



Plano de Negócios no Setor de Serviços de Estética Automotiva e Higienização de Estofos a Seco

Alessandra Patrícia Barros da Silva

Trabalho de projeto apresentado ao *Instituto Politécnico de Bragança*
Para obtenção do grau de mestre em Empreendedorismo e Inovação

Orientação:

Prof. Doutor Nuno Filipe Lopes Moutinho

Bragança, maio, 2022



Plano de Negócios no Setor de Serviços de Estética Automotiva e Higienização de Estofos a Seco

Alessandra Patrícia Barros da Silva

Orientação:

Prof. Doutor Nuno Filipe Lopes Moutinho

Bragança, maio, 2022

Resumo

O presente trabalho consiste na elaboração de um plano de negócios tendo em vista a criação de uma empresa na área de Estética Automóvel e Higienização de Estofos a Seco. Após uma breve contextualização sobre inovação, empreendedorismo, sustentabilidade e recursos hídricos, foi feito um plano de negócios para verificar a viabilidade de implantação desta ideia de negócio em Bragança. Neste ponto pretende-se: (i) descrever o negócio de estética automóvel e higienização de estofos a seco com a utilização mínima de água; (ii) descrever a estratégia de marketing; (iii) analisar a viabilidade económico-financeira da empresa; (iv) desenvolver uma consciência sustentável na população de Trás-os-Montes.

A metodologia utilizada para este estudo partiu de ferramentas geralmente utilizadas na elaboração de planos de negócios, como por exemplo a análise swot, assim como um estudo de mercado. Além disso, foi utilizado o modelo de análise económico-financeiro do IAPMEI.

Com a elaboração do plano de negócio foi possível perceber a viabilidade da empresa, não só em termos do serviço prestado e adesão dos potenciais clientes, como também em termos de viabilidade económico-financeira como fica evidenciado com a elevada rentabilidade e o payback que indica que o negócio se consegue pagar no primeiro ano de vida.

Palavras-Chave: Crise Hídrica, Inovação, Empreendedorismo, Lavagem a Seco, Plano de Negócios.

Abstract

The present work consists of the elaboration of a business plan aiming at the creation of a company in the area of Car Aesthetics and Dry Cleaning of Upholstery. After a brief contextualization on innovation, entrepreneurship, sustainability and water resources, a business plan was made to verify the feasibility of implementing this business idea in Bragança. Here we intend to: (i) describe the business of car aesthetics and upholstery dry cleaning with minimal use of water; (ii) describe the marketing strategy; (iii) analyze the economic and financial viability of the company; (iv) develop a sustainable awareness in the population of Trás-os-Montes.

The methodology used for this study departed from tools commonly used in the elaboration of business plans, such as swot analysis, as well as a market study. In addition, the economic and financial analysis model from IAPMEI was used.

With the preparation of the business plan it was possible to realize the viability of the company, not only in terms of the service provided and the adhesion of potential customers, but also in terms of economic and financial viability as evidenced by the high profitability and the payback that indicates that the business can pay itself in the first year of life.

Keywords: Water Crisis, Innovation, Entrepreneurship, Dry Cleaning, Business Plan.

Resumen

El presente trabajo consiste en la elaboración de un plan de negocio que tiene como objetivo la creación de una empresa en el ámbito de la Estética del Automóvil y la Limpieza en Seco de Tapicerías. Tras una breve contextualización sobre la innovación, el emprendimiento, la sostenibilidad y los recursos hídricos, se realizó un plan de negocio para comprobar la viabilidad de la implantación de esta idea de negocio en Bragança. En este punto, se pretende: (i) describir el negocio de la limpieza en seco de automóviles y tapicerías con el mínimo uso de agua; (ii) describir la estrategia de marketing; (iii) analizar la viabilidad económica y financiera de la empresa; (iv) desarrollar una conciencia sostenible en la población de Trás-os-Montes.

La metodología utilizada para este estudio partió de herramientas generalmente utilizadas en la elaboración de planes de negocio, como el análisis DAFO, así como de un estudio de mercado. Además, se utilizó el modelo de análisis económico-financiero del IAPMEI.

Con la elaboración del plan de negocio se ha podido percibir la viabilidad de la empresa, no sólo en cuanto al servicio prestado y la adhesión de potenciales clientes, sino también en cuanto a la viabilidad económico-financiera, como lo demuestra la alta rentabilidad y el payback que indica que el negocio puede amortizarse en el primer año de vida.

Palabras clave: crisis del agua, innovación, espíritu empresarial, limpieza en seco, plan de negocio.

Agradecimentos

A Deus, que me deu todo o suporte e esteve presente em todos os momentos desta caminhada, que me concedeu saúde, coragem, ousadia e me acalmou nos momentos mais difíceis, desde a mudança de País para cursar este Mestrado.

