrentes: Fundo de Quintal Preparações e Caveira Suspensões. Em Ivaté, no estado do Paraná, que fica a 123 km existe a empresa Brabo Suspensões.

O diferencial da Gamobí frente aos dois concorrentes é que além da preparação para carros rebaixados, ela também faz preparação para carros que serão erguidos (*body lift*), reforma rodas e instala *insulfilm*. Já os dois concorrentes não prestam esse tipo de serviço.

Quando se trata apenas do serviço de instalação de *insulfilm*, a empresa analisada tem 3 concorrentes diretos em Naviraí: Casa do automóvel, Carro e Cia Centro Automotivo e Pro Race. Na área de reforma de rodas, há um concorrente em Naviraí, a Nav Rodas Auto Center.

4.3 PLANO DE MARKETING

No plano de marketing, apresenta-se a descrição dos 4Ps de marketing.

4.3.1 Serviços, produtos e preços

Na tabela 4 são mostrados os serviços/produtos oferecidos, seu custo com matéria-prima e preço de venda. No mesmo quadro é feita a porcentagem do CMV e CMV médio:

Tabela 4: Serviços e produtos (com custo, valor de venda e CMV)

Serviço/Produto	Custo (R\$)	Valor de venda (R\$)	CMV
Instalação suspensão fixa	10,00	200,00	5,00%
Instalação suspensão a rosca	10,00	200,00	5,00%
Instalação suspensão a ar	200,00	800,00	25,00%
Chapeamento completo	1.350,00	1800,00	75,00%
Par de pontas de eixo	120,00	450,00	26,70%
Par retrabalho de longarinas	50,00	350,00	14,30%
<i>Body lift</i>	70,00	350,00	20,00%
Levantamento de mecânica	80,00	450,00	17,80%
Levantamento de agregado	60,00	600,00	10,00%
Levantamento na estrutura	120,00	1.200,00	10,00%
Insulfilm (carros com 4 portas)	70,00	200,00	35,00%
Insulfilm (carros com 2 portas)	65,00	180,00	36,11%
Insulfilm 4 portas e para-brisa	80,00	250,00	32,00%
Insulfilm 2 portas e para-brisa	70,00	230,00	30,44%
Reforma de rodas	190,00	400,00	47,50%
Pintura de pinças	36,00	80,00	45,00%
Retrabalho de torres	60,00	200,00	30,00%
Inversão de amortecedores	80,00	200,00	40,00%
Levantamento de assoalho	1.100,00	2.000,00	55,00%
Insulfilm espelhado (4 portas)	190,00	400,00	47,50%
Insulfilm espelhado (2 portas)	180,00	380,00	47,37%
Cinta reboque	34,90	55,00	63,50%
Anilhas	29,90	50,00	59,80%
Bolsas de ar	160,00	190,00	84,21%
Cilindro de aço	200,00	270,00	74,07%
Compressor	700,00	900,00	77,78%
Metro mangueira Pu	4,45	6,00	74,20%
Nips	10,00	15,00	66,70%
Bloco 08mm	360,00	400,00	90,00%
Central dvr	130,00	180,00	72,23%
Anéis Orings	1,25	5,00	25,00%
Filtro	90,00	120,00	75,00%
CMV MÉDIO			44,28%

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

De acordo com a tabela 4, os serviços oferecidos pela Gamobí preparações, em sua grande maioria, tem um custo de mercadoria vendida (CMV) baixo, tendo uma boa margem de lucro. Porém os produtos vendidos não têm o mesmo retorno, seu CMV é mais de 50% na grande maioria, dando a entender que se empresa fosse só de vendas não seria tão viável, contudo as peças de reposição é somente um agregado.

Devido a customização, alguns tipos de serviços variam de carro para carro, e alguns produtos estão em constante mudança de valor como é o caso das suspensões, não sendo destacado na tabela 4, por não ter valor fixo de venda. Há também alguns serviços com pouco custo de materiais e seu preço de venda elevado, isso acontece porque a mão de obra é extensa em relação a dias e pesada.

4.3.2 Praça

A Gamobí Preparações está localizada no Região Cone-Sul do estado de MS, mais precisamente na Rua Aquidauana nº111, Jardim Vale Encantado, em Naviraí.

Sua praça de atuação é formada por toda essa região que engloba sete municípios: Eldorado, Iguatemi, Itaquiraí, Japorã, Juti, Mundo Novo e Naviraí. Além de outros municípios próximos como Ivinhema e Nova Andradina no MS e algumas cidades do estado do Paraná, como Icaraíma, Alto Paraíso, Xambrê e Ivaté. Sobre a localização da empresa, o prédio possui uma área de 130m² é alugado. Também há a intenção de mudança para um local maior a partir de 2024.

Atualmente, a empresa tem como sistema de segurança com alarmes, câmeras de vigilância e sensores de movimento.

4.3.3 Promoção

As propagandas do empreendimento são realizadas pelos aplicativos Instagram e Facebook por meio de *posts*, *reels* e *stories*. O Whatsapp da empresa é utilizado pelos clientes com pedidos de orçamento. Há um catálogo disponível no próprio Whatsapp para que os clientes consultem valores.

A empresa se envolve na divulgação de eventos de carros customizados que acontecem nas regiões próximas. Eles são divulgados nas redes sociais da empresa, por meio de *banners* e adesivos como empresa parceira dos eventos, além de participar dos mesmos presencialmente. Outros meios de divulgação são os adesivos, que são colados nos veículos nos quais são desenvolvidos serviços.

