

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ  
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

ANTONIO JOSÉ DA COSTA ALMEIDA

**PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA LAVAGEM E ESTÉTICA AUTOMOTIVA  
PROGRESSO - LEAP**

LARANJAL DO JARI

2025

ANTONIO JOSÉ DA COSTA ALMEIDA

**PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA LAVAGEM E ESTÉTICA AUTOMOTIVA  
PROGRESSO - LEAP**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a coordenação do curso Bacharelado em Administração como requisito avaliativo para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Dr. Alain Roel Rodrigues dos Santos.

LARANJAL DO JARI

2025

**Biblioteca Institucional - IFAP**  
**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**

---

A447p Almeida, Antonio José da Costa  
Plano de negócio da empresa lavagem e estética automotiva progresso -  
leap / Antonio José da Costa Almeida - Laranjal do Jari, 2025.  
43 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -- Instituto Federal de  
Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá, Campus Laranjal do Jari,  
Bacharelado em Administração, 2025.

Orientador: Alain Roel Rodrigues dos Santos.

1. Plano de negócio. 2. Estética automotiva. 3. Oportunidade. I. Santos,  
Alain Roel Rodrigues dos, orient. II. Título.

---

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica do IFAP  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

ANTONIO JOSÉ DA COSTA ALMEIDA

**PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA LAVAGEM E ESTÉTICA AUTOMOTIVA  
PROGRESSO - LEAP**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a coordenação do curso Bacharelado em Administração como requisito avaliativo para obtenção do título de Bacharel em Administração.

**BANCA EXAMINADORA**

Documento assinado digitalmente  
 **ALAIN ROEL RODRIGUES DOS SANTOS**  
Data: 03/02/2025 09:34:27-0300  
verifique em <https://validar.it.gov.br>

---

Prof. Me. Alain Roel Rodrigues dos Santos (Orientador)  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá

Documento assinado digitalmente  
 **HAMILTON TAVARES DOS PRAZERES**  
Data: 31/01/2025 14:07:13-0300  
verifique em <https://validar.it.gov.br>

---

Prof. Es. Hamilton Tavares dos Prazeres  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá

Documento assinado digitalmente  
 **REINALDO DA COSTA SACRAMENTO**  
Data: 02/02/2025 10:52:07-0300  
verifique em <https://validar.it.gov.br>

---

Prof. Me. Reinaldo da Costa Sacramento  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá

Apresentado em: 17 / 01 / 2025.

Conceito/Nota: 80.

Dedico este trabalho à minha família que me inspirou nessa caminhada e me incentivou na confiança nas minhas ações como estudante que sempre foram as pedras angulares dessa jornada acadêmica.

## AGRADECIMENTOS

Acreditar em nosso senhor Jesus Cristo, meu e nosso senhor Salvador, luz de inspiração e fé pela oportunidade cedida a minha vida, onde busco sustento em minha espiritualidade cristã e fé ao Senhor nosso Deus, através de orações busco fortalecimento para vencer tantos obstáculos superados ao longo de oito semestres, na minha tão esperada formatura como acadêmico em Bacharel em Administração.

A minha esposa, Lucilene de Lima Macedo, e minhas filhas, Renata e Ruane Almeida, que sempre estiveram ao meu lado, me oferecendo apoio e motivação ao longo dessa significativa jornada acadêmica, e meus netos, que representam as sementes dessa trajetória e serão os frutos que surgirão como resultado dessas conquistas em nossas vidas.

Ao meu irmão Fernando Almeida que nos momentos da falta de clareza dos conteúdos me orientou com as palavras certas direcionando o sentido do conteúdo da escrita acadêmica para a formalidade que o tema requer.

Ao meu grande amigo Alday Gomes Martins, que ao longo do curso com sua paciência me ensinou a importância de compartilhar o aprendizado do saber, o grande mestre é o que ensina os leigos.

Aos professores e coordenadores do nosso curso de Bacharelado em Administração, os professores, Alain Roel Rodrigues dos Santos e Hamilton dos Prazeres, “o que é bom, pode ficar ainda melhor (prof. Alain) se for preciso sair do sério, eu saio” (prof. Hamilton).

Aos demais professores, que também foram atores dessa história chamada conhecimento de valores, e de estarem dispostos a ensinar e passar dicas, sem os quais eu não teria atingido os meus objetivos, como a formatura.

## RESUMO

O objetivo do presente plano de negócio é a apresentação da viabilidade e serviços para a estética automotiva, onde identificamos a oportunidade da implantação do negócio de uma estética automotiva que será da Lavagem e Estética Automotiva Progresso – LEAP. A necessidade e oportunidade deu ideia a este empreendimento através da observação, da percepção e da análise de atividades, tendências e desenvolvimentos, na cultura, na sociedade, nos hábitos sociais e de consumo na comunidade laranjalense. Assim também as oportunidades detectadas, racional ou intuitivamente, nas necessidades e nas demandas prováveis, presentes e futuras, bem como nas necessidades não atendidas. Assim como descreveu Bernardi (2010). Com a necessidade de geração de renda e busca de inovação nesse setor da economia em expansão no Brasil e no município de Laranjal do Jari, devido à procura do mercado local por esses serviços, ainda não ser explorado que pode ser oferecido com preços ao alcance de um público específico que procuram os lava-jatos e ainda não tem uma empresa de referência no município, com este segmento de grande oportunidade de negócios e de aprimoramento ou que desejam fazer mudanças em diferente setores internos e novos nichos da economia, especificamente a estética automotiva com seus diversos pilares fortalecidos de um minucioso desempenho profissional para o alcance do resultado final. O mercado de trabalho de pequeno empreendimento vem se destacando dentro dos ramos de negócios, é nesta proposta que o presente plano de negócio vem ganhando espaço, além de gerar empregos e oportunidades, vai poder oferecer tanto a qualidade aos consumidores quanto aos clientes satisfeitos com atendimento e os produtos e serviços oferecidos.

Palavras-chave: plano de negócio; estética automotiva; lucratividade; oportunidade.

## **ABSTRACT**

The objective of this business plan is to present the feasibility and services for automotive aesthetics, where we identify the opportunity to implement an automotive aesthetics business that will be from Lavagem e Estética Automotiva Progresso – LEAP. The need and opportunity gave the idea for this venture through observation, perception and analysis of activities, trends and developments, in culture, society, social and consumption habits in the community of Laranjal. So too are opportunities detected, rationally or intuitively, in probable, present and future needs and demands, as well as in unmet needs. Just as Bernardi (2010) described. With the need to generate income and search for innovation in this sector of the expanding economy in Brazil and in the municipality of Laranjal do Jari, due to the local market's demand for these services, it has not yet been explored what can be offered at prices within reach of a specific audience who look for car washes and do not yet have a reference company in the city, with this segment offering great business and improvement opportunities or who wish to make changes in different internal sectors and new niches of the economy, specifically automotive aesthetics with its diverse pillars strengthened in a meticulous professional performance to achieve the final result. The small business job market has been standing out within the business sectors, it is in this proposal that this business plan is gaining ground, in addition to generating jobs and opportunities, it will be able to offer both quality to consumers and customers satisfied with service and the products and services offered.

