

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO

PLANO DE NEGÓCIO:

FILIAL NEW MOTORS
GRAVAÇÕES

KAMILA PAULA DE SOUZA SANTOS
UBERLÂNDIA – OUT/2018

PLANO DE NEGÓCIO: NEW MOTORS

Autor:

Kamilla Paula de Souza Santos

Matrícula: 11621ADM236

Orientadora:

Prof. Miriam Takimura

RESUMO

O presente trabalho apresenta a proposição de um Plano de Negócios para a criação de uma filial da empresa NewMotors situada na cidade de Uberlândia-MG. Desse modo, teve como objetivo analisar a viabilidade da concepção da empresa, considerando a área de marketing, bem como o plano operacional e financeiro. O método adotado foi tanto qualitativo quanto quantitativo, de forma que reuniram investigações empíricas, além de resultados que foram medidos e quantificados. A coleta de dados foi realizada por meio de revisão bibliográfica e observação sistemática. O estudo possibilitou um aprofundamento das teorias gerando maior domínio do tema mercadológico, permitindo-se visualizar oportunidades e fraquezas nas áreas estudadas, o que gerou uma alternativa viável de empreendimento.

Palavras-chave: 1) Plano de Negócios; 2) NewMotors; 3) Detran; 4) Fotos; 5) Gravações

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Estrutura do plano de negócios.....	12
Quadro 2: Fornecedores.....	18
Quadro 3: Meios de divulgação na pré-abertura.....	20
Quadro 4: Descrição do cargo de escritório.....	23
Quadro 5: Descrição do cargo do pátio	24

Lista de Tabelas

Tabela 1: Investimentos Fixos	26
Tabela 2: Custo com funcionários.....	27
Tabela 3: Capital de giro	27
Tabela 4: Estoque inicial	27
Tabela 5: Investimento em giro	27
Tabela 6: Investimentos pré-operacionais	28
Tabela 7: Investimento total	28
Tabela 8: Cenário otimista.....	29
Tabela 9: Cenário realista.....	29
Tabela 10: Cenário pessimista.....	30
Tabela 11: Custos de comercialização	30
Tabela 12: Custos com depreciação	31
Tabela 13: Custos fixos	32
Tabela 14: Demonstrativo de resultado.....	32
Tabela 15: Ponto de equilíbrio pelo faturamento mensal.....	32
Tabela 16: Lucratividade.....	32
Tabela 17: Rentabilidade.....	33
Tabela 18: Prazo de retorno do investimento	33

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

CLT – Consolidação das Leis de Trabalho

h – Hora

MG – Minas Gerais

min – Minuto

Detran – Departamento Estadual de Trânsito

Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	8
1.1.Justificativa da pesquisa.....	8
1.2.Importância e delimitação do tema	9
1.3.Objetivo geral.....	9
1.4.Objetivos específicos	9
1.5.Métodos de pesquisas adotados	10
2. REFERENCIAL TEORICO.....	10
2.1.Empreendedorismo	10
2.2.Definições e relevância do plano de negócios	12
2.3.Problemas na elaboração de um plano de negócios.....	12
2.4.Estrutura do plano de negócios	13
3. O NEGÓCIO	15
3.1.Sumário executivo.....	16
3.2.Apresentação da empresa.....	17
3.2.1. Dados do empreendimento	17
3.2.2. Setor de atividades	17
3.2.3. Formas jurídicas.....	17
3.2.4. Enquadramento tributário	17
3.2.5. Capital social.....	18
3.3.PLANO DE MARKETING	18
3.3.1. Descrição dos principais produtos	18
3.3.2. Estudo dos clientes.....	18
3.3.3. Estudo dos concorrentes	19
3.3.4. Estudo dos fornecedores	19
3.3.5. Estratégias promocionais	20
3.4.PLANO OPERACIONAL	21
3.4.1. Localização	21
3.4.2. Capacidade comercial	22

3.4.3. Necessidade de pessoal	23
3.5.PLANO FINANCEIRO	25
3.5.1. Estimativa do investimento total.....	25
3.5.2. Estimativa do faturamento	28
3.5.3. Custos de comercialização	30
3.5.4. Custo com depreciação	31
3.5.5. Custos fixos.....	31
3.5.6. Demonstrativo de resultado	32
3.5.7. Indicadores de viabilidade	32
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	32
REFERÊNCIAS.....	33

1. INTRODUÇÃO

Para Greco (2010), o empreendedorismo é essencial para a formação de riquezas no país, bem como proporcionar melhorias de oportunidades de vida da população geradas pelo crescimento econômico, contribuindo para criação de emprego e renda, o que promove a evolução de questões tecnológicas e aperfeiçoamento dos produtos e serviços.

O presente trabalho conta com um estudo acerca da abertura de uma filial de uma empresa no ramo de serviços de gravação e remarcação de motores e chassis, empresa credenciada do Detran – MG (Departamento Estadual de Trânsito), de forma a oferecer serviços à uma parte da população da cidade de Patos de Minas - MG. Para tal, foi utilizada a ferramenta de um plano de negócios para verificar a viabilidade e as especificidades da abertura desse empreendimento. Esse serviço já é oferecido na matriz de Uberlândia – MG, e o proprietário tem que ir até a cidade de Patos de Minas algumas vezes na semana, porém, a demanda vem crescendo muito e as viagens constantes levaram a ideia da abertura da filial por notar uma carência desse ramo em Patos de Minas – MG, então foi estudada uma alternativa focada em preencher essa necessidade da cidade de modo a aproveitar a oportunidade de negócio.

1.1. JUSTIFICATIVA DA PESQUISA

A atividade de empreender pode ser executada tanto por necessidade quanto por oportunidade, e ambas as formas necessitam de métodos que assegurem uma boa consecução do negócio.

Para iniciar, reestruturar ou expandir uma empresa, o plano de negócios torna-se uma ferramenta útil (para leigos e especialistas) por fornecer uma análise de todas as partes que integram as organizações e por avaliar as necessidades dos clientes e da empresa no intuito de otimizar dos resultados, o que minimiza incertezas na pré-abertura do negócio e garante uma boa gestão do empreendimento.

1.2. IMPORTÂNCIA E DELIMITAÇÃO DO TEMA

Segundo Baron e Shane (2007), um plano de negócios vai além de documentos com o intuito de convencer alguém a investir na organização, trata-se de um guia minucioso onde são encontradas as ideias e visões escritas acerca do negócio. Dessa forma, esta ferramenta possibilita um bom processo de planejamento que pode ser estruturado para o atingimento de metas propostas na abertura de um empreendimento. Complementarmente, Chiavenato (2007) considera que um plano de negócios bem elaborado proporciona que o elaborador saiba evitar ou neutralizar as ameaças, bem como aproveitar as oportunidades advindas do ambiente externo. Com a análise em questão aliada à intuição, tornam-se maiores as chances de sucesso do negócio.