4.4 PLANO OPERACIONAL

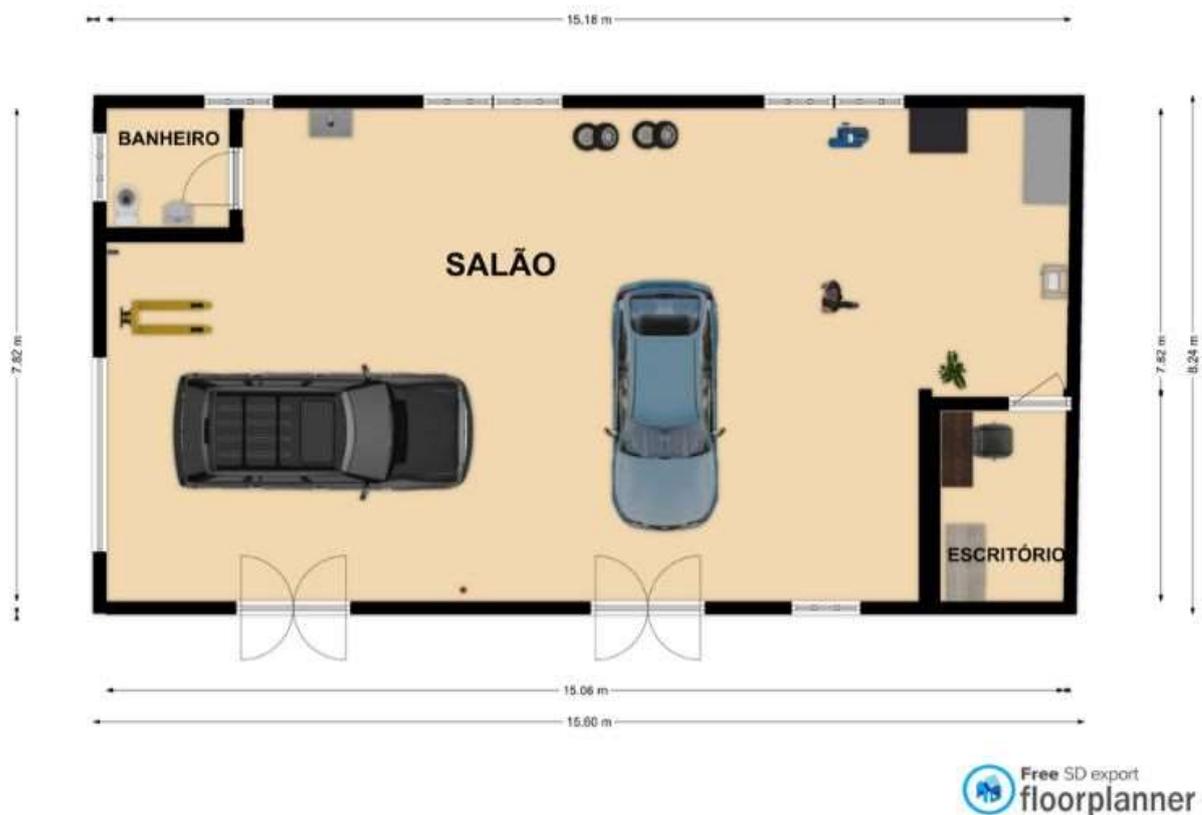
O plano operacional apresenta o *layout* da empresa, a capacidade de prestação de serviços, os processos operacionais e a necessidade de funcionários.

4.4.1 *Layout*

O *layout* ou arranjo físico da Gamobí é composto pelo salão, escritório e banheiro. O Sebrae (2017) destaca que os benefícios de um *layout* bem elaborado é o aumento da produtividade, a melhoria de comunicação, a facilidade de localização de materiais e a diminuição de perda de matéria-prima e tempo.

A Gamobí reparações tem uma área total de 130m², onde 118m² é reservado para o salão, 4m² é de domínio do banheiro e 8m² é utilizado pelo escritório. A figura 1 retrata o *layout* atual.

Figura 1: Layout da Gamobí



Fonte: elaborada pela autora.

Observa-se que o salão da Gamobí preparações é amplo, com capacidade de 20

estacionamento de até 5 veículos e possibilidade de trabalhar com eles neste espaço (teste real). No arranjo físico, foi adicionado somente dois carros como demonstração para não ficar muito poluído. Pode-se notar que o espaço conta com um escritório e um banheiro, tendo espaço livre também para as bancadas de ferramentas e exposição de produtos à venda.

4.4.2 Capacidade de prestação de serviços

“É importante estimar a capacidade instalada da empresa, isto é, o quanto pode ser produzido ou quantos clientes podem ser atendidos com a estrutura existente” (SEBRAE, 2017, p. 40).

A capacidade disponível da Gamobí Preparações em determinados serviços é de atender até 5 carros por dia (em serviços rápidos). Descontando uma perda de 5% em relação as manutenções das máquinas e equipamentos, limpeza do salão e pausa para o café, a capacidade efetiva passa para 4,75. Ainda é considerada uma perda de 10% quando houver queda de energia, problemas de saúde ou problemas com as ferramentas, tornando a capacidade realizada de 4,27, ou seja, aproximadamente 4 veículos por dia.

Para serviços de longo prazo, dependendo do serviço, seria necessário um tempo maior do que um dia. Quando faz o orçamento, o empreendedor consegue estimar o tempo desse tipo de serviço, sendo necessário considerar o tempo de pedido das peças e acessórios, se necessário.

4.4.3 Processos operacionais

O empreendedor é quem faz todo o processo de atendimento, orçamento, prestação de serviço e recebimento do cliente. Os orçamentos e vendas geralmente são feitos através de contato direto ou via Whatsapp. A partir do orçamento gerado e após a confirmação do serviço pelo cliente, é encaminhado para a execução do serviço.

Os orçamentos não aprovados são arquivados por três meses, em caso de o cliente decidir executar o serviço futuramente. No pedido aprovado, é combinado com o cliente os serviços a serem realizados, a forma de pagamento e o prazo de entrega.