**Keywords:** business plan; automotive aesthetics; profitability; opportunity.

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Participação societária	17
Quadro 2 – Quantitativo de funcionários	20
Quadro 3 – Pontos forte e pontos fracos	27
Quadro 4 – Oportunidades e ameaças	28
Quadro 5 – Cronograma de atividades	33
Quadro 6 – Demonstração do planejamento financeiro	34
Quadro 7 – Despesas pré-operacionais	34
Quadro 8 – Demonstração de custos em investimentos	34
Quadro 9 – Demonstração de custos de móveis e utensílios	35
Quadro 10 – Demonstração de custos de máquinas e equipamentos	35
Quadro 11 – Demonstração das despesas operacionais	36
Quadro 12 – Demonstração das necessidades para o capital de giro inicial	36
Quadro 13 – Demonstração dos encargos sociais	37
Quadro 14 – Demonstração dos custos anuais	37
Quadro 15 – Demonstração de custos e despesas semestrais insumos	37
Quadro 16 – Demonstração de custos e as áreas de uso e suas fontes	38
Quadro 17 – Demonstração do fluxo de caixa	38
Quadro 18 – Demonstrativos de resultado	39
Quadro 19 – Composição do mercado	40
Quadro 20 – Regime de trabalho	40
Quadro 21 – Porte da empresa	40

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>11</b>
<b>1.1</b>	<b>Contextualização e problema</b>	<b>12</b>
<b>1.2</b>	<b>Justificativa</b>	<b>13</b>
<b>1.3</b>	<b>Objetivos</b>	<b>13</b>
1.3.1	Objetivo geral	13
1.3.2	Objetivos específicos	14
<b>2</b>	<b>ENUNCIADO DO PROJETO</b>	<b>15</b>
<b>2.1</b>	<b>Serviço e tecnologia</b>	<b>15</b>
<b>2.2</b>	<b>Mercado potencial</b>	<b>15</b>
<b>2.3</b>	<b>Previsão de serviços</b>	<b>15</b>
<b>2.4</b>	<b>Rentabilidade do projeto financeiro ou capital</b>	<b>15</b>
<b>2.5</b>	<b>Necessidade de financiamento ou capital</b>	<b>16</b>
<b>3</b>	<b>EMPRESA</b>	<b>17</b>
<b>3.1</b>	<b>Aspectos gerais da empresa</b>	<b>17</b>
<b>3.2</b>	<b>Participação societária</b>	<b>17</b>
<b>3.3</b>	<b>Aspectos legais</b>	<b>17</b>
<b>3.4</b>	<b>Histórico</b>	<b>18</b>
<b>4</b>	<b>NEGÓCIO, VISÃO, MISSÃO E VALORES</b>	<b>19</b>
<b>4.1</b>	<b>Negócio</b>	<b>19</b>
<b>4.2</b>	<b>Visão</b>	<b>19</b>
<b>4.3</b>	<b>Missão</b>	<b>19</b>
<b>4.4</b>	<b>Valores</b>	<b>19</b>
<b>5</b>	<b>ESTRUTURA ORGANIZACIONAL</b>	<b>20</b>
<b>5.1</b>	<b>Síntese de responsabilidades dos administradores</b>	<b>20</b>
<b>6</b>	<b>RESPONSABILIDADE SÓCIO-EMPRESARIAL</b>	<b>23</b>
<b>6.1</b>	<b>Produto</b>	<b>23</b>
<b>6.2</b>	<b>Características dos produtos</b>	<b>23</b>
<b>7</b>	<b>DIFERENCIAL TECNOLÓGICO</b>	<b>24</b>
<b>7.1</b>	<b>Equipamentos de limpeza avançada</b>	<b>24</b>
<b>7.2</b>	<b>Sistemas de aplicação de produtos específicos</b>	<b>24</b>
<b>7.3</b>	<b>Gestão e atendimento digital</b>	<b>24</b>

<b>7.4</b>	<b>Pesquisa e desenvolvimento</b>	<b>24</b>
<b>7.5</b>	<b>O mercado</b>	<b>25</b>
<b>7.6</b>	<b>Clientes</b>	<b>25</b>
<b>7.7</b>	<b>Concorrentes</b>	<b>25</b>
<b>7.8</b>	<b>Fornecedores</b>	<b>25</b>
<b>7.9</b>	<b>Dimensionamento do mercado</b>	<b>26</b>
<b>8</b>	<b>ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIO</b>	<b>27</b>
<b>8.1</b>	<b>Análise estratégica (<i>SWOT</i>)</b>	<b>27</b>
<b>8.2</b>	<b>Objetivos</b>	<b>28</b>
8.2.1	Geral	28
8.2.2	Financeiro	28
8.2.3	Marketing	28
8.2.4	Estratégias	29
<b>9</b>	<b>PLANO DE MARKETING</b>	<b>30</b>
<b>9.1</b>	<b>Estratégias de vendas</b>	<b>30</b>
9.1.1	Planejamento	30
9.1.2	Estratégia de marketing no estágio de introdução	31
<b>9.2</b>	<b>Estratégias de marketing no estágio de crescimento</b>	<b>31</b>
<b>9.3</b>	<b>Estratégias de marketing no estágio de maturidade</b>	<b>31</b>
<b>10</b>	<b>PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DO PROJETO</b>	<b>33</b>
<b>10.1</b>	<b>Contingência</b>	<b>33</b>
<b>10.2</b>	<b>Planejamento financeiro</b>	<b>33</b>
<b>10.3</b>	<b>Investimentos</b>	<b>34</b>
<b>10.4</b>	<b>Ativo fixo</b>	<b>34</b>
<b>10.5</b>	<b>Demonstrativos de receita</b>	<b>36</b>
<b>11</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>41</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>42</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A estética automotiva é um segmento em crescimento no país, além da oportunidade de geração de renda e agregar valores no serviço a ser executado, a demanda com o surgimento dessa esteira de serviço pode nos proporcionar uma procura muito maior nesse ramo de atividade e o mercado é muito promissor no Vale do Jarí.

Segundo o SEBRAE/SC, em 2021, o mercado de produtos para cuidados com o veículo foi avaliado em US\$10,2 bilhões, segundo dados da Grand Research Review. No Brasil, a demanda foi impulsionada principalmente pelo maior cuidado que os donos têm com seus veículos e também pelo aumento das vendas de veículos usados, mais de 15 milhões de veículos usados (leves e pesados) foram negociados em 2021, enquanto em 2020 foram mais de 12 milhões, de acordo com dados da Fenabrave (Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores).

Nos últimos anos, a estética automotiva ganhou destaque não apenas como uma questão de aparência e preservação, como também no reflexo da identidade e do estilo de vida dos proprietários de veículos. A procura por um automóvel em bom estado de conservação e que esteja funcionando bem, e que apresente um visual diferente.

A partir desse momento a indústria de embelezamento e manutenção veicular se inicia, o segmento para esse setor da economia, de venda de serviços e produtos como lavagens detalhada e polimento, vitrificação de pintura, detalhamento interno e externo, que visam melhorar a aparência e preservação dos automóveis. Este trabalho tem como finalidade explorar os principais aspectos da estética automotiva, suas técnicas, tendência de produtos utilizados e a importância desses serviços na valorização do veículo e na satisfação do cliente.

O negócio apresentado é baseado numa inovação de mercado, tendo em vista que este tipo de negócio já existe no estado do Amapá, porém ainda está ausente no Vale do Jarí (Distrito de Monte Dourado/PA, Laranjal do Jarí/AP e Vitória do Jarí/AP).