Nota-se também que a identificação de um gargalo no setor comercial é de suma importância enquanto ponto de partida para a abertura de um empreendimento. Para tanto, as análises acerca da cidade mostraram que a necessidade de um estabelecimento deste segmento de serviços em Patos de Minas - MG. Sendo assim, o projeto da filial da empresa NewMotors irá utilizar essa oportunidade para suprir a falta de empresas credenciadas deste ramo.

1.3. OBJETIVO GERAL

O objetivo geral do presente trabalho é elaborar um plano de negócios a fim de avaliar a viabilidade da abertura de uma filial da empresa New Motors Gravações na cidade de Patos de Minas – MG.

1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Os objetivos específicos são:

- Buscar informações acerca do ramo de automotores;
- Elaborar um estudo detalhado sobre as áreas da empresa;

1.5. MÉTODOS DE PESQUISA ADOTADOS

O método de procedimento adotado para a realização do trabalho foi uma pesquisa qualitativa e quantitativa: quantitativa por contar com um estudo financeiro que tem como objetivo medir e quantificar os resultados investigados; qualitativo por ter como fim a investigação de modo empírico acerca do ambiente, ou seja, descrever fenômenos por meio da manifestação no ambiente (ZANELLA, 2009).

A coleta de dados contou com o método da observação para a escolha do local onde será instalado o estabelecimento em estudo. Para Lakatos e Marconi (2003), é a utilização de uma técnica de coleta de dados que procura identificar no ambiente o que se procura com conhecimento prévio. Assim, cabe ao avaliador ter o controle sobre os dados e registros realizados. Dessa forma, objetivou-se a identificação da localização física ideal para o atingimento do maior número de pessoas possível.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. EMPREENDEDORISMO

O termo empreender é recente em conteúdos de estudos acadêmicos, mas antigo em questão à sua existência. Em gerações passadas, já era possível notar que os indivíduos empreendiam de alguma forma, mas sem ter a real noção da importância daquilo que faziam. Para Baron e Shane (2007) o empreendedorismo possui fundamentos em diversas disciplinas, os quais envolvem a consideração de alguns aspectos, como: condições tecnológicas, sociais e econômicas; pessoas envolvidas no surgimento da oportunidade; técnicas utilizadas e os efeitos produzidos por tal progresso, culminando em uma formulação complexa do termo.

Por meio do empreendedorismo, é possível criar soluções para problemas inerentes à sociedade inclusive propor soluções inovadoras para melhoramento de outras situações. As ideias empreendedoras podem proporcionar diversos aspectos positivos no meio em que estão inseridos, tanto para empresas quanto em proporções globais, como necessitar de um menor uso da matéria prima para a produção da mesma quantidade de produto final. Dolabela (1999) defende que o empreendedorismo é um dos encarregados pelas mudanças e progresso do país, o que, em casos específicos, é mais abrangente e complexo que a abertura de um negócio propriamente dita.

2.2. DEFINIÇÕES E RELEVÂNCIA DO PLANO DE NEGÓCIOS

Para Dornelas (2001), o plano de negócios é um registro utilizado para descrever um modelo de negócios que ampara a organização. Em sua confecção, a expectativa é na geração de autoconhecimento e aprendizagem, ensejando que o formulador conheça bem o seu âmbito de negócios.

O plano de negócios deverá fornecer informações acerca de todo processo envolvido, mas não apenas ao empreendedor em questão, cabe a essa ferramenta também fornecer informações aos *stakeholders*, tais como os clientes, investidores e outros grupos específicos. Fica evidente que o plano de negócios se diferenciara conforme os objetivos e tipos de mercado que se deseja planejar, ou seja, uma loja de sapatos não carece das mesmas necessidades que um empreendimento que comercializa produtos de alto valor agregado, assim como serviços online terão diferentes enfoques ao serem comparados com outros segmentos de negócio.

2.3. PROBLEMAS NA ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS

Como explicitado, a elaboração de um plano de negócios exige tempo, comprometimento, afino e interesse por parte do executor, uma vez que esta ferramenta exige pesquisas aprofundadas. Por isso, deve-se procurar informações fidedignas e relacioná-las com a prática. Erros são comuns e geralmente ocorrem devido à falta de experiência, o que pode afetar diretamente no planejamento das atividades. Rosa (2010) lista cinco erros mais comuns na elaboração do plano de negócios: i) inconsistência de informações, na qual deve-se adquirir muitas informações acerca do mercado de atuação; ii) não ouvir a opinião dos especialistas, pois, partindo do pressuposto que cada profissional possui experiência aprofundada em determinada área, é essencial levar em consideração suas opiniões; iii) excesso de confiança por parte do formulador do plano, pois esse desconsidera a competição existente; iv) ter ideias repetitivas, o que afasta os possíveis interessados; v) uso de jargões, os quais devem ser evitados a fim de proporcionar uma linguagem clara ao leitor, evitando uso de termos demasiadamente profissionais ou informais.

2.4. ESTRUTURA DO PLANO DE NEGÓCIOS

Existem diversas propostas por diversos autores para que seja elaborada uma estrutura de um plano de negócios, cabe ao empreendedor escolher aquela que mais se adequa ao seu perfil e ao perfil do futuro negócio.

Servindo como base para a confecção do plano de negócios, Rosa (2004) propõe outra forma de estrutura, semelhante às demais, e que será usada ao longo do presente trabalho.

1. Sumário Executivo
2. Apresentação da Empresa
3. Plano de Marketing
4. Plano Operacional
5. Plano Financeiro
6. Avaliação do Plano de Negócios
7. Documentação de Apoio

Quadro 1 - Estrutura do plano de negócios

Fonte: Elaborado pelo autor

O plano de marketing é uma etapa que exige pesquisa e análise a fim de uma melhor compreensão e clareza para o atingimento de determinado objetivo, ou seja, é uma estratégia bem delimitada que visa aumentar a competitividade do negócio em questão, pois representa o posicionamento da empresa com relação a onde ela está, de fato, e onde deseja estar. Para Kotler e Keller (2006), o plano de marketing é um registro escrito que sintetiza o que o profissional da área sabe sobre o mercado e informa onde a organização planeja alcançar suas metas.

Kotler e Keller (2006) vão além do que se conhece como produtos negociados pela organização, pois consideram a comercialização de serviços, bens físicos, ideias, eventos, pessoas, lugares, informações, experiências e outros, ou seja, é tudo aquilo oferecido a um mercado a fim de satisfazer a necessidade ou desejo do consumidor.