Ao Instituto Politécnico de Bragança – IPB, aos professores e colegas de mestrado que fizeram parte desta trajetória acadêmica.

A minha família de uma forma geral e principalmente ao meu esposo Ezildo Henrique Nunes e minha filha Maria Alice Nunes que me acompanharam nesta aventura em atravessar o oceano.

Ao Coordenador do Curso de Mestrado de Empreendedorismo e Inovação, Prof. José Carlos Lopes, que sempre me deu apoio e orientação durante o curso e ao meu Orientador Prof. Nuno Filipe Lopes Moutinho, que esteve ao meu lado principalmente nos últimos momentos da confecção deste trabalho.

E, a todas as pessoas que, contribuíram para este trabalho, de maneira direta ou indireta.

Abreviaturas e/ou Acrónimos

BME - Boletins Mensais de Estatísticas

CAE – Código da Atividade Económica

CMVMC – Custo das Mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas

ESTIG – Escola Superior de Tecnologia e Gestão

FMN – Fundo de Maneio

FSE – Fornecimento e Serviços Externos

MEI – Mestrado de Empreendedorismo e Inovação

NIB – Número de Identificação Bancária

IPB – Instituto Politécnico de Bragança

INE – Instituto Nacional de Estatísticas

INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial

IRC – Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Coletivas

IVA – Imposto sobre o Valor Acrescentado

PNA - Plano Nacional da Água

PRI – Período de Recuperação do Investimento

RGPD – Regulamento Geral de Proteção de Dados

RLP – Resultado Líquido do Período

TTM – Terra de Trás-os-Montes

TIR – Taxa Interna de Retorno

VAL – Valor Atual Líquido

Índice

Resumo	i
Abstract.....	i
Resumen	ii
Agradecimentos.....	iii
Abreviaturas e/ou Acrónimos	i
<i>Índice</i>	ii
Lista de Figuras	i
Lista de Tabelas	iii
Introdução.....	1
1 Contextualização Teórica	3
1.1 Inovação.....	3
1.2 Empreendedorismo	4
1.3 Plano de Negócios.....	4
1.4 Sustentabilidade e Recursos Hídricos	5
1.5 Lavagem de Veículos	7
2. Plano de Negócios	10
2.1. Sumário executivo	10
2.2. Descrição da empresa.....	10
2.2.1 Promotores e sócios.....	11
2.2.2 Consultores.....	12
2.2.3 Produtos e Serviços	12
2.2.4 Perspetiva Geral Estratégica	12
2.2.6 Análise S.W.O.T.	13
2.3. Análise do mercado	17
2.3.1 Mercado alvo.....	18
2.3.2 Avaliação do mercado.....	19
2.3.2.1 Veículos Novos Portugal	19
2.3.2.2 Veículos Novos Bragança.....	22

2.3.2.3 Alojamentos em Bragança	24
2.3.2.4 Inquérito à população de Bragança	25
2.3.3 <i>Segmentos de mercado</i>	29
2.3.4 <i>Evolução do mercado</i>	29
2.3.4.1 – Bragança em 2021	31
2.3.4.2 – Mirandela em 2021	32
2.3.5 <i>Concorrência</i>	34
2.3.6 <i>Vantagens competitivas</i>	42
2.3.7 <i>Vantagens para os clientes</i>	42
2.4. Marketing / Estratégia de Vendas	43
2.4.1 <i>Estratégia de Marketing</i>	43
2.4.2 <i>Pricing</i>	44
2.4.3 <i>Promoção e Publicidade</i>	46
2.5. Investigação & Desenvolvimento	48
2.6. Recursos Humanos e Operações	48
2.6.1 <i>Organigrama da empresa</i>	50
2.6.2 <i>Pessoal e Plano de Formação</i>	50
2.6.3 <i>Operações</i>	51
2.7. Plano Financeiro	53
2.7.1 <i>Pressupostos</i>	53
2.7.2 <i>Vendas Mensais</i>	56
2.7.3 <i>Custos Diretos</i>	58
2.7.4 <i>Fornecimento e Serviços Externos</i>	58
2.7.5 <i>Gastos com Pessoal</i>	61
2.7.6 <i>Investimentos</i>	63
2.7.7 <i>Financiamento</i>	66
2.7.8 <i>Demonstração dos Resultados</i>	66
2.7.9 <i>Balanços</i>	67
2.7.10 <i>Fluxos de Caixa</i>	69
2.7.11 <i>Avaliação</i>	69
Conclusões	72