Tendo em conta que o negócio se centra na estética de automóveis e lavagem de estofos, a empresa precisará perceber o mercado em duas perspectivas. No caso da estética automotiva, por se tratar de serviço com um valor menos acessível, e por ser um serviço diferenciado de uma lavagem comum, o público-alvo serão pessoas que possuam automóveis mais novos, pelo poder de aquisição e pela necessidade de cuidados que os donos provavelmente têm mais do que um proprietário de um veículo mais antigo.

## 1.1 Contextualização do problema

O automóvel passou a ser um meio de transporte crucial na vida dos brasileiros. A quantidade de veículos nas cidades do país, principalmente nas capitais cresceram de forma muito elevada criando perspectiva de negócio relacionado a estética e zelo pelo cuidado com o veículo, tornando viável a criação de estética automotiva pode defrontar-se com inúmeras problemática, que podem impactar nas decisões operacionais ou resultado final do negócio, dentre as principais questões a serem consideradas estão:

Localização, escolha do ponto comercial, fluxo de veículos, fácil, acesso com boa visibilidade;

Concorrência, é interessante realizar pesquisa para verificar o trabalho que pode ser diferencial competitivo dos demais;

Investimento inicial, é preciso planejar os recursos disponíveis e as fontes de custeio;

Regulamentação é de extrema importância o cumprimento da legislação específica dos órgãos ambientais em nível estadual e municipal em especial os relacionados aos serviços de estética automotivas;

Fornecedores de materiais, a confiabilidade do fornecedor e a qualidade do produto e sua pronta entrega aumentará o tempo de resposta na execução final do trabalho;

Manutenção de equipamento, a falta de manutenção nos equipamentos, podem acarretar perdas de tempo e prejuízos.;

Sustentabilidade e Prática Ecológica, a introdução de ações ecológicas pode ser um desafio, mas pode ser também um diferencial positivo.

Segundo o Sebrae, a cidade de São Paulo é a pioneira nesse segmento devido a grande quantidade de veículos que rodam na capital e ter um público exigente com a qualidade do serviço.

O estado Amapá, ocupa a 18º (décimo oitavo) posição na federação, a capital Macapá está inserida nesses mercados com algumas empresas que são referências no estado no ramo de estética automotiva, que segundo o site do DETRAN/AP, Macapá possui uma frota de 161.086 (cento e sessenta e um mil, e oitenta e seis veículos).

O município de Laranjal do Jarí, ocupa o terceiro lugar populacional e está localizado no sul do Amapá, situada a 274 km da capital Macapá, o acesso a cidade se dá pela rodovia federal BR 156 ou fluvial, com uma população, segundo dados do censo IBGE de 2022 indicam 35.114 (trinta e cinco mil, cento e quatorze) habitantes, a economia local está voltada para o

extrativismo. A frota de veículos do município, segundo o DETRAN-AP, é de 5.508 (cinco mil, quinhentos e dezoito) veículos.

## **1.2 Justificativa**

O trabalho busca compreender os aspectos de viabilidade de serviços e implantação de uma estética automotiva, observando a crescente demanda no setor, nacional, o entendimento do novo nicho de mercado será inserido como atividade comercial a qual refletirá na valorização aos serviços já existentes da empresa Lavagem e Estética Automotiva Progresso LEAP, com a criação de um plano de negócio, trazendo benefícios para os clientes nesse empreendimento inovador na cidade de Laranjal do Jari, o negócio viabiliza pontos estratégicos, no qual vem ofertar serviços como: detalhamento de pintura, polimento comercial, polimento técnico, cristalização de pintura, entre outros. Essa diversificação permite atender vários perfis de clientes e diferentes necessidades, aumentando a oportunidade de receita.

## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo geral**

Elaborar um plano de negócio, viabilidade de serviços e implantação de uma estética automotiva para a empresa LEAP em Laranjal/AP, utilizando ferramentas estratégicas para garantir a realização do empreendimento.

Atender às necessidades do cliente-alvo e fomentar práticas sustentáveis no setor.

Estabelecer uma estratégia clara para lançar e operar com sucesso o projeto, alinhando os conhecimentos passível de pesquisa e análise de mercado para entender a possibilidade do negócio e sua implementação.

Definir as melhores estratégias para garantir o sucesso a curto, médio e longo prazo, evitando riscos desnecessários ao longo do caminho.

Criar uma base sólida do empreendimento, fornecendo uma estrutura clara e direcionada para sua implementação e operação eficaz.

### 1.3.2 Objetivos específicos

Realizar uma análise *SWOT* para identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças de mercado de estética automotiva na cidade de Laranjal do Jari.

Desenvolver um perfil detalhado do cliente-alvo, com base em pesquisa de campo, para compreender as preferências e comportamentos de consumo relacionados ao serviço.

Estruturar estratégias operacionais, financeiras e de marketing que promovam eficiência, sustentabilidade e fidelização de clientes no novo empreendimento.

## **2 ENUNCIADO DO PROJETO**

A LEAP – será uma empresa de prestação de serviços de lavagem simples, detalhada, polimento simples e comercial, limpeza de faróis, limpeza de estofos, vitrificação de pintura, dentre outros. será instalada na cidade de Laranjal do Jari no sul do Amapá para oferecer um serviço diversificado para um público específico que gostam de cuidados especiais com seus automóveis, agregando valores comerciais na esteira de serviços oferecido criando oportunidade de empregos e renda para o desenvolvimento do negócio.

### **2.1 Serviço e tecnologia**

Empresa voltada para a prestação de serviços de lavagem simples, detalhada, polimento simples e comercial, limpeza de faróis, limpeza de estofos, vitrificação de pintura, entre outros.

### **2.2 Mercado potencial**

Diante do cenário de crescimento nacional do setor de estética automotiva, a cidade de Laranjal do Jari com uma população de 35.114 habitante dados do censo IBGE 2022 e uma frota de veículos segundo o DETRAN – AP, de 5.508, planejamos alcançar 8% (oito por cento) da frota com a venda de serviços oferecido pela empresa.

### **2.3 Previsão de serviços**

A nossa visão com a venda dos produtos e serviços no primeiro ano, a LEAP atingirá um faturamento bruto de R\$ 464.079,33(quatrocentos e sessenta e quatro mil setenta e nove reais e trinta e três centavos) estimando um crescimento de 12,6% ao ano.

### **2.4 Rentabilidade de financiamento ou capital**

Baseado em nosso projeto:

TIR (Taxa interna de retorno) – 20,4%

VPL (Valor presente líquido) - 80.035,95

PAYBACK MÉDIO = 03 anos

## **2.5 Necessidade de financiamento ou capital**

A viabilidade através desse empreendimento, conforme os dados levantados, conclui que no primeiro momento necessita de financiamento de crédito bancário para melhorar e ampliar a estrutura da empresa no valor de R\$ 80.035,95 (oitenta mil, trinta e cinco reais e noventa e cinco centavos).

### 3 EMPRESA

#### 3.1 Aspectos gerais da empresa

Razão Social: Lavagem e Estética Automotiva Progresso - ME

Nome de Fantasia: LEAP

Slogan: Oportunidade e Lucratividade

Localização: Rua Progresso – nº 1317 – Agreste. Telefone: (96) 991308255

CEP: 68.920- 000

E-mail: ajca.almeida62@gmail.com

Capital Social: R\$ 80.035,95 (oitenta mil trinta e cinco reais e noventa e cinco centavos).

#### 3.2 Participação societária

Quadro 1 – Participação societária.