A Gamobí trabalha com agendamentos, sendo muito raros os casos em que o cliente almeja fazer um projeto em seu veículo sem prévio agendamento.

Após a venda, são realizados os serviços, feitos por etapa de acordo com o tipo de



projeto adquirido. Finalizado a mão de obra, o veículo é entregue ao cliente, que faz o pagamento. Neste momento, é pedido um feedback ao cliente e a autorização para publicar nas redes sociais as fotos dos serviços.

As compras das peças são geralmente feitas à vista, não tendo grande quantidade de boletos a serem pagos pela empresa. Os boletos pagos são arquivados em pastas e pagos no dia do vencimento. As notas fiscais recebidas e notas de serviços emitidas são arquivadas em pastas separadas. A empresa não possui sistema de pagamentos na promissória, evitando assim o desgaste do proprietário de ir atrás dos clientes para receber e evitando desperdício de tempo.

4.4.4 Necessidade de Funcionários

Atualmente, apenas o empreendedor trabalha na empresa. Na parte financeira ele recebe ajuda da esposa que é formada em Administração.

O empreendedor revela que precisa de um ajudante na parte da oficina, contudo, no ano de 2022 não teve condições de contratação. Para o ano de 2023, há a previsão de contratação de um ajudante.

4.5 PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro foi elaborado considerando a realidade da empresa, com uma meta de prestação de serviço possível de se atingir, porém também foi elaborado outro quadro considerando uma maior meta, baseada no teto máximo do MEI. A empresa também deve prever possíveis meses em que não se atinja a meta estabelecida, nesse caso considerando uma meta menor, ao ponto de ao menos manter o ponto de equilíbrio financeiro.

4.5.1 Investimento inicial

Como investimentos iniciais no novo endereço foram considerados os valores destacados na Tabela 5.

Tabela 5: Investimento inicial

Investimento Inicial	
Investimento no ponto comercial: pintura, limpeza, luzes	R\$ 600,00
Investimento em máquinas e ferramentas	R\$ 32.705,20
Investimento em estoque	R\$ 10.840,50
Despesa com alvará, meio ambiente, bombeiro	R\$ 2.900,00
Reserva para gastos não previstos	R\$ 1.000,00
Subtotal (capital a ser investido)	R\$ 48.045,70
Reserva para capital de giro	R\$ 1.500,00
Total	R\$ 49.545,70

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

Observa-se que a Gamobí Preparações deverá desembolsar quase R\$ 50.000,00 (o valor considerado para cálculos de TIR e VPL foi o arredondado) para investir em seu salão, com ferramentas, despesas do governo, estoque, reserva para futuros gastos e outros. Nenhum desses itens citados é de baixa importância, devendo a empresa buscar recursos pessoais ou de terceiros para conseguir executar esse investimento.

4.5.2 Custo com mão de obra

A partir da contratação de um auxiliar, os gastos com a mão de obra foram estimados na tabela 6.

Tabela 6: custo com mão de obra, mensal

Custos mensais com mão de obra			
Função	Salário	Encargos	Total
Proprietário	R\$ 2.100,00	R\$ 60,60	R\$ 2.160,60
Auxiliar de mecânica	R\$ 1.212,00	R\$ 36,36	R\$ 1.248,36
Total	R\$ 3.312,00	R\$ 96,96	R\$ 3.408,96

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

O funcionário será contratado com o valor de um salário-mínimo. Considerando que o pró-labore não tem encargos, apenas o valor do INSS. Para o funcionário há o custo um encargo de 11% sobre o valor da folha (3% referente a INSS e 8% referente a FGTS), sendo que o INSS é pago pelo empregador e FGTS descontado do empregado.

4.5.3 Despesas fixas

As despesas fixas mensais e anuais foram expostas na tabela 7.

Tabela 7: despesas fixas mensais e anuais

Despesas fixas	Valor mensal	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Mão de obra	3.408,96	40.907,52	42.543,82	44.245,57	46.015,39	47.856,00
Aluguel	700,00	8.400,00	8.736,00	9.085,44	9.448,85	9.826,81
Energia	120,00	1.440,00	1.497,60	1.557,50	1.619,80	1.684,59
Água	80,00	960,00	998,40	1.038,33	1.079,86	1.123,05
Internet	75,00	900,00	936,00	973,44	1.012,37	1.052,87
Segurança notrn.	50,00	600,00	624,00	648,96	674,91	701,91
DAS	6,00	72,00	74,88	77,87	80,98	84,22
Material limpeza.	25,00	300,00	312,00	324,48	337,45	350,95
Comida recepção	50,00	600,00	624,00	648,96	674,91	701,91
Total	4.514,96	54.179,52	56.346,70	58.600,56	60.944,58	63.382,36

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

Nota-se que na tabela 7, as despesas fixas são demonstradas mensalmente e anualmente, com previsão de 5 anos, considerando uma taxa de 4% de aumento por ano. Nessa tabela está incluso tudo que é considerada despesa fixa, como: aluguel, água, energia, internet e outros.

4.5.4 Despesas variáveis e despesas totais

As despesas variáveis são voltadas a compras de matéria prima para a prestação de serviço, sendo esse o único gasto variável já que o empreendimento não tem gastos com vendas (taxas de máquina de cartão, impostos), pois a taxa de parcelamento é cobrada do cliente e o plano da maquininha não cobra para debitar o dinheiro na conta.

Na tabela 8, foram apresentadas as despesas variáveis considerando o valor mensal e uma projeção pessimista para 5 anos.

Tabela 8: despesas variáveis mensais e anuais no cenário pessimista

Desp. variáveis	Valor mensal	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Matéria-prima	800,00	9.600,00	9.984,00	10.383,36	10.798,69	11.230,63
Total	800,00	9.600,00	9.984,00	10.383,36	10.798,69	11.230,63

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

Pode-se observar que no cenário pessimista a empresa retratada não poderá passar de R\$ 800,00 de gastos mensais com compra de matéria-prima.