Um dos pressupostos para o sucesso de um empreendimento é conhecer bem os possíveis clientes para o negócio, já que eles possibilitarão a sobrevivência e o crescimento

da empresa. Portanto, trata-se de uma etapa necessária para o êxito de qualquer organização. Kotler e Keller (2006) consideram que o papel da empresa é proporcionar valor ao cliente em troca de lucro, e para isso, deve-se atingir as necessidades e desejos dos mesmos, uma vez que em um cenário de intensa competição entre organizações, a que vai sobressair-se é a que tiver a melhor comunicação com seus consumidores, transmitindo e entregando valor por meio da qualidade enxergada do produto ou serviço ofertado.

Chiavenato (2007) define concorrentes como organizações que disputam os mesmos clientes ou fornecedores, sejam diretos ou indiretos. Quanto maior o grau de heterogeneidade dos produtos ou serviços, mais complexa será a competitividade entre as organizações, pois se torna mais difícil a identificação do comportamento do consumidor perante as diferentes escolhas. Para Dornelas (2001), compreender os concorrentes possibilita a criação de uma estratégia de marketing, fonte geradora de vantagens ao empreendedor no âmbito empresarial.

A definição de fornecedores corresponde aos recursos e insumos fornecidos por organizações ou por pessoas físicas para o correto funcionamento do negócio (CHIAVENATO, 2007). Existem alguns tipos de fornecedores, e podem ser delimitados como fornecedores de recursos financeiros, de materiais, tecnológicos e recursos humanos.

Rosa (2004) entende a promoção com finalidade de comunicar, convencer, demonstrar e lembrar os consumidores de seus produtos e serviços, existindo diversos meios para a exibição ao público exterior, como: brindes e sorteios, catálogos, descontos, amostra grátis, propaganda em rádio, jornais e revistas em que a(s) escolha(s) do(s) meio(s) deve ser bem analisada de acordo com a localização do mercado e com o público alvo identificado.

De acordo com Chiavenato (2007) o plano operacional refere-se aos processos de compra e recebimento das matérias-primas, ao processo de transformação, acabamento e, por fim, a exposição às vendas. No caso da indústria, a produção é responsável pela modificação ao longo da cadeia de elaboração do produto, já nas prestadoras de serviço, a produção corresponde na prestação do serviço propriamente dito aos clientes.

Rosa (2004) argumenta que é necessário justificar detalhadamente a escolha do local de instalação do negócio, tratando-se de um local ideal aquele que é capaz de auxiliar na

geração de um montante de vendas. Devem-se levar em consideração as condições de pagamento e o prazo de alocação do imóvel, inclusive condições de segurança nas proximidades, a facilidade de acesso, o estado de limpeza e higiene, a disponibilidade de espaço para estacionar meios de transporte, o fluxo de pessoas na região e a proximidade dos fornecedores e outros *stakeholders*.

De acordo com Slack (1999) a capacidade de produção de uma operação é o grau máximo de valor agregado que, em condições usuais, pode ser alcançada num período de tempo pré-determinado. Pires (2004) afirma que a extensão da capacidade é parte fundamental do planejamento da produção ou prestação de serviços. Semelhantemente, o planejamento da capacidade de produção é um procedimento que almeja a harmonia entre a demanda e a capacidade existente.

Para Baron e Shane (2007), é indispensável que os gestores delimitem detalhadamente os papéis de cada colaborador na empresa, de modo a levar em consideração os interesses e anseios de cada indivíduo externamente à organização. Portanto, os cargos devem ser tratados como únicos, mesmo que as atividades sejam previsíveis e pré-determinadas, no intuito de manter equilibrado o alinhamento de objetivos do funcionário e da organização.

De acordo com Gitman (2003, p.4) *“finança é a arte e a ciência da gestão financeira, essa área preocupa-se com os processos, as instituições, os mercados e os instrumentos associados à transferência de dinheiro entre indivíduos”*. Baron e Shane (2007) afirmam que cada etapa do plano de negócios é de suma importância, mas que o plano financeiro deve receber um cuidado singular por tratar de elementos a serem delimitados que vão retratar o estado financeiro da empresa, explicitando seus financiamentos e a forma ideal com que devem ser geridos para alcançar o objetivo organizacional.

3. O NEGÓCIO

3.1. SUMÁRIO EXECUTIVO

A New Motors será uma empresa no setor de automotores em Patos de Minas – MG será um estabelecimento fixo que a principal atividade será a realização de fotos e laudos de motores e chassis para transferência de veículos, gravações e regravações de motores de chassis, e o empreendimento será um pioneiro na cidade.

A empresa será localizada na Rua dos Carajás, em frente ao Detran da cidade, no intuito de aproveitar o grande fluxo de pessoas que utilizam os serviços do mesmo.

O montante a ser investido para que o negócio inicie o funcionamento é de R\$56.629,20, com faturamento mensal esperado de R\$ 21.519,10, e lucro mensal de R\$ 11.121,44. O tempo estimado do retorno do capital investido é de aproximadamente 6 meses.

3.2. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

3.2.1. Dados do Empreendimento

Nome Fantasia: New Motors Comércio de Peças LTDA.

3.2.2. Setor de Atividades

Quanto ao setor de atividades, a empresa se enquadra como fornecedora de serviços, pois a empresa terá como principal atividade fornecer serviços de gravações, fotos e laudos dos veículos, que são atividades vinculadas às normas e procedimentos de vistoria de veículos novos e usados do DETRAN, portanto atende a legislação.

3.2.3. Forma Jurídica

A maneira a qual a empresa será tratada legalmente, assim como o relacionamento com terceiros é: Sociedade Empresária Limitada - ME (LTDA).

3.2.4. Enquadramento Tributário

Devido às condições as quais a empresa se encontra, o melhor regime de tributação é o simples nacional, já que para essa categoria, uma das características é o limite de faturamento anual é de R\$3.600.000,00. Nesse regime, as normas de cálculo e recolhimento de tributos são simplificadas de modo a auxiliar o contribuinte.

3.2.5. Capital Social

O recurso financeiro necessário estimado para abertura do negócio é de R\$ 60.000,00 e será financiado por um único proprietário de forma a integralizar o capital anteriormente à da abertura do empreendimento.

3.3. PLANO DE MARKETING

3.3.1. Descrição dos Principais Produtos

O principal serviço oferecido serão as fotos, laudos dos veículos para transferências e gravações de motores e chassis. Para a realização de tal serviço é necessário que o cliente coloque o carro no barracão, o tempo de espera é de 10 minutos, no caso das fotos, 30 a 40 minutos em caso de laudos e de no mínimo 2 horas para gravações de motores e chassis.

Para realizar o serviço de remarcação e gravação de motor e chassi é necessário que o cliente pegue uma autorização de gravação e remarcação no Detran.

Para nós, como empresa, para realizar esse tipo de serviço, é necessário ter o acesso e autorização do Detran, que é um serviço pago, e também ter as ferramentas necessárias, no caso a máquina de gravação específica.