Sócio	Valor Investido	Participação Societária
Antônio José da Costa Almeida	R\$	100%
<b>Total</b>	<b>R\$ 80.035,95</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaboração própria.

#### 3.3 Aspectos legais

De acordo com a Lei nº 9.317/96, artigo 3º e inciso I, alterada pela lei complementar nº 123/06, que institui o estatuto nacional da microempresa e da empresa de pequeno porte que diz: no caso da microempresa, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais). Dessa forma, prevê-se a classificação da empresa como microempresa, pois sua receita bruta anual não ultrapassa o limite previsto por essa lei.

Parágrafo único. O tratamento jurídico simplificado e favorecido, estabelecido nesta Lei, visa facilitar a constituição e o funcionamento da microempresa e da empresa de pequeno porte, de modo a assegurar o fortalecimento de sua participação no processo de desenvolvimento econômico e social (BRASIL, 1999).

### **3.4 Histórico**

A Lavagem e Estética Automotiva Progresso - ME é uma empresa limitada que atuará no ramo de estética automotiva e higienização em estofos em geral, com mão de obra especializada e treinada para o desenvolvimento de cada projeto em diferentes veículos, colaborando com a prática social na criação de emprego e renda no município de Laranjal do Jari. A importância da definição do aspecto jurídico da empresa se materializou em diversos fatores que se concretizou em apresentar resultados positivos para a empresa.

## **4 NEGÓCIO, MISSÃO, VISÃO E VALORES**

### **4.1 Negócio**

A empresa Lavagem e Estética Automotiva Progresso - LEAP é uma empresa especializada em estética automotiva, oferecendo serviços de alta qualidade para preservar, proteger e valorizar a beleza e o desempenho dos veículos de nossos clientes. Priorizamos a excelência no atendimento, o respeito ao meio ambiente e a sustentabilidade em todos os nossos processos.

### **4.2 Visão**

Ser reconhecida nos próximos 05 (cinco) anos como a principal referência em estética automotiva na região, destacando-se pela qualidade dos serviços, compromisso ambiental, e a fidelização de nossos clientes através de um atendimento de excelência, aprimorando, inovando, modernizando continuamente nossos serviços. Construindo uma relação de parceria cliente/empresa/mercado com altíssimos indicadores de eficácia e eficiência.

### **4.3 Missão**

Oferecer serviços de estética automotiva com excelência e inovação, garantindo a satisfação dos nossos clientes por meio de um atendimento diferenciado, técnicas avançadas e práticas sustentáveis que contribuem para a preservação do meio ambiente.

### **4.4 Valores**

Ética e Respeito: Manter uma relação transparente com clientes, colaboradores e parceiros.

Responsabilidade Social: Contribuir para o desenvolvimento sustentável da comunidade, valorizando colaboradores que ajudem a construir uma cultura corporativa.

## 5 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

A Organização Estrutural é uma parte essencial de uma empresa, pois está ligada à forma como se estabelecem as relações de trabalho e a distribuição de funções na realização das atividades planejadas. Para Oliveira (2006) “Estrutura organizacional é o instrumento administrativo resultante da identificação, análise, ordenação e agrupamento das atividades e dos recursos das empresas, incluindo o estabelecimento dos níveis de alçada e dos processos decisórios, visando ao alcance dos objetivos estabelecidos pelos planejamentos das empresas”. Assim, o primeiro passo é identificar e analisar as atividades que serão desenvolvidas e os recursos necessários para sua execução, agrupando-os de maneira que máxime os resultados em busca dos objetivos da organização.

Uma das maneiras de simbolizar essa organização é através de organograma, que, segundo Lacombe e Heilborn (2003) é uma representação gráfica simplificada da estrutura organizacional de uma instituição, especificando os seus órgãos, seus níveis hierárquicos e as principais relações formais entre eles. O organograma adotado pela empresa será do tipo funcional como mostra a figura.

### 5.1 Síntese de responsabilidades dos administradores:

- Planejamento de compras de produtos ou material necessário;
- Gerenciar os recursos gerais da empresa;
- Analisar o cenário competitivo, buscando assim oportunidade de crescimento no mercado interno e externo;
- Analisar os balanços patrimoniais e demonstrações de resultados semestralmente;
- Realizar contratação de colaboradores e recrutamento.

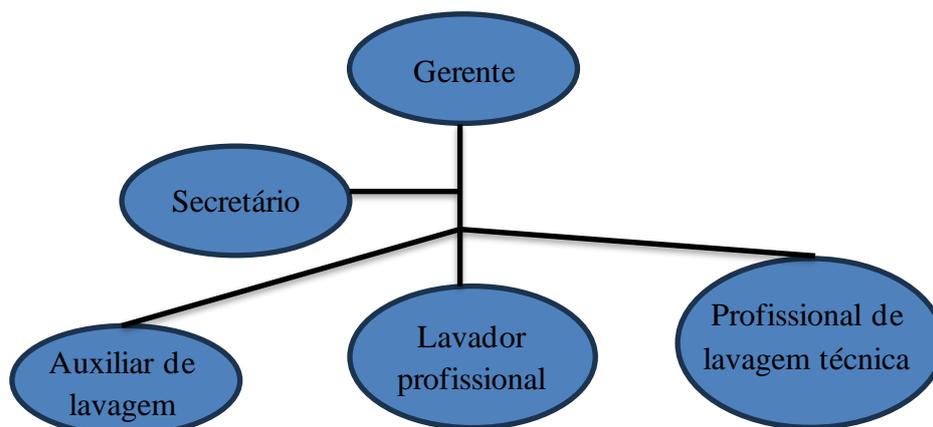
Quadro 2 – Quantitativo de funcionários

<b>FUNÇÃO</b>	<b>QUANTIDADE</b>
Gerente	01
Recepcionista	01

Auxiliar de Lavagem	01
Lavador Profissional	01
Profissional de Lavagem Técnica	01
<b>Total</b>	<b>05</b>

Fonte: Elaboração própria.

Organograma de gerenciamento da empresa LEAP – ME.



Síntese das responsabilidades:

**Gerente:** Administrar a empresa e as finanças, controlando os serviços oferecidos, cuidando do profissionalismo da limpeza estética automotiva e estofados, como realizar o serviço requerido pelo cliente, cuidando dos serviços de limpeza e também as vendas dos produtos, além de gerenciar os recursos financeiros na aplicação dentro da empresa –LEAP.

**Recepcionista:** o cliente e fazer seu cadastro de atendimento e saber qual tipo de serviços deve ser feito pela empresa, em seguida repassando para os demais profissionais continuar seus serviços e por últimos receber os valores dos serviços prestados.

**Auxiliar de lavagem:** auxiliar ao lavador profissional, fazendo a retirada dos acessórios que o veículo tem como tapete e fazendo a parte da limpeza com aspirador profissional assim deixando tudo pronto para o lavador dar continuidade dos serviços.

**Lavador profissional:** O papel deste profissional é atuar em limpeza e estética em geral da limpeza básica ao avançado, fazendo serviço de lavador dos carros de porte pequenos, médio, grandes, e motos e também alguns tipos de estofados.

**Profissional de lavagem técnica:** Este profissional vem atuar em aspectos de lavagem

mais avançados que chamamos de lavagem detalhada atendendo as necessidades técnicas da empresa.