Na tabela 9, foram apresentadas as mesmas despesas, contudo em um cenário realista.

Tabela 9: despesas variáveis mensais e anuais no cenário realista

Desp. variáveis	Valor mensal	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Matéria-prima	950,00	11.400,00	11.856,00	12.330,24	12.823,44	13.336,38
Total	950,00	11.400,00	11.856,00	12.330,24	12.823,44	13.336,38

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

Comparado a tabela de cenário pessimista, a tabela 9 de cenário realista destaca que o empreendedor poderá usar R\$ 950,00 para gastos com matéria-prima, uma diferença de R\$ 150,00 se comparada a tabela anterior. Por fim, foi elaborada a tabela 10 com o cenário otimista.

Tabela 10: despesas variáveis mensais e anuais no cenário otimista

Desp. variáveis	Valor mensal	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Matéria-prima	1.400,00	16.800,00	17.472,00	18.170,88	18.897,71	19.653,62
Total	1.400,00	16.800,00	17.472,00	18.170,88	18.897,71	19.653,62

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

De modo geral, a tabela 10 do cenário otimista, destaca que o empreendedor poderá utilizar R\$ 1.400,00 para gastos com matéria-prima, uma diferença de R\$ 600,00 se comparada com a tabela 8, e R\$ 450,00 se comparada a tabela 9.

As despesas totais são a soma das despesas fixas com as despesas variáveis, apresentadas nas tabelas 11, 12 e 13.

Tabela 11: Despesas totais mensais e anuais no cenário pessimista

Despesas	Valor mensal	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Despesas fixas	4.514,96	54.179,52	56.346,70	58.600,56	60.944,59	63.382,37
Despesas variáv.	800,00	9.600,00	9.984,00	10.383,36	10.798,69	11.230,64
Total	5.314,96	63.779,52	66.330,70	68.983,92	71.743,28	74.613,01

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

A tabela 11 de caráter pessimista, destaca que a despesas totais da Gamobí mensalmente será de R\$ 5.314,96, chegando a ser R\$ 63.779,52 anualmente, além de fazer a projeção para 5 anos de empresa aberta. Na tabela 12, foram apresentadas as mesmas despesas, contudo em um cenário realista.

Tabela 12: Despesas totais mensais e anuais no cenário realista

Despesas	Valor mensal	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Despesas fixas	4.514,96	54.179,52	56.346,70	58.600,56	60.944,59	63.382,37
Despesas variáv.	950,00	11.400,00	11.856,00	12.330,24	12.823,44	13.336,38
Total	5.464,96	65.579,52	68.202,70	70.930,80	73.768,04	76.718,76

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

A tabela 12, de cenário realista terá um custo de R\$ 5.464,96 mensalmente, maior que a tabela 11, pois como destacado na tabela 9, o custo variável com matéria-prima é maior que a tabela anterior.

Por fim, foi elaborada a tabela 13 com o cenário otimista.

Tabela 13: despesas totais mensais e anuais no cenário otimista

Despesas	Valor mensal	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Despesas fixas	4.514,96	54.179,52	56.346,70	58.600,56	60.944,59	63.382,37
Despesas variáv.	1.4000,00	16.800,00	17.472,00	18.170,88	18.897,71	19.653,62
Total	5.914,96	70.979,52	73.818,70	76.771,44	79.842,30	83.035,99

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

A tabela 13 de caráter otimista tem um custo total de R\$ 5.914,96, sendo 10,14% a mais do que a tabela 11, e 7,61% do que a tabela 12.

É certo destacar que quanto melhor for o cenário, mais custos variáveis terá a empresa, e o custo total também será mais elevado.

4.5.5 Demonstração do resultado do exercício (DRE)

Na tabela 14 foi realizada a representação do DRE considerando um cenário pessimista, onde se mantém no ponto de equilíbrio, sem lucro, porém com todos os custos pagos.

Tabela 14: DRE anual no cenário pessimista

Cen. pessim.	Valor	Percent.	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
1- Venda total	5.314,96	100%	63.779,52	66.330,70	68.983,92	71.743,28	74.613,01
2- Custos variáv.	800,00	15,05%	9.600,00	9.984,00	10.383,36	10.798,69	11.230,64
3- Lucro bruto	4.514,96	84,95%	54.179,52	56.346,70	58.600,56	60.944,59	63.382,37
4- Custos fixos	4.514,96	84,95%	54.179,52	56.346,70	58.600,56	60.944,59	63.382,37
5= Lucro líquido	0,00	0,00%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6-P. de equilíbrio	5.314,96	100%	63.779,52	66.330,70	68.983,92	71.743,28	74.613,01

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

O cenário pessimista representa o DRE com lucro líquido igual a zero, pois retrata que a Gamobí somente vai conseguir de receita aquilo que ela tem de custos total a ser pago, ficando no zero a zero.

Na tabela 15, foram apresentadas as mesmas informações, contudo em um cenário realista.

Tabela 15: DRE anual no cenário realista

Cenário real	Valor	Percent.	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
1- Venda total	6.011,45	100%	72.137,40	75.022,89	78.023,81	81.144,76	84.390,55
2- Custos variáv.	950,00	15,80%	11.400,00	11.856,00	12.330,24	12.823,44	13.336,38
3- Lucro bruto	5.061,45	84,20%	60.737,40	63.166,89	65.693,57	68.321,31	71.054,16
4- Custos fixos	4.514,96	75,10%	54.179,52	56.346,70	58.600,56	60.944,59	63.382,37
5= Lucro líquido	546,49	9,10%	6.557,88	6.820,19	7.093,00	7.376,72	7.671,79
6-P. de equilíbrio	5.464,96	90,90%	65.579,52	68.202,70	70.930,80	73.768,04	76.718,76

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

A representação do DRE considerando o cenário real, onde a receita é alcançável pela empresa, gerando lucro líquido maior que 0, estipulado uma taxa de 10% de receita a mais, e assim confirmando a viabilidade da abertura do empreendimento.