3.3.2. Estudo dos Clientes

De acordo com o IBGE (2018), o número atual de habitantes na cidade é estimado em 150.833 pessoas. Logo, esse tipo de serviço é aplicado a qualquer pessoa que tenha um veículo que precisa ser transferido, remarcado ou gravar novamente os números de motores e chassis caso necessário e solicitado pelo Detran (Departamento Estadual de Trânsito). A faixa etária de atingimento desses clientes é a partir de 18 anos e sem distinção de gênero e com

classes sociais variadas.

Devido ao fato de o serviço ser necessário em todo o Brasil, os serviços geralmente são prestados em frente ao Detran das cidades, neste caso em Patos de Minas-MG. A empresa terá como foco o aproveitamento da abertura para chamar a atenção dos clientes que buscam esse serviço em outras cidades próximas.

Existem alguns motivos que levam os consumidores a procurarem o estabelecimento. Primeiramente, o preço praticado de R\$30,00 por foto de chassi e motor, R\$270,00 por gravações de chassi e R\$370,00 por gravações de motores, por um serviço que será totalmente legalizado e autorizado pelo Detran.

Outra característica relevante está no fato de a cidade em questão carecer desse serviço, o que facilita a viabilização do projeto. Os possíveis clientes estão situados em toda a cidade de Patos de Minas e regiões que não possuem o serviço.

3.3.3. Estudo dos Concorrentes

Na cidade em estudo inexistem estabelecimentos que oferecem o serviço fornecido pela empresa, portanto não há concorrência direta. A competição se dará por meio da concorrência indireta, ou seja, aqueles que optam por fazer o serviço em outras cidades.

3.3.4. Estudo dos Fornecedores

A empresa apresenta uma baixa quantidade de itens e demais suprimentos para a execução do negócio. Porém, ser um serviço um pouco específico o principal fornecedor é a empresa que fornece a máquina para gravação.

Alguns outros materiais que serão considerados a aquisição por fornecedores, são materiais como: câmeras, pendentes, pincéis, removedor, etiquetas e ferramentas.

Materiais	Fornecedores
Máquina de gravação	Tecnomark
Máquinas fotográficas	Americanas.com
Folha específica para impressa das fotos/laudos	TechWel
Materiais diversos: pendente, ferramentas, pincéis, removedores.	Castro Naves

Quadro 2 – Fornecedores

Fonte: Elaborado pelo autor

Não será considerada a aquisição dos materiais por fornecedores internacionais devido a alguns fatores, como: cotação atual do dólar, valor do frete, complicações no traslado, tempo para a entrega do material, necessidade do contato físico com os equipamentos para checagem da qualidade do item de acordo com o objetivo da empresa. Para as aquisições locais serão contratados os fornecedores da matriz de Uberlândia – MG, para manter o relacionamento de confiança.

3.3.5. Estratégias Promocionais

As estratégias promocionais vão impactar de maneira decisiva o andamento do negócio. É notório que não é qualquer tipo de promoção que cabe ao serviço, portanto é de suma importância a ampla divulgação, não apenas acerca da existência da empresa, mas também acerca do serviço para que não ocorra a necessidade de buscarem o serviço em outro local/cidade.

Na pré-abertura e pós abertura do negócio, serão utilizados como meio de divulgação:

Meios de divulgação/Estratégia	Descrição
Panfletagem	Em locais que possuam grande movimentação de pessoas, nas redondezas da sede da empresa e dentro do Detran, que é onde o nosso público estará localizado. É uma alternativa barata que consegue atingir uma grande quantidade de pessoas.
Redes Sociais	Divulgação nas redes sociais, principalmente no Facebook, permitindo uma ampla divulgação e sem custos. É uma alternativa intermediária, contando que, a maioria dos nossos clientes apenas conhecem o serviço ao precisar dele.
Boca-a-boca	Uma alternativa de divulgação sem custos, essencial para empresas nascentes de pequeno porte. Será feito um esforço contínuo do sócio para apresentar o negócio a todos a sua volta, envolvendo amigos e parentes para disseminação do empreendimento. Incluindo com o apoio do delegado da cidade que é de grande influência dentro do Detran.

Quadro 3 – Meios de Divulgação na pré-abertura

Fonte: Elaborado pelo autor

3.4. PLANO OPERACIONAL

3.4.1. Localização

Foram consideradas duas regiões para a abertura do negócio, todas de fácil acesso e localização. A primeira encontra-se na Rua dos Carajás, nº 462, fonte de boas condições de segurança (por ser quase de frente a polícia civil), espaço para estacionamento, diversos comércios locais, além de ser um ponto de grande movimentação e circulação de pessoas que vão necessitar do serviço. É importante que seja perto do Detran da cidade porque caso seja necessário passar algo para os vistoriados, não tem necessidade de se deslocar muito, é comodidade para o cliente (para caso precise voltar no barracão) e facilidade para a empresa. E a maior vantagem está no valor do aluguel, que é baixo ao ser comparado com o de outras regiões da cidade.

A segunda alternativa é na região central da cidade, Rua Tiradentes, nº156, porém há duas desvantagens no local, além do valor alto de aluguel, também é mais distante do Detran da cidade.

Portanto, diante dos critérios de avaliação, a melhor escolha será a primeira por priorizar o critério do preço de locação, pois trata-se de um serviço novo. A Rua dos Carajás é a principal via de acesso da cidade, tornando-se uma vantagem de divulgação para a empresa.