## **6 RESPONSABILIDADE SÓCIO-EMPRESARIAL**

A empresa Lavagem e Estética Automotiva Progresso - LEAP pretende atuar em parceria com a prefeitura municipal de Laranjal do Jari – AP, O resíduos trazidos por cliente em seus veículos como sólidos (areia, barros), líquidos (óleo graxa), garrafas plástica, metais (latas de bebidas, arames, vergalhões) e lixo comum, como papelão, jornal, revista, dentre outros agentes que possam contaminar o meio ambiente passam por um critério rigoroso de separação, a caixa separadora de sólidos e líquidos absorvem a maior parte dos produtos sólidos evitando que seja lançado na rede coletora de esgoto, passando apenas o aceitável, areia ou barro é retirado de dentro das 03 (três) caixas e descartado em local próprio autorizado pela SEMA – Secretaria de Meio Ambiente de Laranjal do Jari. O lixo separado será doado para entidade, associações de catadores que farão uso dos recursos gerados por esse material.

### **6.1 Produto**

Os produtos disponibilizados para execução dos diversos serviços da estética nos veículos dos clientes, como cera, shampoo, seladores, gás ionizantes, verificadores serão disponibilizados e aplicada cumprida um rigoroso critério de procedimento interno para que não haja nenhuma falha no processo.

### **6.2 Características dos produtos**

A aplicação de produtos como cera, shampoo, seladores, verificadores, revitalizadores de plástico e painéis todos serão produtos que farão parte na execução do serviço como também comercializado dentro dos padrões de qualidade.

## **7 DIFERENCIAL TECNOLÓGICO**

A empresa introduziu no seu, essa tem sido uma preocupação da empresa e por isso consideramos estes itens como um diferencial tecnológico essencial.

### **7.1 Equipamentos de limpeza avançada**

Uso de máquinas de lavagem a vapor, que oferecem uma limpeza profunda e eficiente, economizando água e sendo mais sustentáveis.

Equipamentos de polimento automotivo de última geração, capazes de restaurar o brilho original da pintura e proteger contra danos futuros.

### **7.2 Sistemas de aplicação de produtos específicos**

Tecnologia de nanotecnologia para aplicação de ceras, selantes e revestimentos cerâmicos que garantem proteção prolongada, resistência a riscos e maior durabilidade da estética automotiva.

Pulverizadores automáticos para aplicação uniforme de produtos em estofados e interiores.

### **7.3 Gestão e atendimento digital**

Sistema de agendamento online e comunicação via aplicativos.

### **7.4 Pesquisa e desenvolvimento**

Com práticas contínuas a empresa reforça sua preocupação em entregar resultados consistentes e inovadores, consolidando-se como referência em estética automotiva. Compromisso com a Atualização Contínua, a LEAP valoriza a inovação como um pilar estratégico, investindo regularmente em capacitações e treinamentos para sua equipe. O objetivo é incorporar as mais recentes técnicas de estética automotiva e tendências de mercado, garantindo serviços de qualidade superior.

## **7.5 O mercado**

O mercado mais promissor de oportunidade na venda de serviços, A LEAP com sua estratégia de público voltada para o embelezamento estético de automóvel com suas atividades tangíveis são conceitos fundamentais na economia e representa tudo que pode ser oferecido de mais inovador no ramo da estética automotiva no vale do Jari.

## **7.6 Clientes**

A Empresa LEAP voltado para o segmento da estética Automotiva e estojos, os principais clientes são proprietários que possuem veículos novos e seminovos ou além de diferente idade, mesmo que não estejam nestes níveis de escolha e queiram executar o serviço também poderá se enquadrar nessa oferta e demanda de operação.

## **7.7 Concorrentes**

Embora, já exista de forma empírica pessoas que já fazem prática desse ramo de atividade do negócio a ser implantado pela a LEAP no Vale do Jari, todavia, o espaço físico da empresa e a comodidade será o diferencial de todos os possíveis concorrentes que atuam ou pretendam se instalar na região.

## **7.8 Fornecedores**

A aquisição de produtos voltados para Estética Automotiva de veículos e estojos depende de fornecedores externos, dependendo da urgência do produto a cidade de Macapá será a referência por ter essas empresas que dominam o mercado local na capital amapaense e em últimos caso a aquisição desses produtos serão adquiridos em sites de empresas renomadas no mercado nacional com Vonix, Protellin e outras, as quais possuem uma variedade de opções que atenderá as oportunidades ou serviços que surgiram ao longo do processo, com responsabilidade para evitar desperdício de material em estoque.

## **7.9 Dimensionamento do mercado**

Conforme pesquisa de mercado com dados coletados o dimensionamento do mercado dentro da estética automotiva que será implantada no vale do Jari possibilitará um fortalecimento no segmento, identificando possibilidade e oportunidades ainda não exploradas nesse nicho de grande importância, criando oportunidades e se beneficiando de lacunas que surgiram ao longo do processo. O município de Laranjal segundo dados do site Detran - AP possui uma frota de 5508 veículos, almejamos alcançar 3% (três por cento) desse contingente que representa 165 (cento e sessenta e cinco) veículos/mês.

## 8 ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIO

Para Oliveira (1991, p. 62), planejamento estratégico é um processo gerencial que possibilita ao administrador o rumo a ser seguido pela empresa, com o objetivo de obter um nível de otimização na relação da empresa com o ambiente em que ele atua. O planejamento pressupõe a necessidade de um processo de decisão, que ocorrerá antes, durante e depois de sua elaboração e implantação pela empresa.

### 8.1 Análise estratégica (SWOT)

Chiavenato (2007, p. 158) O termo *SWOT* provém da conjunção da sigla das palavras em inglês *strenghts, weakness, opportunities e threats*. Podendo ser apelidado de FOFA (forças, oportunidades, fraquezas e ameaças). As empresas fazem periodicamente a análise *SWOT* para mapear sua situação diante do ambiente e da tarefa, particularmente em relação aos concorrentes e mudanças que surgem a cada momento. Após realização de pesquisa com clientes foi avaliado e identificado a necessidade de inclusão do serviço de estética automotiva que será um passo de extrema importância para o aumento de renda e sustentabilidade do negócio, assim como geração de emprego na região.

#### Análise do ambiente interno – Pontos forte / Pontos fracos

Quadro 3 – Pontos forte e pontos fracos.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
Mão de obra especializada e qualificada	Desconfiança e Resistência dos Clientes Tradicionais
Processo Produtivo Ecológico	Custo Elevados de Alguns Serviços
Diversos Serviços Produtivos ofertados	Processo Prolongado na entrega

Fonte: Elaboração própria.

## Análise do ambiente externo – Oportunidade / Ameaças

Quadro 4 – Oportunidades e ameaças.

Oportunidades	Ameaças
Conscientização ambiental da População	Aumento do nível de exigências legais (Novas licenças)
Aumento da Frota de veículo local	Novos concorrentes
Inexistência de concorrentes	Carga tributária elevada

Fonte: Elaboração própria.

## 8.2 Objetivos

### 8.2.1 Geral

Após a instalação da empresa no ramo de estética automotiva no município de Laranjal do Jari, pretende-se ser a pioneira nesse ramo de atividade, fidelizando os 3% do total geral da frota com técnicas inovadoras nos próximos 3 (três) anos.

### 8.2.2 Financeiro

Oferecer um nível específico de liquidez proporcionando a chance de melhoria e remuneração para os profissionais no desempenho de suas atividades estruturando a empresa e proporcionar uma liquidez capaz de remunerar os serviços dos profissionais e estruturar a empresa no período inicial de 01 (um) ano.