Por fim, foi elaborada a tabela 16 com o cenário otimista.

Tabela 16: DRE anual no cenário otimista

Cenário otimista	Valor	Percent.	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
1- Venda total	6.800,00	100%	81.600,00	84.864,00	88.258,56	91.788,90	95.460,45
2- Custos variáv.	1.400,00	20,59%	16.800,00	17.472,00	18.170,88	18.897,71	19.653,62
3- Lucro bruto	5.400,00	79,41%	64.800,00	67.392,00	70.087,68	72.891,18	75.806,83
4- Custos fixos	4.514,96	66,40%	54.179,52	56.346,70	58.600,56	60.944,59	63.382,37
5= Lucro líquido	885,04	13,01%	10.620,40	11.045,29	11.487,11	11.946,59	12.424,45
6-P. de equilíbrio	5.914,96	86,99%	70.979,52	73.818,70	76.771,44	79.842,30	83.035,99

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

Na tabela 16 é feita a representação do DRE considerando o cenário otimista, onde a receita é superior ao que a empresa costuma alcançar, deixando de lucro líquido para investimentos R\$885,04 mensalmente, e em 1 ano terá acumulado R\$ 10.620,40.

4.5.6 Projeção de prestação de serviço/vendas

As tabelas apresentadas a seguir é uma projeção de prestação de serviços mensais para atingir a receita estipulada no DRE, seguindo a ordem do Demonstrativo do resultado do exercício nos três cenários respectivamente.

Tabela 17: projeção de vendas/serviços mensais e anuais no cenário pessimista

Qnt	Descrição	P.und.	Total mês.	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
3	Insulfilm 4 portas p. brisa	200,00	600,00	7.200	7.488,00	7.787,52	8.099,02	8.422,98
3	Instal. suspensão fixa	200,00	600,00	7.200	7.488,00	7.787,52	8.099,02	8.422,98
10	Instal. suspensão rosca	200,00	2.000,00	24.000,00	24.960,00	25.958,40	26.996,73	28.076,00
1	Levantamento agregado	600,00	600,00	7.200	7.488,00	7.787,52	8.099,02	8.422,98
1	Body lift	350,00	350,00	4.200,00	4.368,00	4.542,72	4.724,42	4.913,40
1	Levantamento mecânica	450,00	450,00	5.400,00	5.616,00	5.840,64	6.132,67	6.377,97
1	Venda Nips	15,00	15,00	180,00	187,20	194,68	202,47	210,57
2	Par longarinas	350,00	700,00	8.400,00	8.736,00	9.085,44	9.448,85	9.826,81
22	Total		5.315,00	63.780,00	66.331,20	68.984,44	71.743,82	74.613,57

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

Na tabela 17 é apresentada a projeção de vendas para se atingir a receita de R\$ 5.314,96 do cenário pessimista, contando com mais prestação de serviço do que vendas de produtos.

Na tabela 18, foram apresentadas as mesmas projeções, contudo em um cenário realista.

Tabela 18: projeção de vendas/serviços mensais e anuais no cenário realista

Qnt	Descrição	P.und.	Total mês.	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
3	Insulfilm 4 portas p. brisa	250,00	750,00	9.000,00	9.360,00	9.734,40	10.123,77	10.528,72
1	Instal. suspensão a ar	800,00	800,00	9.600,00	9.984,00	10.383,36	10.798,69	11.230,64
5	Instal. suspensão rosca	200,00	1.000,00	12.000,00	12.480,00	12.979,20	13.498,36	14.038,30
2	Par longarinas	350,00	700,00	8.400,00	8.736,00	9.085,44	9.448,85	9.826,81
2	Levantamento da estrutura	1.200,00	2.400,00	28.800,00	29.952,00	31.150,08	32.396,08	33.691,92
1	Venda mangueira Pu	6,00	6,00	72,00	74,88	77,87	80,99	84,22
1	Body lift	350,00	350,00	4.200,00	4.368,00	4.542,72	4.724,42	4.913,40
1	Venda anel Orings	5,00	5,00	60,00	62,40	64,89	67,49	70,19
16	Total		6.011,00	72.132,00	75.017,2	78.017,97	81.138,69	84.384,23

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

Na tabela 18 é apresentada a projeção de vendas para se atingir a receita de R\$ 5.464,96 do cenário realista contando com 14 prestação de serviços e 2 vendas mensais.

Por fim, foi elaborada a tabela 19, com o cenário otimista.

Tabela 19: projeção de vendas/serviços mensais e anuais no cenário otimista

Qt.	Descrição	P.und.	Total mês.	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
1	Par ponta de eixo	450,00	450,00	5.400,00	5.616,00	5.840,64	6.074,26	6.317,23
1	Reforma de rodas	400,00	400,00	4.800,00	4.992,00	5.191,68	5.399,34	5.615,32
2	Levanta mento da estrutura	1.200,00	2.400,00	28.800,00	29.952,00	31.150,08	32.396,08	33.691,92
2	Body lift	350,00	700,00	8.400,00	8.736,00	9.085,44	9.448,85	9.826,81
1	Levanta mento de agregado	600,00	600,00	7.200	7.488,00	7.787,52	8.099,02	8.422,98
1	Insulfilm espelh. 4 portas	400,00	400,00	4.800,00	4.992,00	5.191,68	5.399,34	5.615,32
1	Instal. suspensão a ar	800,00	800,00	9.600,00	9.984,00	10.383,36	10.798,69	11.230,64
1	Retrabal ho de torres	200,00	200,00	2.400,00	2.496,00	2.595,84	2.699,67	2.807,66
2	Instal. insulfilm 2 portas	180,00	360,00	4.320,00	4.492,80	4.672,51	4.859,41	5.053,78
1	Par de longarinas	350,00	350,00	4.200,00	4.368,00	4.542,72	4.724,42	4.913,40
28	Venda aneloring	5,00	140,00	1.680,00	1.747,20	1.817,08	1.889,77	1.965,36
41	Total		6.800,00	81.600,00	84.864,00	88.258,56	91.788,90	95.460,45

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

Na tabela 19 é apresentada a projeção de vendas para se atingir a receita de R\$ 5.914,96 do cenário otimista contando com 13 prestações de serviço e 28 vendas.