Referências..... 73

Anexos..... 75

Lista de Figuras

Figura 1: O tripé da sustentabilidade no contexto da inovação.	6
Figura 2: Comparativo censos de 1960 a 2021 - Bragança.	18
Figura 3: Venda de Veículos Automóveis Novos – 2017 – Portugal.	19
Figura 4: Venda de Veículos Automóveis Novos – 2018 – Portugal.	20
Figura 5: Venda de Veículos Automóveis Novos – 2019 - Portugal.	20
Figura 6: Venda de Veículos Automóveis Novos – 2020 - Portugal.	21
Figura 7: Venda de Veículos Automóveis Novos – 2021 - Portugal.	21
Figura 8: Comparativo da Venda de Veículos Automóveis Novos – Anual - Portugal.	22
Figura 9: Veículos Automóveis Novos Vendidos e Registados Por Município, 2018 - Portugal.	23
Figura 10: Alojamentos na Tera de Trás-os-Montes segundo o censo 2021.	25
Figura 11: Utilização de terceiros para a higienização das viaturas e estofos.	26
Figura 12: Interesse de terceirizar a realização de serviços de higienização de viaturas e estofos.	26
Figura 13: Conhecimento das pessoas referente a existência da limpeza ecológica.	27
Figura 14: Conhecimento dos benefícios que este tipo de limpeza oferece.	27
Figura 15: Interesse em contratar os serviços de limpeza ecológica.	28
Figura 16: Disposição para pagar o valor do serviço na higienização do automóvel.	28
Figura 17: Disposição para pagar o valor do serviço na higienização dos estofos.	29
Figura 18: Divisão Teritorial da Região NUTS II do Norte: NUTS III e Municípios – Norte de Portugal.	30
Figura 19: População Residente (por Km ²) – 2021 – Comparativo - Portugal.	31
Figura 20: População por grandes grupos etários (%) em Bragança - Portugal.	32
Figura 21: População por grandes grupos etários (%) em Mirandela - Portugal.	33
Figura 22: População activa segundo os Censos: total e por grupo etário.	33
Figura 23: Tabelas comparativas – População Ativa – Bragança e Mirandela.	34
Figura 24: Lava-rápido localizado na Av. Abade Baçal ao lado da Bomba da BP – Bragança/Portugal.	35
Figura 25: Programas da lavagem automática self-service do lava-rápido localizado na Av. Abade Baçal ao lado da Bomba da BP – Bragança/Portugal.	36
Figura 26: Lava-rápido localizado na Av. das Cantarias ao lado da Bomba Prio (Henry Jacto) – Bragança/Portugal.	36
Figura 27: Lava-rápido localizado no estacionamento do Mercado Pingo Doce (Lavagens Marques) – Bragança/Portugal.	37
Figura 28: Lava-rápido localizado próximo ao MC Donald's na bomba REPSOL – Bragança/Portugal.	38

Figura 29: Quadro explicativo dos programas da autolavagem, as instruções de uso e o horário de funcionamento do lava rápido próximo ao MC Donald's na bomba REPSOL – Bragança/Portugal.....	39
Figura 30: Auto Renovadora – Bragança/Portugal.	39
Figura 31: Logotipo da marca “Eco wash Transmontana”.....	43
Figura 32: Taxa de deslocação da empresa Atlantcar Wash.	44
Figura 33: Delimitação mapa onde os serviços serão realizados sem a cobrança da deslocação.	46
Figura 34: Cartão Fidelidade ECOWASH TRANSMONTANA.....	47
Figura 35: Espaço (Stand) Atlantic Car Wash para Higienização a Seco num parque de Estacionamento Privado.	48
Figura 36: Organigrama da empresa “Eco Wash Transmontana”.....	50
Figura 37: Modelo das motas e carrinha da empresa “Eco Wash Transmontana”.	52
Figura 38: Modelos mapa de acompanhamento Lavador x Cliente da empresa “Eco Wash Transmontana”.	52
Figura 39: Despacho n.º 2390-B/2022 referente à retenção do IRS na fonte (casado, dois titulares)..	54
Figura 40: Despacho n.º 2390-B/2022 referente à retenção do IRS na fonte (não casado).	55
Figura 41: Despacho n.º 2390-B/2022 referente à retenção do IRS na fonte (não casado).	55
Figura 42: Despacho n.º 2390-B/2022 referente à retenção do IRS na fonte (casado, único titular). ..	56