### 8.2.3 Marketing

Trabalhar a imagem da empresa, em divulgações e captar novos clientes em 05 (cinco) meses.

Fidelizar todos os clientes com inovação e aumentar gradativamente o percentual.

#### 8.2.4 Estratégias

Investir no desenvolvimento e aprimoramento dos profissionais, diversificar a linha de produtos ampliando a oferta de serviços oferecidos.

Reforçar a organização, expandindo o mix de produtos e aumentando a gama de serviços.

## **9 PLANO DE MARKETING**

O estudo do mercado e suas constantes mudanças são fundamentais para a elaboração e criação do plano de marketing, em um cenário ambiente exigente e que se modifica regularmente, as diretrizes e ações devem ser cuidadosamente planejadas e aplicadas conforme o cronograma do ambiente de execução.

### **9.1 Estratégias de vendas**

A estratégia de venda da empresa depende de fatores importantes para o crescimento do negócio, como compreender seu público alvo e identificar clientes, e suas carências, levantar informações dos concorrentes, traçar estratégias e analisar onde pode e se destacar.

#### **9.1.1 Planejamento**

A LEAP - ME tem como principal foco comercial a lavagem de veículos e de estética e venda de produtos e serviços para o segmento de embelezamento automotivo, e tem como público-alvo, proprietários de veículos de ambos os sexos. Colaboradores engajados na apresentação dos nossos produtos e serviços na divulgação e vendas dos nossos produtos e serviços.

A LEAP - ME se empenhara em atender seus clientes de forma excepcional atuando diretamente no atendimento a dos clientes com:

Excelência no atendimento ao consumidor; multicanalidade e interatividade;

Promover uma imagem favorável e aceitável para os nossos clientes; empatia e inclusão.

Na LEAP - ME as vendas serão realizadas de forma interna, estruturadas de acordo com categoria de serviço ou produto.

Para este momento inicial a lavagem e estética progresso tem a seguinte visão de vendas:

Produto / Serviço e diferencial competitivo: Em um mercado cada vez mais competitivo, a definição clara dos nossos serviços e produtos, juntamente com nosso diferencial é crucial para o sucesso das nossas estratégias de vendas, alguns quesitos que usamos para nos destacarmos no mercado.

Na abordagem de marketing para essa estratégia do diferencial competitivo estão: inovação, qualidade, atendimento ao cliente e custo e benefício para atingir a política de venda,

que ressaltam ser os diferenciais competitivos atraindo novos clientes e ajudando a criar base de clientes leais.

### 9.1.2 Estratégia de marketing no estágio de introdução

No primeiro ano de operação da empresa LEAP - ME introduziremos estratégias de marketing que satisfaçam o cliente com a venda dos serviços e produtos a preços justos, mesmo que isso reduza uma margem de lucratividade menor.

**Preço:** Nosso propósito é fazer com que o consumidor aprecie o produto e serviço que está comprando de modo que o preço passe a ser uma preocupação de menor importância.

**Promoção:** Periodicamente ou nos meses de menor demanda nos períodos chuvosos a empresa usará as ferramentas de redes sociais para alavancar ou resta.

**Praça:** A cidade de Laranjal do Jari, juntamente com as cidades adjacentes que formam o vale do jari (Monte dourado, Vitória do Jari), apresenta-se como um local estratégico para a instalação da empresa LEAP - ME. Este ponto de localização, situado em um bairro de intenso movimento de veículos, proporciona aos clientes um ambiente acessível, garantindo tanto a logística quanto o conforto necessário.

## 9.2 Estratégia de marketing no estágio de crescimento

As estratégias ditam as melhores ações que deverão ser tomadas para atingir os objetivos traçados pela organização e assim cumprir com a missão, visão e valores do negócio. Segundo Chiavenato (2004), a estratégia é o comportamento utilizado pela empresa ou organização para lidar com situações inerentes. Já Oliveira (2005) afirma que a estratégia está relacionada à arte de utilizar adequadamente os recursos físicos, financeiros e humanos, tendo em vista a minimização dos problemas e a maximização das oportunidades.

## 9.3 Estratégia de marketing no estágio de maturidade

Uma das principais mudanças para manter a imagem da empresa será a capacitação dos colaboradores, aumentando a valorização de mão de obra, melhoria nas estruturas físicas para assegurar um serviço de qualidade e eficiente fornecido aos nossos clientes.

**Preço / Política de preços:** a LEAP - ME tem por objetivo comercial atuar diretamente

na prestação de serviço e venda de produtos automotivos priorizando a qualidade e ofertas, o valor dos produtos e serviços foi calculado após uma análise detalhada dos custos e das demandas mínimas possíveis conforme a política de preço de mercado.

Comunicação e propaganda: a comunicação e a propaganda são essenciais para uma empresa por vários motivos para desenvolver e preservar a identidade da marca, facilitando o reconhecimento e a ligação emocional dos consumidores com os produtos ou serviços disponíveis.

Fixação de objetivos: o propósito da LEAP - ME é expor uma imagem que transmita segurança na execução do serviço e produtos vendidos justificando o valor apresentado estabelecendo um elo empresa cliente e suas expectativas no mercado local, transmitindo uma influência direta na conscientização em relação ao meio ambiente.

Publicidade: A LEAP – ME visando consolidar os meios de comunicação em programas de rádio de grande audiência ou outros meios de comunicação na cidade gerando oportunidades com clientes criando uma perspectiva mais ampla do negócio com a comunidade em geral.

Meios de comunicação: os principais meios de comunicação com os clientes serão o *whatsapp*, *meta* (antigo *facebook*), *google* e *instagram*.

Pós-venda: Iremos efetuar o acompanhamento de todos os processos com o objetivo de garantir que estão sendo executados conforme o planejado se estão sendo trabalhado dentro do planejado, mantendo o cliente atualizado sobre o estado do serviço ou compra informando-o a respeito de sua progressão.

## 10 PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

O planejamento e desenvolvimento descreve como está a atual situação do projeto conforme descrito abaixo.

Situação atual: O projeto está em fase de planejamento e desenvolvimento descrito no cronograma.

Quadro 5 – Cronograma de atividades.

ATIVIDADE	PERÍODO	
	INÍCIO	TÉRMINO
Escolha do Serviço	02 de agosto 2024	02 de agosto 2024
Estudo do Mercado	16 de setembro 2024	25 de setembro 2024
Estratégia do Negócio	18 de novembro 2024	18 de novembro 2024
Empresa-Descrição geral	28 de novembro 2024	28 de novembro 2024
Plano de Marketing	30 de novembro 2024	02 de dezembro 2024
Planejamento e desenvolvimento do projeto	14 de dezembro 2024	20 de dezembro 2024
Planejamento Financeiro	17 de dezembro 2024	08 de janeiro 2025
Resumo Executivo	08 de janeiro de 2025	08 de janeiro 2025

Fonte: Elaboração própria.

### 10.1 Contingência

A LEAP – ME é experiente na comercialização de serviços e produtos para o setor de limpeza automotiva, em caso de crise adotaremos a inserção de venda de produtos e conveniências em geral.

### 10.2 Planejamento financeiro

A demonstração do planejamento financeiro nos quadros abaixo é o resultado da pesquisa e viabilidade da implantação do negócio.

Quadro 6 – Demonstração do planejamento financeiro.