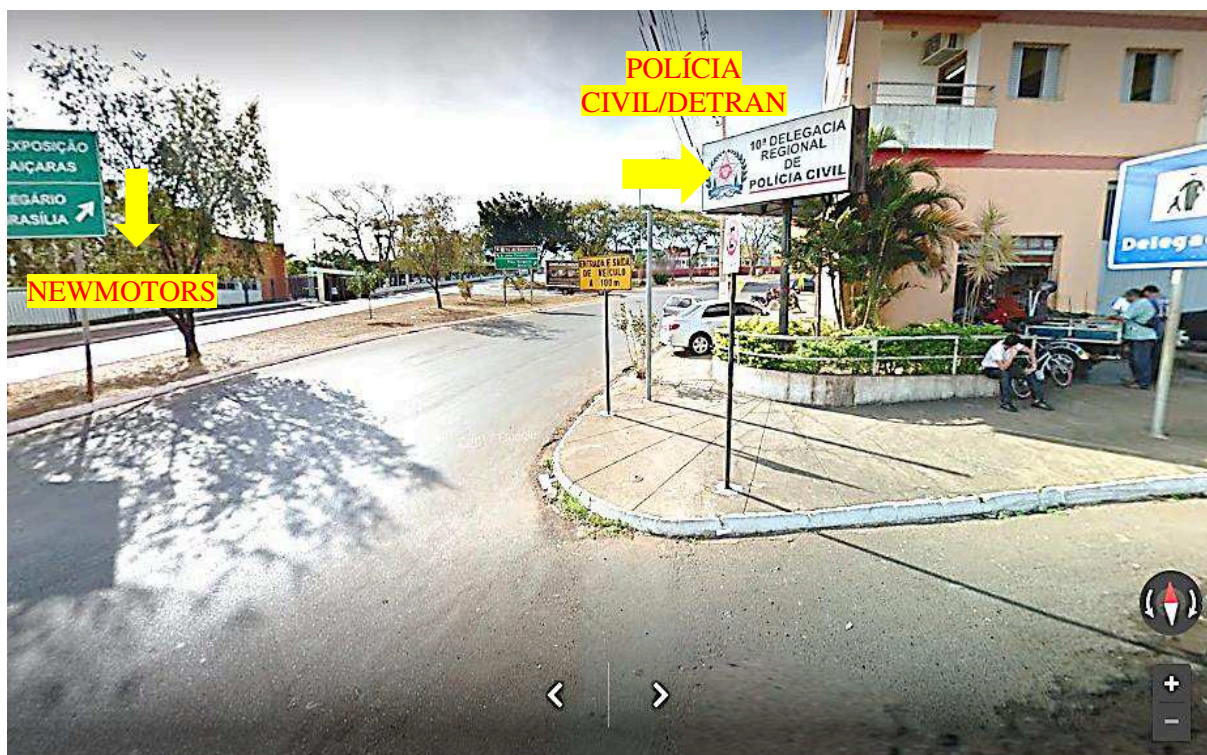


Figura 1 – Distância entre a empresa e o Detran/Polícia Civil

Fonte: Street View Google

3.4.2. Capacidade Comercial

Na decisão do horário de funcionamento da empresa é importante destacar que o horário de funcionamento do Detran da cidade é das 8h00min às 18h00min, de segunda a sexta, porém, como já tem por experiência a empresa na cidade de Uberlândia, o horário de funcionamento da NewMotors será das 7h30min às 18h30min, porque normalmente quem tem sua vistoria marcada as 8h da manhã tem que chegar com alguns minutos de antecedência para poder fazer a foto ou laudo do veículo, ou se a vistoria está marcada para o ultimo horário do dia (às 18h) pode ser que a pessoa demore um pouco, e essa situação foi vista como uma oportunidade de poder atender à todos os clientes que precisarão do serviço.

Mesmo vendo como uma ótima oportunidade, existem horários em que a empresa fica um pouco vazia, os horários de maior pico do estabelecimento é entre as 8h e 9h30min da manhã, das 11h ao 12h e das 14h30min até 17h30min. Esses horários foram verificados na cidade de Uberlândia.

É importante destacar alguns riscos que a empresa está disposta a correr, como por exemplo, em épocas de férias, natal ou feriados a empresa tem uma grande queda no número de clientes, o fluxo de clientes diminuem em quase 40%.

3.4.3. Necessidade de Pessoal

Serão necessários poucos funcionários para o funcionamento do estabelecimento. O quadro de empregados contará com 5 pessoas, sendo 2 (duas) pessoas para o escritório, 3 (três) para o pátio.

Após a contratação, todos receberão treinamento e capacitação para se adequarem aos valores da empresa focada na excelência de bom atendimento e tratamento aos clientes. A jornada de trabalho será de 40 horas semanais, todos serão registrados sob o regime CLT (Consolidação das Leis do Trabalho) por meio de carteira assinada. O pagamento de salário será mensal fixo, correspondente ao piso da categoria em que o cargo está inserido.

FUNÇÃO: Escritório
Carga Horária: 40h semanais
Escolaridade exigida: Ensino Médio Completo
Descrição sumária das atividades: Recepcionar os clientes, montar laudos e fotos de motor.
Descrição detalhada das atividades: 1. Explicar como funciona o serviço; 2. Atender ao telefone e solucionar os questionamentos dos clientes; 3. Fazer a cobrança do serviço e entregar a foto; 4. Agendar pagamentos; 5. Identificar o nível de satisfação dos clientes; 6. Realizar tarefas relacionadas de acordo com a necessidade.
Competências Requeridas: 1. Organização; 2. Boa comunicação; 3. Bom relacionamento interpessoal; 4. Facilidade com números; 5. Pró-atividade.

Quadro 4 - Descrição do cargo de escritório

Fonte: Elaborado pelo autor

FUNÇÃO: Funcionários do pátio
Carga Horária: 40h semanais
Escolaridade exigida: Ensino Médio Completo
Descrição sumária das atividades: Fazer fotos e laudos de motor, gravações de motores e chassis.
Descrição detalhada das atividades: 1. Garantir que os clientes não fiquem muito tempo esperando; 2. Fazer limpezas de motor e chassi para fotos e laudos; 3. Fazer fotos e laudos dos motores; 4. Realizar tarefas variadas de acordo com a necessidade.
Competências Requeridas: 1. Saber lidar com qualquer tipo de pessoa; 2. Boa comunicação; 3. Bom relacionamento interpessoal; 4. Ser tolerante à adversidade.

Quadro 5 – Descrição do cargo do pátio.

Fonte: Elaborado pelo autor

3.5. PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro a seguir tem como propósito demonstrar a parte monetária da organização, apresentando as necessidades desses recursos para o surgimento da empresa, assim como a sua continuidade de modo que assegure uma boa gestão das contas da NewMotors. No final, há a exposição de alguns indicadores financeiros a fim de mostrar a viabilidade do negócio.

3.5.1. Estimativa do Investimento Total

A Tabela 2 corresponde às necessidades de investimentos fixos para a empresa, sendo os móveis, utensílios, máquinas e equipamentos. Para decidir quais itens seriam necessários para a empresa, foi usado de base a matriz de Uberlândia, porém, em menor quantidade, já que a demanda será menor que a atual. Os valores de cada material foram orçados através de compras atuais feitas na matriz, materiais como câmera, impressora e máquinas de gravação terão os mesmos preços pagos na cidade de Uberlândia, já que serão usadas coisas iguais para manter a qualidade do serviço. Já itens

como mesa de escritório, armário de escritório e armário com prateleira, foram orçados através de lojas para materiais de escritório na cidade de Patos de Minas.

Os cálculos à seguir, foram feitos com base na matriz de Uberlândia, com um número menor de quantidades de preços, já que a demanda é menor.