Na tabela 18 após o quarto ano o empreendimento se auto desenquadra do MEI, pelo valor de faturamento, e na tabela 19 projetando um cenário otimista faz com que o empreendimento desde o primeiro ano fuja das conformidades do MEI, e caso esse rumo seja seguido o certo é a empresa passar de MEI para o Simples Nacional como forma tributária.

4.5.7 Análise de retorno sobre investimento

Como ferramenta de análise de retorno sobre investimento foi utilizado o *Payback* (tempo de retorno sobre investimento), o valor presente líquido (VPL) e taxa interna de retorno (TIR). O cenário pessimista não foi considerado para realizar o tópico em questão já

que o mesmo não obtém lucro líquido.

Tabela 20: Payback no cenário realista

Cenário realista	
Investimento inicial	R\$ 50.000,00
Lucro líquido ano 1	R\$ 6.557,88
Anos	7,7

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

Conforme apontado na tabela 20, o tempo de retorno sobre o investimento inicial é de 91 meses, considerando o modelo realista.

Tabela 21: Payback no cenário otimista

Cenário otimista	
Investimento inicial	R\$ 50.000,00
Lucro líquido ano 1	R\$10.620,40
Anos	4,8

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

Conforme apontado na tabela 21, sobre o cenário otimista o tempo de retorno sobre o investimento inicial é de 56 meses.

Tabela 22: VPL, PI e TIR cenário realista

Ano	Lucro líquido	Lucro líquido atualizado
0	R\$ -50.000,00	R\$ -50.000,00
1	R\$ 6.557,88	R\$ 6.072,11
2	R\$ 6.820,19	R\$ 5.847,21
3	R\$ 7.093,00	R\$ 5.630,65
4	R\$ 7.376,72	R\$ 5.422,10
5	R\$ 7.671,79	R\$ 5.221,29
6	R\$ 7.978,66	R\$ 5.027,90
7	R\$ 8.297,80	R\$ 4.841,68
8	R\$ 8.629,72	R\$ 4.662,36
9	R\$ 8.974,90	R\$ 4.489,68
10	R\$ 9.333,90	R\$ 4.323,40
VPL		R\$ 1.992,68
PI		1,04
TIR		8,82%

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

Nas tabelas 22 e 23 são apresentados o VPL e a TIR nos cenários realista e otimista, considerando a Taxa Mínima de atratividade (TMA) de 8%, essa taxa é o percentual exigido de retorno para que um investimento seja realizado.

No cenário realista, tabela 22, para se obter o valor presente líquido é após o décimo

ano, o índice de rentabilidade é de 1,04 e a taxa interna de retorno é de 8,82%.

Tabela 23: VPL, PI e TIR cenário otimista

Ano	Lucro líquido	Lucro líquido atualizado
0	R\$ -50.000,00	R\$ -50.000,00
1	R\$ 10.620,40	R\$ 9.833,70
2	R\$ 11.045,29	R\$ 9.469,55
3	R\$ 11.487,11	R\$ 9.118,83
4	R\$ 11.946,59	R\$ 8.781,10
5	R\$ 12.424,45	R\$ 8.455,87
6	R\$ 12.921,42	R\$ 8.142,68
VPL		R\$ 4.256,06
PI		1,08
TIR		10,68%

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

No cenário otimista tabela 23 para se obter o valor do presente líquido é após os 6 anos, o índice de rentabilidade é de 1,08 e a taxa interna de retorno é de 10,68%.

O valor presente líquido tem como indicador qualquer número maior que zero para comprovar sua rentabilidade. Sobre a TIR, quanto mais for o seu percentual, mais indicado é o investimento.

4.5 ANÁLISES ESTRATÉGICAS

Após analisar os cenários da empresa, passa-se para a análise estratégica do negócio. Para tanto, foi elaborada a Matriz SWOT, analisando o ambiente interno (forças e fraquezas) e o ambiente externo (ameaças e oportunidades) da Gamobí Preparações.

A matriz SWOT foi apresentada no quadro 4.

Quadro 4: Matriz SWOT da Gamobí Preparações

AMBIENTE INTERNO	AMBIENTE EXTERNO
FORÇAS 1 - Cartela de serviços; 2 - Único revendedor Castor e Tebão da cidade; 3-Localização; 4-Preços; 5-Fornecedores; 6-Marketing; 7-Qualidade; 8- Serviços inovadores.	OPORTUNIDADES 1 - Impacto cultural; 2 - Inexistência de concorrência local; 3-Expansão comercial; 4- Investimento na empresa; 5- População jovem na cidade.
FRAQUEZAS 1 - Pouco tempo de mercado; 2- Tempo de experiência do empreendedor; 3-Equipe formada somente pelo empreendedor por enquanto; 4-Capital de giro limitado.	AMEAÇAS 1-Novos concorrentes; 2-Preços da matéria prima subindo; 3-Falta de mão de obra especializada; 4-Incerteza econômica. 5-Cultura de customização um pouco baixa na região.

Fonte: autora com base nos dados da pesquisa.