<b>PORTE</b>	<b>MICRO EMPRESA</b>
Valor do crédito	80.035,95
Capital de giro	10.839,24
Cap. Giro / financeiro.	13,52%
Relação crédito / receita:	73,80%
T.I.R.	12,68%
Pto. de nivelamento	73,80%
<b>VALOR PRESENTE LÍQUIDO.</b>	<b>80.035,95</b>

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 7 – Despesas pré-operacionais.

<b>VALOR</b>	<b>EM R\$</b>	<b>%</b>
Ativo Fixo	69.196,71	
Capital de giro	10.839,95	
<b>TOTAL</b>	<b>80.035,95</b>	

Fonte: Elaboração própria.

### 10.3 Investimentos

São os bens e a infraestrutura essenciais para o início de uma atividade empresarial, aqui apresentado com clareza.

### 10.4 Ativo fixo

A seguir é possível os custos em investimentos da construção civil, móveis e utensílios, máquinas e equipamentos, as despesas pré-operacionais, e a quantia necessária para o capital de giro inicial:

Quadro 8 – Demonstração de custos em investimentos.

<b>QTD</b>	<b>PREÇO UNT</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
01		Poço artesiano	8.500,00

01		Fachada outdoor	2.000,00
100m		Piso modular	8.950,00
01		Kit de luz led	2.300,00
<b>TOTAL</b>			<b>21.750,00</b>

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 9 – Demonstração de custos de móveis e utensílios.

QTD	PREÇO UNT	DESCRIÇÃO	VALOR (R\$)
01		Notebook	1.700,00
01		Mesa / cadeira / impressora	2.000,00
01		Armário para arquivo	800,000
<b>TOTAL DE MÓVEIS E UTENSÍLIOS</b>			<b>4,500,00</b>

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 10 – Demonstração de custos de máquinas e equipamentos.

QTD	PREÇO UNT	DESCRIÇÃO	VALOR (R\$)
01		Mini elevador pantográfico basculante	4.800,000
02	600,00	Aspirador de pó	1.200,000
01		Politriz profissional	1.300,00
01		Extratora Profissional	3.000,00
02	1.700,00	Hidrolavadora industrial	3.700,00
01		Bebedouro	1.500,00
01		Central de ar	3.000,00
01		Compressor de ar	2.500,00
02	250,00	kit luz para polimento	500,00
01		Lixadeira	450,00
01		Bomba poço artesiano 0,5cv	800,000
100	3,50	Cabo 6m	350,00
04	250,00	Tubo 100 mm para poço	1.000,00
01		Painel com disjuntores	350,00
100m	5,00	Mangueira	500,00
<b>TOTAL DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS</b>			<b>24.950,00</b>

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 11 – Demonstração das despesas operacionais.

QTD	PREÇO UNT	DESCRIÇÃO	VALOR (R\$)
01	1.850,00	Despesas de legalização	1.850,00
01	4.500,00	Cursos Treinamento de Pessoal	4.500,00
01	1.500,00	Obras civis/Reformas	6.500,00
01	135,00	Internet	130,00
01		Divulgação de Lançamento	1.500,00
		Outras despesas eventuais	3.516,71
TOTAL DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS			17.996,71
<b>TOTAL DO ATIVO FIXO</b>			<b>80.035,95</b>

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 12 – Demonstração das necessidades para o capital de giro inicial.

QTD	PREÇO UNT	DESCRIÇÃO	VALOR (R\$)
01		Caixa Mínimo	5.570,25
10	60,00	kit de escovas detalhamento	600,00
04	135,00	kit profissional de limpeza de sofá	540,00
02	360,00	kit polimento automotivo	720,00
02	297,00	Kit de escova boina	594,00
02	85,00	Kit de hidratação de couro	170,000
03	180,00	Kit de Limpeza automotiva	540,00
01	130,00	Jogo de flanela microfibra	130,00
05	90,00	Litros de Shampoo	450,00
05	60,00	Cera de carnaúba	300,00
05	55,00	Limpa pneu (pretinho)	275,00
05	140,00	Kit revitalizador de vidros e plástico	700,00
05	50,00	Limpa vidros	250,00
<b>TOTAL</b>			<b>10.839,25</b>

Fonte: Elaboração própria.

### 10.5 Demonstrativos de receita

Descreve as várias abordagens que a empresa deve seguir para aumentar os seus rendimentos financeiros, bem como os encargos sociais, a estrutura de custos anuais, custos semestrais de insumos, seus usos e fontes, o fluxo de caixa, em seguida o DRE (demonstrativo de resultado), a composição de mercado, regime de trabalho e o porte da empresa.

Quadro 13 – Demonstração dos encargos sociais.

INCIDENTE SOBRE	%	VALOR (R\$)		
		1º SEMESTRE	1º ANO	2º ANO
Honorários	20%			
Mão de obra fixa	40%			
Mão de obra variável	40%			
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>			

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 14 – Demonstração dos custos anuais.

ESPECIFICAÇÃO	VALOR (R\$)		
	1º SEMESTRE	1º ANO	2º ANO
<b>CUSTOS FIXOS</b>	<b>73.668,00</b>	<b>147.336,00</b>	<b>147.336,004</b>
Honorários	1.400,00	2.800,00	2.800,00
Salários	58.158,00	116.316,00	116.316,00
Encargos sociais	11.631,60	23.263,20	46.871,04
<b>CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>3.900,00</b>	<b>7.800,00</b>	<b>7.800,00</b>
Energia	380,00	760,000	760,000
Comunicação	1.600,00	3.200,00	3.200,00
Eventuais	3.546,71	7.083,42	7.083,42
<b>CUSTOS TOTAIS</b>	<b>69.196,95</b>	<b>11.043,42</b>	<b>11.043,42</b>

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 15 – Demonstração de custos e despesas semestrais insumos.

INSUMO	UND	VALOR UNT	QTD	VALOR (R\$)		
				1ºSEM	1º ANO	2º ANO
Matéria prima	0,00	0,00		0,00	0,00	
Treïn. de pessoal		2.000,00		2.000,00	4.000,00	4.000,00
Curso de capacitação	<b>und</b>	500,00	05	2.500,00	5.000,00	5.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>4.500,00.</b>	<b>9.000,00</b>	<b>9.000,00</b>

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 16 – Demonstração de custos e as áreas de uso e suas fontes.

<b>ESPECIFICAÇÃO</b>	<b>TOTAL (R\$)</b>	<b>A REALIZAR (R\$)</b>
<b>USO</b>	80.035,05	80.035,05
<b>ATIVO FIXO</b>	69.196,71	69.196,71
Terrenos	0,00	0,00
Construções civis	21.750,00	21.750,00
Máquinas e equipamentos	24.950,00	24.950,0
Móveis e utensílios	4.500,00	4.500,00
Veículos	0,00	0,00
<b>ATIVO FINANCEIRO</b>	<b>69.196,71</b>	<b>69.196,71</b>
Ativo circulante	69,196,71	69,196,71
<b>FONTES</b>	<b>80.035,95</b>	<b>80.035,95</b>
<b>RECURSOS DE TERCEIROS</b>	-	-
Financ. próprios	<b>80.035,95-</b>	<b>80.035,95-</b>
Ativo fixo	69.196,71	69.196,71
Capital de giro	10.839,24	10.839,25
Elaboração do projeto	-	-
<b>OUTROS</b>	-	-
Ativo fixo	69.196,71-	-
Capital de giro	10..839,24-	-
<b>RECURSOS DA EMPRESA</b>	<b>80.035,95</b>	<b>80.035,95</b>
Ativo fixo	69.196,71	69.196,71
Capital de giro	10..839,25	10..839,25
Elaboração do projeto	-	-

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 17 – Demonstração do fluxo de caixa.