Investimentos Fixos				
Discriminação	Valor Unitário (R\$)	Quantidade	Total (R\$)	Obs.
Máquinas e Equipamentos				
Computador Desktop	R\$ 1.600,00	1	R\$ 1.600,00	
Notebook	R\$ 1.619,10	1	R\$ 1.619,10	
Telefone	R\$ 99,90	1	R\$ 99,90	
Ar-condicionado	R\$ 1.239,90	1	R\$ 1.239,90	
Ventilador de Parede	R\$ 999,90	2	R\$ 1.999,80	
Máquina de Cartão	R\$ 72,90	1	R\$ 72,90	Tx. Inscrição
Câmeras fotográficas	R\$ 399,90	5	R\$ 1.999,50	
Máquina de gravação	R\$ 21.000,00	1	R\$ 21.000,00	
Impressora	R\$ 729,90	2	R\$ 1.459,80	
		Subtotal (R\$)	R\$ 31.090,90	
Móveis e Utensílios				
Uniforme	R\$ 22,00	25	R\$ 550,00	
Cadeira de Escritório	R\$ 199,90	2	R\$ 399,80	
Mesa de Escritório	R\$ 220,00	2	R\$ 440,00	
Armário de Escritório	R\$ 260,00	2	R\$ 520,00	
Armário com prateleira	R\$ 199,90	2	R\$ 399,80	
Material de Escritório	R\$ 150,00	1	R\$ 150,00	
Lixeira de Mesa	R\$ 34,90	2	R\$ 69,80	
Lixeira Grande	R\$ 89,00	2	R\$ 178,00	
Porta Papel Toalha	R\$ 39,00	2	R\$ 78,00	
Itens de limpeza	R\$ 29,80	4	R\$ 119,20	Rodos e vassouras
		Subtotal (R\$)	R\$ 2.904,60	
Total Investimento Fixo		Total (R\$)	R\$ 33.995,50	

Tabela 1 – Investimentos Fixos

Fonte: Elaborado pelo autor

A Tabela 1 mostra o custo total com os funcionários, que fará parte do capital de giro (Tabela 2), somando com o estoque inicial (Tabela 3) o que resulta no investimento em giro (Tabela 4).

Custo com Funcionários				
Discriminação	Quantidade	Salário Base (R\$)	Total (R\$)	Obs.
Funcionários do pátio	3	R\$ 954,00	R\$ 4.224,00	Já com encargos e benefícios
Funcionários do escritório	2	R\$ 880,00	R\$ 2.616,00	Já com encargos e benefícios
Retirada proprietários	2	R\$ 3.152,00	R\$ 6.304,00	
		Total (R\$)	R\$ 13.144,00	

Tabela 2 – Custo com funcionários

Fonte: Elaborada pelo autor

Contas a pagar	
Discriminação	Valor (R\$)
Aluguel do Terreno	R\$ 990,00
Funcionários	R\$ 6.840,00
Honorários Contador	R\$ 260,00
Energia Elétrica	R\$ 400,00
Água	R\$ 150,00
Internet/Telefone	R\$ 180,00
Propaganda e Marketing	R\$ 500,00
Mensalidade Máq. Cartão	R\$ 144,80
Total (R\$)	R\$ 9.464,80

Tabela 3 – Contas a pagar

Fonte: Elaborado pelo autor

Estoque Inicial				
Discriminação	Valor Unitário (R\$)	Unidade	Quantidade	Total (R\$)
Papel Sulfite A4	R\$ 19,90	Pacote (500 un.)	10	R\$ 199,00
Cartucho de Tinta p/ Impr.	R\$ 35,00	un.	5	R\$ 175,00
Caneta	R\$ 31,20	CX (50 un.)	1	R\$ 31,20
Papel Higiênico	R\$ 14,90	Pacote (16 rolos de 30mts.)	4	R\$ 59,60
Sabonete Líquido	R\$ 22,90	Un. (5l)	2	R\$ 45,80
Limpador Multiuso	R\$ 36,90	Un. (5l)	2	R\$ 73,80
Água Sanitária	R\$ 8,90	Un. (5l)	2	R\$ 17,80
Total (R\$)				R\$ 602,20

Tabela 4 – Estoque inicial

Fonte: Elaborada pelo autor

Investimento em Giro	
Discriminação	Valor (R\$)
Capital de Giro	R\$ 16.064,80
Estoque Inicial	R\$ 602,20
Subtotal (R\$)	R\$ 16.667,00
Reserva Técnica	R\$ 1.666,70
Total	R\$ 18.333,70

Tabela 5– Investimento em giro

Fonte: Elaborado pelo autor

A Tabela 6 indica os investimentos pré-operacionais.

Investimentos Pré-operacionais	
Discriminação	Valor (R\$)
Despesas de Legalização	R\$ 3.900,00
Divulgação	R\$ 400,00
Total (R\$)	R\$ 4.300,00

Tabela 6 – Investimento pré-operacionais

Fonte: Elaborada pelo autor

Por fim, a Tabela 7 resume o investimento total, ou seja, quanto é o montante financeiro total para a abertura do negócio.

Investimento Total	
Discriminação	Valor (R\$)
Investimento Fixo	R\$ 33.995,50
Investimento Financeiro	R\$ 18.333,70
Investimento Pré-operacional	R\$ 4.300,00
Total (R\$)	R\$ 56.629,20

Tabela 7 – Investimento total

Fonte: Elaborada pelo autor

3.5.2. Estimativa de Faturamento

Foram estimados três cenários possíveis quanto à quantidade de clientes que irão frequentar a NewMotors, incluindo todos os serviços fornecidos pela empresa. A Tabela 8 demonstra um cenário otimista, a Tabela 9 um cenário pessimista e a Tabela 10 o cenário realista.

Para calcular o número de clientes para cada cenário, foi realizada uma pesquisa com duração de um mês na empresa de Uberlândia – MG com os carros da cidade de Patos de Minas – MG que vinham fazer o serviço, e também foi calculado nesse número de clientes, os clientes que pediam para que nos finais de semana o dono da empresa fosse na cidade para realizar o serviço.

Otimista			1° Tri	2° Tri	3° Tri	4° Tri
	FOTOS	Valor (R\$)	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00
		Nº Clientes	3200	3350	3500	3800
		Subtotal (R\$)	R\$ 96.000,00	R\$ 100.500,00	R\$ 105.000,00	R\$ 114.000,00
	LAUDOS FOTOGRAFICOS	Valor (R\$)	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00
		Nº Clientes	360	390	425	460
		Subtotal (R\$)	R\$ 25.200,00	R\$ 27.300,00	R\$ 29.750,00	R\$ 32.200,00
	GRAVAÇÕES DE MOTORES	Valor (R\$)	R\$ 370,00	R\$ 370,00	R\$ 370,00	R\$ 370,00
		Nº Clientes	60	65	70	75
		Subtotal (R\$)	R\$ 22.200,00	R\$ 24.050,00	R\$ 25.900,00	R\$ 27.750,00
	REMARCAÇÃO DE CHASSI	Valor (R\$)	R\$ 270,00	R\$ 270,00	R\$ 270,00	R\$ 270,00
		Nº Clientes	150	155	160	165
		Subtotal (R\$)	R\$ 40.500,00	R\$ 41.850,00	R\$ 43.200,00	R\$ 44.550,00
		Total (R\$)	R\$ 183.900,00	R\$ 193.700,00	R\$ 203.850,00	R\$ 218.500,00
		Total Acumulado (R\$)	R\$ 183.900,00	R\$ 193.700,00	R\$ 203.850,00	R\$ 218.500,00