As Forças da empresa são: (1) cartela de serviços, pois é mais diversificada que os concorrentes; (2) ser único na área de revenda de suspensões da marca Castor e Tebão; (3) boa localização no município; (4) possuir preços favoráveis ao bolso do cliente; (5) cartela de fornecedores expandida; (6) possui um marketing ativo e sempre atualizado; (7) tem uma qualidade visível em seus serviços; (8) e apresenta serviços inovadores no comércio local.

As Oportunidades das empresas estão ligadas a cenários favoráveis criados por fatores externos, no caso da Gamobí os fatores são: (1) o impacto cultural que a empresa pode trazer ao município sobre essa forma de customizar carros; (2) falta de concorrência, o deixando como único no município; (3) expansão do comercio voltado a customização de veículos; (4) investimentos na empresa, fazendo com que ela se expande; (5) a população juvenil que vem crescendo.

As Fraquezas são das áreas internas onde demonstra um desempenho à baixa do esperado. As fraquezas são: (1) pouco tempo do mercado de customização automotiva aberta no município; (2) experiência do empreendedor de apenas 2 anos de mercado, o que para algumas pessoas isso implica na hora de contratar os serviços; (3) falta de mais funcionários na oficina; (4) capital de giro com limitações de valores.

As fraquezas podem ser superadas a cada dia introduzindo a cultura da customização através dos projetos. Sobre a experiência a situação é revertida em constante estudo e aprendizado de cursos feitos pelo empreendedor, aumentando o seu capital de giro e assim

tendo condição financeira de aumentar o quadro de funcionários.

As ameaças são de áreas externas, que geralmente foge do controle podendo causar problemas para a empresa. Como ameaças são destacadas: (1) entrada de novos concorrentes no ramo; (2) preço de matéria-prima em constante aumento de preço; (3) falta de mão de obra especializada na área de customização; (4) incerteza econômica, relacionada a inflação, alta do dólar, entre outros; (5) baixa inserção da cultura de customizações no município. Para tentar diminuir o efeito das ameaças são priorizadas as forças: cartela de serviços, qualidade, preços, serviços e localização, que pode evitar a entrada de novos concorrentes.

5 CONCLUSÃO

O setor automotivo sempre esteve em alta, contudo nos últimos anos esse setor foi oscilando entre grandes vendas e algumas quedas, principalmente após o início da pandemia da Covid-19. O setor de customização automotiva também está crescendo no Brasil, desde o início do século XXI, sendo um mercado em expansão.

Outro impacto positivo no Brasil nos últimos anos é o aumento de MPes, por meio do incentivo ao empreendedorismo. A empresa Gamobí Preparações observou uma oportunidade de mercado e o empreendedor decidiu abrir a empresa. Apesar disso, não foi realizado um plano de negócios no momento da abertura.

Por isso, este estudo teve como objetivo elaborar um plano de negócios para analisar a viabilidade de crescimento da empresa Gamobí Preparações. Após as pesquisas, foi possível perceber que o negócio é viável e rentável, pois tem seu público-alvo definido, está com planos de ir para uma localização com maior visibilidade, tem uma cartela diversificada de fornecedores e seus serviços não têm concorrentes diretos no município.

Analisando o plano de negócio desenvolvido, especificamente no plano financeiro, conclui-se que a empresa Gamobí Preparações é capaz de se manter, gerar emprego, e crescer no mercado automotivo, pois considerando o cenário realista, o lucro líquido pode chegar a 9,10% ao ano. O *payback* se dá em torno de 91 meses. O VPL apresenta valor maior que zero, sendo R\$ 4.256,06 programado em seis anos, e a TIR apresentou uma taxa de 10,68% ao ano de retorno.

Por fim, destaca-se que o plano de negócio é uma ferramenta importante, não só na criação, mas também para manutenção e crescimento da empresa, pois se aprofunda em dados para identificar a efetividade do negócio, evitando possíveis erros e oferecendo apoio na



tomada de opinião do empreendedor e pequenos empreendedores.

REFERÊNCIAS

AFFONSO, L. M. F.; RUWER, L. M. E.; GIACOMELLI, G. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

ANFAVEA. **Indústria Automobilística Brasileira 1996 – 2006**. 2006. Disponível em: <<https://anfavea.com.br/cartas/carta248.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2022.

ANFAVEA. **Indústria Automobilística Brasileira 2020**. Disponível em: <<https://www.anfavea.com.br/cartas/carta404.pdf>> Acesso em: 27 nov. 2022.

BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2017.

CHIAVENATO, A. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora Atlas, 2021.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Porto Alegre: Grupo A, 2021.

DA SILVA, J. A. B.; SILVA, M. S. V. Análise da evolução do empreendedorismo no Brasil no período de 2002 a 2016. **Revista Estudos e Pesquisas em Administração**, v. 3, n. 2, p. 115-137, 2019.

DESPACHANTE.COM. **Carros Dub: entenda como surgiu esse estilo**. Disponível em: <<https://despachante.com/blog/inspecao-veicular/carros-dub-entenda-como-surgiu-esse-estilo/>>. Acesso em: 27 nov. 2022.

DETRAN MS. **Dados abertos**. Disponível em: <<http://www.paineis.detran.ms.gov.br/veiculos.html>>. Acesso em: 11/12/2022.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018.

DORNELAS. **Plano de negócios: seu guia definitivo**. 2. ed. Editora. São Paulo: Empreende, 2016.

FOLLMANN, I. **Plano de negócio para implantação da filial da empresa Guindasul Comércio de Guindaste LTDA na cidade de Chapecó-SC**. 2009. 203f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso)-Curso de Administração, Universidade do Vale do Itajaí, Biguaçu, 2017.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil – 2019**. Curitiba: IBQP, 2020. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>> Acesso em: 01 nov. 2022.



GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HERNANDES, Dalmo. **Como surgiram os carros rebaixados? FlatOut**. Disponível em: <<https://flatout.com.br/como-surgiram-os-carros-rebaixados/>>. Acesso em: 29 maio 2022.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Indicadores de empresas**. 2020. Disponível em: <<https://covid19.ibge.gov.br/pulso-empresa/>>. Acesso em: 20 set. 2022.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Desemprego mantém recorde de 14,7% no trimestre encerrado em abril**. 30 jun. 2021. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/31050-desemprego-mantem-recorde-de-14-7-no-trimestre-encerrado-em-abril>>. Acesso em: 20 set. 2022.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Senso de Naviraí - MS (2021, 2020, 2010)**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/navirai/panorama>>. Acesso em: 12 nov. 2022.

MACHADO, Paulo. **A customização de carros começou há um século com as mulheres. Matéria Incógnita**. Disponível em: <<https://materiaincognita.com.br/customizacao-de-carros-comecou-ha-um-seculo-com-as-mulheres/>>. Acesso em: 29 maio 2022.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. 9 ed. São Paulo: Grupo GEN, 2021.

MENDES, C. R.; SIEMON, F. B.; CAMPOS, M. M. **Estudos de caso da indústria 4.0 aplicados em uma empresa automobilística**. IFSP, São Paulo, 2017.

NAKATA. **Tuning de carros: existe um limite para a personalização? Blog Nakata**. Disponível em: <<https://blog.nakata.com.br/tuning-de-carros-existe-um-limite-para-a-personalizacao/>>. Acesso em: 29 maio 2022.

NASSIF, V. M. J.; CORRÊA, V. S.; ROSSETTO, D. E. Estão os empreendedores e as pequenas empresas preparadas para as adversidades contextuais? Uma reflexão à luz da pandemia do COVID-19. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n. 2, p. 1-12, 2020.

PAULEK, E. C. **Plano de negócio para abertura de uma distribuidora de componentes e perfis para esquadrias na cidade de Chapecó-SC**. 2017.94f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso)-Curso de Administração, Universidade Federal da Fronteira Sul, Chapecó, 2017.

PEREIRA, J. A.; ZACARIAS, G. C.; SILVA, M. A. C. Perspectivas do território e desenvolvimento local: estudo sobre a constituição do município de Naviraí, MS, como polo urbano regional. **Interações** (Campo Grande), v. 22, n. 1, p. 309-327, 2021. <https://doi.org/10.20435/inter.v22i2.2478>

PORTAL DO EMPREENDEDOR. Quero ser MEI. **GOV.BR**. Disponível em: <<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/quero-ser-mei>>. Acesso em: 27 nov. 2022.



PRADO, E. Águas de Lindóia: BGT deve atrair 400 mil visitantes de 12 a 15/11. **Tribuna das Águas**. Disponível em: <<https://www.tribunadasaguas.com.br/2022/11/10/aguas-de-lindoi-a-bgt-deve-atrair-400-mil-visitantes-de-12-a-15-11/>>. Acesso em: 27 nov. 2022.

QUINTINO, L. F.; SILVEIRA, A., M.; AGUIAR, F. R.; RUWER, L. M. E.; QUADROS, M. L. **Indústria 4.0**. Porto Alegre: Grupo A, 2019.

SANTOS, P. V. S.; PINHEIRO, F. A. O plano de negócios como ferramenta estratégica para o empreendedor: um estudo de caso. **Revista Latino-Americana de Inovação e Engenharia de Produção**, v. 5, n. 8, p. 150-165, 2017.

SÃO PAULO. Portal do Governo do Estado de São Paulo. **Indústria Automobilística**. 2017. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20170102210236/http://www.saopaulo.sp.gov.br:80/conhecasp/historia_republica-industria-automobilistica>. Acesso em: 29 maio 2022.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Como elaborar um plano de negócios**. SEBRAE, 2013. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>>. Acesso em: 28 maio 2022.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Sobrevivência das empresas**. 2020. Disponível em: <<https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/sebrae-em-dados-sobrevivencia-de-empresas>>. Acesso em: 06 nov. 2022.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Brasil alcança recorde de novos negócios, com quase 4 milhões de MPE**. 2022. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ma/noticias/brasil-alcanca-recorde-de-novos-negocios-com-quase-4-milhoes-de-mpe,b7e02a013f80f710VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 20 set. 2022.

SEBRAE-SC. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Você sabe o que é um Microempreendedor Individual - MEI?** SEBRAE-SC, 2021. Disponível em: <<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/voce-sabe-o-que-e-um-microempreendedor-individual-mei>>. Acesso em: 20 set. 2022.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Instalação da Regional de Curitiba abre Sebrae 50+50 no Paraná**. SEBRAE, 2021. Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebrae50mais50/noticias/instalacao%20%93da%20%93regional%20%93curitiba%20%93abre%20%93sebrae%20%9350mais50%20%93no%20%93parana#:~:text=A%20instala%C3%A7%C3%A3o%20da%20Regional%20Curitiba,do%20estado%20e%20do%20pa%C3%ADs>>. Acesso em: 16 ago. 2022.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Como elaborar um plano de negócios**. Disponível em: <<https://eadlms.sebrae.com.br/courses/novo-sebrae/cb17ep/pdf/ebook.pdf>>. Acesso em: 12 nov. 2022.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Brasil alcança**



recorde de novos negócios, com quase 4 milhões de MPE. Disponível em:
<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ma/noticias/brasil-alcanca-recorde-de-novos-negocios-com-quase-4-milhoes-de-mpe,b7e02a013f80f710VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 12 nov. 2022.

SHOPCAR. Pioneiro da customização ganha livro ilustrado. Disponível em:
<<https://www.shopcar.com.br/noticias/pioneiro-da-customiza-o-ganha-livro-ilustrado/09-02-2007/68>>. Acesso em: 29 maio 2022.