<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>ANO</b>		
	<b>1ºSEM</b>	<b>1º ANO</b>	<b>2º ANO</b>
<b>USOS</b>	-	-	-
Investimento fixo	69.196,71		-
Investimento financeiro	10.839,24		-

Despesas pré-operacionais	-	-	
Despesas operacionais		80.035,95	80.035,95
Imposto de renda		20.958,56	20.958,56
<b>TOTAL DOS CUSTOS</b>	<b>80.035,95</b>		
<b>FONTES</b>	-	-	-
Receitas operacionais		464.079,33.	464.079,33.
Investimento financeiro	-	-	
<b>TOTAL DAS FONTES</b>	-	464.079,33	464.079,33
<b>FLUXO DE CAIXA</b>			
<b>FLUXO DE CAIXA</b>	<b>64.079,33</b>	<b>147.336,00</b>	<b>147.336,00</b>

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 18 – Demonstrativos de resultado.

	<b>1º ANO (R\$)</b>	<b>2º ANO (R\$)</b>
<b>RECEITA OPERACIONAL</b>	464.079,33	464.079,33
Município	464.079,33	464.079,33
<b>(-) DEDUÇÕES</b>	59.030,78	59.030,7
IMPOSTO ÚNICO (SIMPLES NACIONAL)	<b>59.030,78</b>	<b>59.030,78</b>
(=) Receita operacional líquida	196.441,47	196.441,47
<b>CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>14.681,40</b>	<b>14.681,40</b>
Energia elétrica	3.600,00	3.600,00
Comunicações	2.600,00	2.600,00
Manutenção	1.200,00	1.200,00
Eventuais	6.000,00	6.000,00
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>	<b>343.777,47</b>	<b>343.777,47</b>
<b>CUSTOS FIXO</b>	<b>69.196,95</b>	<b>69.196,95</b>
	<b>1º ANO (R\$)</b>	<b>2º ANO (R\$)</b>
Honorários	2.8000,00	2.8000,00
Salários	90.156,00	90.156,00
Encargos sociais	30.157,20	30.157,20
<b>CUSTOS TOTAIS</b>	<b>22.009,88</b>	<b>22.009,88</b>

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 19 – Composição do mercado.

<b>LOCAL</b>	<b>PROJETADO</b>
No município	100%
No estado	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 20 – Regime de trabalho.

<b>Horas / dia</b>		<b>Dias / mês</b>	<b>Meses / semestre</b>
Atual	8	26	6
Projetado	8	26	6

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 21 – Porte da empresa.

<b>PORTE DA EMPRESA</b>	<b>R\$</b>
<b>Receita operacional bruta anual</b>	102.045,83
<b>Classificação</b>	<b>MICRO EMPRESA</b>
<b>ÍNDICES ECONÔMICO-FINANCEIROS</b>	-
<b>(Ao nível operacional previsto) Rentabilidade</b>	-
<b>Lucro operacional / Receita</b>	<b>20,4%</b>
<b>Lucro líquido / Receita</b>	<b>20,4%</b>
<b>Lucro líquido / Investimento total</b>	-
<b>Eficiência operacional</b>	-
<b>PONTO DE NIVELAMENTO – PN</b>	<b>73,80%</b>
<b>TAXA INTERNA DE RETORNO – TIR</b>	<b>12,60% ao ano.</b>
<b>VALOR PRESENTE LÍQUIDO – VPL</b>	<b>80.035,95</b>

Fonte: Elaboração própria.

## 11 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desta feita que a implantação da estética automotiva para a empresa LEAP representa uma oportunidade promissora para o mercado de Laranjal do Jari/AP, com potencial para se destacar como uma empresa inovadora e sustentável. A análise deste trabalho evidenciou que fatores como o uso de tecnologias avançadas, a adoção de processos ecológicos e a capacitação contínua da equipe são determinantes para o sucesso no setor.

A avaliação da matriz *SWOT* demonstrou que a crescente conscientização ambiental e o aumento da frota de veículos oferecem oportunidades significativas, embora as ameaças, como a concorrência desleal e as variações econômicas, devam ser enfrentadas com atenção e planejamento estratégico.

Por fim, a LEAP se posiciona como um negócio comprometido com a qualidade, a sustentabilidade e o atendimento personalizado, fatores que reforçam sua capacidade de atender às demandas do mercado de estética automotiva. No entanto, para garantir um crescimento sustentável, será essencial superar desafios como a resistência de clientes tradicionais e o alto custo de alguns serviços, por meio de estratégias que potencializam suas fortalezas e minimizam suas fraquezas.

## REFERÊNCIAS

- BRASIL. **Lei n. 9.317, de 5 de dezembro de 1996.** Dispõe sobre o regime tributário das microempresas e das empresas de pequeno porte, institui o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte - SIMPLES e dá outras providências. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9317.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9317.htm). Acesso em: 8 set. 2024.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: teoria, processo e prática.** 6. São Paulo: Atlas, 2022. 408 p. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/150411972/idalberto-chiavenato-administracao-teoria-processo-e-pratica-atlas-2022>. Acesso em: 24 nov. 2024.
- DEPARTAMENTO DE TRÂNSITO DO ESTADO DO AMAPÁ (DETRAN-AP). **Quantidade de Veículos por Espécie** – dez de 2023. Publicado em: set. 2024. Disponível em: <https://www.detran.ap.gov.br/>. Acesso em: 10 out. 2024.
- DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa.** 30. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2006. 304 p. ISBN 8529301021. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/57994992/o-segredo-de-luisa-pdf>. Acesso em: 11 out. 2024.
- GRECO, Simara Maria de Souza Silveira et al. **Empreendedorismo no Brasil.** Curitiba: Global Entrepreneurship Monitor. 2010. 286 p. ISBN 9788587466145. Disponível em: [https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/livro\\_gem\\_2010.pdf](https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/livro_gem_2010.pdf). Acesso em: 18 out. 2024.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Demográfico 2022: Resultados Preliminares.** Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 10 out. 2024.
- LACOMBE, Francisco José Masset; HEILBORN, Gilberto. **Administração: Princípios e Tendências.** São Paulo: Saraiva, 2003. Disponível em: [https://repositorio.ifpb.edu.br/bitstream/177683/451/1/TCC%20Diego%20Sérgio%20Pires.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://repositorio.ifpb.edu.br/bitstream/177683/451/1/TCC%20Diego%20Sérgio%20Pires.pdf?utm_source=chatgpt.com). Acesso em: 14 out. 2024.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Estrutura organizacional: uma abordagem para resultados e competitividade.** São Paulo, SP: Atlas, 2014. xvi, 326 p. ISBN 9788522485871.
- RICHERS, Raimar. **O que é marketing.** 12. Ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. ISBN 85110102701. Disponível em: <https://naolab.nexodesign.com.br/wp-content/uploads/2011/03/Richers-Raimar-O-que-e-Marketing.pdf>. Acesso em: 28 set. 2024.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Mercado de estética e limpeza automotiva.** Sebrae, Santa Catarina, SC, 22 dez. 2022. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/observatorio/potencial-de-mercado/estetica-automotiva>. Acesso em: 15 nov. 2024.