Tabela 8 – Cenário otimista

Fonte: Elaborado pelo autor

Realista			1° Tri	2° Tri	3° Tri	4° Tri
	FOTOS	Valor (R\$)	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00
		Nº Clientes	3000	3150	3300	3500
		Subtotal (R\$)	R\$ 90.000,00	R\$ 94.500,00	R\$ 99.000,00	R\$ 105.000,00
	LAUDOS FOTOGRAFICOS	Valor (R\$)	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00
		Nº Clientes	290	315	390	430
		Subtotal (R\$)	R\$ 20.300,00	R\$ 22.050,00	R\$ 27.300,00	R\$ 30.100,00
	GRAVAÇÕES DE MOTORES	Valor (R\$)	R\$ 370,00	R\$ 370,00	R\$ 370,00	R\$ 370,00
		Nº Clientes	50	55	60	75
		Subtotal (R\$)	R\$ 18.500,00	R\$ 20.350,00	R\$ 22.200,00	R\$ 27.750,00
	REMARCAÇÃO DE CHASSI	Valor (R\$)	R\$ 270,00	R\$ 270,00	R\$ 270,00	R\$ 270,00
		Nº Clientes	120	130	140	150
		Subtotal (R\$)	R\$ 32.400,00	R\$ 35.100,00	R\$ 37.800,00	R\$ 40.500,00
		Total (R\$)	R\$ 161.200,00	R\$ 172.000,00	R\$ 186.300,00	R\$ 203.350,00
		Total Acumulado (R\$)	R\$ 161.200,00	R\$ 172.000,00	R\$ 186.300,00	R\$ 203.350,00

Tabela 9 – Cenário realista

Fonte: Elaborado pelo autor

Pessimista			1º Tri	2º Tri	3º Tri	4º Tri
	FOTOS	Valor (R\$)	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00
		Nº Clientes	2800	2950	3100	3300
		Subtotal (R\$)	R\$ 84.000,00	R\$ 88.500,00	R\$ 93.000,00	R\$ 99.000,00
	LAUDOS FOTOGRAFICOS	Valor (R\$)	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00
		Nº Clientes	250	290	330	400
		Subtotal (R\$)	R\$ 17.500,00	R\$ 20.300,00	R\$ 23.100,00	R\$ 28.000,00
	GRAVAÇÕES DE MOTORES	Valor (R\$)	R\$ 370,00	R\$ 370,00	R\$ 370,00	R\$ 370,00
		Nº Clientes	45	50	55	60
		Subtotal (R\$)	R\$ 16.650,00	R\$ 18.500,00	R\$ 20.350,00	R\$ 22.200,00
	REMARCAÇÃO DE CHASSI	Valor (R\$)	R\$ 270,00	R\$ 270,00	R\$ 270,00	R\$ 270,00
		Nº Clientes	110	120	130	140
		Subtotal (R\$)	R\$ 29.700,00	R\$ 32.400,00	R\$ 35.100,00	R\$ 37.800,00
		Total (R\$)	R\$ 147.850,00	R\$ 159.700,00	R\$ 171.550,00	R\$ 187.000,00
		Total Acumulado (R\$)	R\$ 147.850,00	R\$ 159.700,00	R\$ 171.550,00	R\$ 187.000,00

Tabela 10 – Cenário pessimista

Fonte: Elaborado pelo autor

3.5.3. Custos de Comercialização

Foi utilizado o cenário pessimista, ou seja, o valor de R\$ 665.830,00 de faturamento anual e de R\$ 55.485,83 de média mensal para fazer os cálculos das estimativas dos gastos com impostos e os gastos com vendas, totalizando assim, os custos de comercialização.

Custos de Comercialização					
Discriminação		%	Valor Ano (R\$)	Valor Média Mês (R\$)	Obs.
Impostos					
IRPJ		0,00%	R\$ 0,00	R\$ 0,00	
CSLL		0,00%	R\$ 0,00	R\$ 0,00	
Cofins		1,42%	R\$ 9.454,79	R\$ 787,90	
PIS		0,00%	R\$ 0,00	R\$ 0,00	
CPP		4,00%	R\$ 26.633,20	R\$ 2.219,43	
ISS		2,79%	R\$ 18.576,66	R\$ 1.548,05	
Alíquota Total		8,21%	R\$ 54.664,64	R\$ 4.555,39	
Gastos com vendas					
Taxa Adm. de Cartão C.	2,50%	R\$ 1.932,38	R\$ 161,03		Supondo 30% da Receita
Taxa Adm. de Cartão D.	2,00%	R\$ 1.545,90	R\$ 128,83		Supondo 30% da Receita
Subtotal (R\$)			R\$ 3.478,28	R\$ 289,86	
Total (R\$)			R\$ 58.142,92	R\$ 4.845,25	

Tabela 11 – Custos de comercialização

Fonte: Elaborado pelo autor

3.5.4. Custos com Depreciação

Custos com Depreciação				
Ativos Fixos	Valor (R\$)	Vida útil em Anos	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
Imóveis	R\$ 240.000,00	25	R\$ 9.600,00	R\$ 800,00
Computadores	R\$ 3.400,00	3	R\$ 1.133,33	R\$ 94,44
Equipamento	R\$ 31.090,90	10	R\$ 3.109,09	R\$ 259,09
Móveis e Utensílios	R\$ 2.904,60	10	R\$ 290,46	R\$ 24,21
Total (R\$)			R\$ 14.132,88	R\$ 1.177,74

Tabela 12 – Custos com depreciação

Fonte: Elaborada pelo autor

3.5.5. Custos Fixos

Custos Fixos	
Discriminação	Custo Total Mensal (R\$)
Aluguel	R\$ 990,00
Água	R\$ 150,00
Energia Elétrica	R\$ 400,00
Internet/Telefone	R\$ 180,00
Honorários do Contador	R\$ 260,00
Remuneração Func.	R\$ 13.144,00
Material de Limpeza	R\$ 197,00
Material de Escritório	R\$ 405,20
Depreciação	R\$ 1.177,74
Propaganda	R\$ 500,00
Mensalidade Máq. de Cartão	R\$ 144,80
Reserva Técnica	R\$ 1.666,70
Pró-labore	R\$ 1.000,00
Total (R\$)	R\$ 20.215,44

Tabela 13 – Custos fixos

Fonte: Elaborada pelo autor

3.4.1. Demonstrativo de Resultado

DEMONSTRATIVO DE RESULTADO			
	Mensal	Anual	
Total de vendas	R\$ 55.485,83	R\$ 665.830,00	100,00 %
(-) Deduções	-R\$ 4.555,39	-R\$ 54.664,64	-8,21 %
Impostos (8,21 %)	-R\$ 4.555,39	-R\$ 54.664,64	-8,21 %
(=) Receita Líquida	R\$ 50.930,45	R\$ 611.165,36	91,79 %
(-) CSP	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00 %
(=) Lucro Bruto	R\$ 50.930,45	R\$ 611.165,36	91,79 %
(-) Despesas Operacionais	-R\$ 32.470,31	-R\$ 389.643,72	-58,52 %
(=) Resultados antes das Despesas Financeiras	R\$ 14.456,14	R\$ 257.128,09	33,27 %
(-) Despesas Financeiras	-R\$ 749,06	-R\$ 8.988,71	-1,35 %
(=) Lucro Líquido antes das Participações	R\$ 13.707,08	R\$ 248.139,39	31,92 %
(-) Pró-Labore	-R\$ 2.585,64	-R\$ 31.027,68	-4,66 %
(=) Resultado Líquido do Exercício	R\$ 11.121,44	R\$ 217.111,71	27,26 %

Tabela 14 – Demonstrativo de resultado

Fonte: Elaborada pelo autor

3.4.1. Indicadores de Viabilidade

O primeiro indicador a ser demonstrado na Tabela 15 é o ponto de equilíbrio pelo faturamento mensal que é calculado pela divisão dos custos fixos pelo índice da margem de contribuição, sendo que esse é medido pela receita total menos os custos variáveis totais.

Ponto de Equilíbrio Faturamento
$R\$21.048,74/0,9044 = R\$23.273,71$

Tabela 15 – Ponto de equilíbrio pelo faturamento mensal

Fonte: Elaborada pelo autor

A lucratividade demonstrada na Tabela 16 tem como objetivo verificar o lucro líquido em relação à receita total, sendo calculada pelo lucro líquido dividido pela receita total.

Lucratividade
$R\$11121,44/R\$55485,83 = 20,04 \%$

Tabela 16 - Lucratividade

Fonte: Elaborada pelo autor

A tabela 17 expõe a rentabilidade, calculada pelo lucro líquido dividido pela receita total. Esse indicador permite visualizar a recuperação do valor investido no período analisado.

Rentabilidade	
Mês	Ano
R\$11.121,44/R\$56.629,20	R\$217.111,71/R\$56.629,20
19,64%	38,03%

Tabela 17 – Rentabilidade

Fonte: Elaborada pelo autor

Por fim, o último indicador é o de prazo de retorno do investimento, calculado pelo investimento total dividido pelo lucro líquido como mostra a Tabela 18. Este indicador identifica em quanto tempo o investidor recupera o recurso financeiro investido.

Prazo de Retorno do Investimento
R\$56.629,20/R\$11.121,44= 5,9 meses

Tabela 18 – Prazo de retorno do investimento

Fonte: Elaborada pelo autor

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O aprofundamento nas teorias pesquisadas em livros e artigos possibilitou um melhor entendimento das áreas que compõem uma empresa e suas relações. A elaboração do plano de negócios como ferramenta de gestão teve como propósito estudar a possibilidade da criação de um estabelecimento em que seja explorado serviço de vistoria.

A NewMotors é uma empresa que causará grande impacto na abertura por ser uma novidade na cidade. Logo, a não necessidade de mão de obra especificamente qualificada torna-se uma facilidade para o proprietário dispor de funcionários para a execução do negócio. A empresa terá foco em proporcionar um ótimo atendimento a seus clientes, possibilitando um diferencial para a NewMotors. Após as aquisições dos equipamentos, móveis e utensílios iniciais, a empresa exigirá baixa demanda de seus fornecedores, sendo fundamental apenas a manutenção do empreendimento através de materiais de limpeza e de escritório, facilitando a gestão da organização.

A capacidade comercial representa um ponto positivo da empresa, pois caso ela

consiga atingi-lo, o seu faturamento pode subir em até 600% do que é esperado no cenário realista. A NewMotors será localizada em uma avenida que possui alto tráfego de carros durante toda a semana, pois está perto da policia civil e do Detran da cidade, garantindo boa visibilidade dos transeuntes.

A parte financeira do plano de negócios é o resultado resumido de tudo aquilo pesquisado e constatado durante o processo de planejamento. Os gastos com investimentos fixos e investimento em giro serem baixos e uma grande vantagem é o baixo custo com aluguel e reformas. Os custos de comercialização são baixos e a remuneração dos funcionários é o gasto mais expressivo nas contas da empresa. O ponto de equilíbrio necessita de apenas 20% da capacidade comercial, e o prazo de retorno do investimento é de aproximadamente 5 meses, o que pode ser atrativo, mas cabe a escolha ao proprietário.

O plano de negócios é uma ferramenta poderosa para empreender, mas não é garantia de sucesso, cabe ao empreendedor manter-se conectado ao mundo dos negócios, buscar novos aprendizados, trabalhar com determinação em seu empreendimento e estar disposto a reconhecer os erros e procurar corrigi-los a fim de obter bons resultados financeiros e sucesso profissional. Portanto, devido às análises realizadas e aos resultados da pesquisa, é sugerido que a filial da NewMotors seja implementada.

REFERÊNCIAS

BARON, R.; SHANE, S. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 3º ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3º ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

Dolabela, F. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

GITMAN, L. J. **Princípios de Administração Financeira**. 10º ed. São Paulo: Person Addison Wesley, 2003.

GRECO, M. et al. **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBPQ, 2010.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LAKATO, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5º ed. São Paulo: Atlas, 2003 49.

PIRES, I. C. C. **Expansão da Capacidade produtiva em tempos de crise: um estudo de caso em uma pequena confecção no Cariri cearense**. Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Florianópolis, nov. 2004. Disponível em <http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2004_enegep0101_0587.pdf>. Acesso em 23 ago. 2018.

IBGE. **Patos de Minas Panorama**. 2018. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/patos-de-minas/panorama>>. Acesso em 01 nov. 2018.

ROSA, C. A. **Como elaborar um plano de negócio**. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2004.

ROSA, E. C. da. **Os cinco erros mais comuns em um plano de negócios**. Disponível em: <<http://www.ecrconsultoria.com.br/biblioteca/artigos/gestao-financeira/os-cinco-erros-mais-comuns-em-um-plano-de-negocios>>. Acesso em: 23 ago. 2018.

SLACK, N. et al. **Administração da Produção**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 50

ZANELLA, L. C. H. **Metodologia de estudo e de pesquisa em administração**. Florianópolis: Departamento de Ciência da Administração/UFSC; [Brasília]: CAPES: UAB, 2009.