Lista de Tabelas

Tabela 1: Matriz Swot – Ecowash Transmontana.....	14
Tabela 2: Projeção de carros vendidos em Bragança (Município) - Portugal.	24
Tabela 3: Quadro comparativos dos valores dos concorrentes (Lavagem de Veículos) - Bragança - Portugal.	40
Tabela 4: Quadro comparativos dos valores dos concorrentes (Lavagem de Estofos) - Bragança - Portugal.	41
Tabela 5: Quadro comparativos dos valores dos concorrentes (Lavagem de Estofos) - Bragança - Portugal.	49
Tabela 6: Pressupostos do Plano Financeiro.	53
Tabela 7: Vendas e Prestações de Serviços.	57
Tabela 8: Consumo Médio do V8 Waterless Car Wash por Limpeza/Lavagem.....	58
Tabela 9: FSE – Fornecimentos e Serviços Externos.	60
Tabela 10: Gastos com Pessoal.	62
Tabela 11: Investimento em Fundo de Maneio Necessário.....	63
Tabela 12: Investimentos em Ativo Tangível e Intagível.	64
Tabela 13: Investimentos.	65
Tabela 14: Financiamentos.	66
Tabela 15: Demonstração dos Resultados.	67
Tabela 16: Balanço.	68
Tabela 17: Cash Flow do período de 2023 a 2028.	69
Tabela 18: Principais Indicadores.	70
Tabela 19: Ponto Crítico (valores em euro).	70
Tabela 20: Avaliação do Projeto.	71

Introdução

O presente trabalho tem como objetivo apresentar um Plano de Negócios tendo em vista a constituição da empresa Eco Wash Transmontana que pretende realizar serviços de Estética Automóvel e Higienização de Estofos de uma forma geral usando o mínimo de água possível, lavagem esta denominada a seco.

Este trabalho está diretamente ligado às inquietações dos sócios da empresa relacionadas com a degradação ambiental e a preocupação com as consequências atuais e que nos fazem perspetivar um futuro desfavorável. Como tal, a perspetiva empreendedora da promotora, desafiada pela possibilidade de promover intervenções, relacionadas a inovação e sustentabilidade, especificamente voltadas à crise hídrica em que vive o nosso planeta, que podem permitir ajudar a cuidar do meio ambiente.

A higienização do carro é algo necessário e essencial e quando pensamos em lavá-lo, a primeira ideia que vem em mente são os lava rápido que estão distribuídos em vários sítios e que têm um baixo custo. Porém, para quem quer cuidar do carro e mantê-lo com a aparência de novo por mais tempo, é importante perceber que esta não é a melhor opção. Assim como quando precisamos lavar nossos tapetes ou higienizar o nosso sofá ou colchão, pensamos logo em molhar com algum produto de limpeza. O facto é que ao molharmos os estofos, eles não secam completamente e isso faz com que se proliferem bactérias e ácaros e apenas uma “sensação” de limpeza.

A Estética de Automóveis tem um grande diferencial que vai além de embelezar e descontaminar o veículo, pois também mantém o seu valor de mercado, além de mantê-lo protegido e com aparência de novo.

Numa lavagem convencional, seja em casa ou em um lava rápido, além do gasto excessivo de água, a mesma não é realizada por um profissional e é feita de forma básica e sem detalhes, e por isso tem um baixo custo. Para além disso, ao decidir por este tipo de lavagem, a parte interna do carro apenas é aspirada e quase nunca higienizada de facto. A ideia de negócio surgiu da necessidade destes serviços por um dos sócios, que após longa procura, verificou não haver no Concelho de Bragança.

Assim, ao contratar um serviço de Estética de Automóveis, o carro além de higienizado, a limpeza agregará proteção aos componentes, preservando e revitalizando características originais do veículo, mantendo-os conservados por mais tempo. E a higienização a seco dos estofos deixa-os livres de fungos, bactérias e quaisquer outros microorganismos que comprometem a saúde.

Atualmente, a sustentabilidade é importante para a competitividade das empresas, e valorizada pelos stakeholders como clientes, fornecedores ou investidores, nomeadamente nas suas estratégias de curto, médio e longo prazo. Além disso, contribui para uma operação eficiente, facilita a gestão de riscos e ainda demonstra uma diferenciação positiva face aos concorrentes.

Face ao exposto pretende-se estudar a criação de uma empresa de lavagem a seco, visando minimizar impactos negativos sobre o meio ambiente. Neste sentido, é elaborado um Plano de Negócios que visa estudar a viabilidade da empresa ECO WASH TRANSMONTANA no Setor de Serviços de Estética de Automóveis e Higienização de Estofos a Seco. Neste sentido, este trabalho tem como objetivo analisar a viabilidade do desenvolvimento de um projeto que combine o sucesso económico e financeiro com a sustentabilidade na utilização consciente dos recursos hídricos.

Note-se que tendo como diferencial a mínima utilização da água, bem como a utilização de produtos ecologicamente eficientes, promove-se a conscientização da população transmontana quanto ao desperdício da água e a necessidade de manterem seus estofos higienizados para a melhoria da saúde.

Neste plano de negócios tem-se como objetivos detalhar como o negócio será desenvolvido pelo que se: (i) descreve o negócio relacionado com os serviços de estética de automóveis e higienização de estofos; (ii) descreve a estratégia de marketing; (iii) analisa a viabilidade económico-financeira da empresa no ramo dos serviços; (iv) desenvolve uma consciência sustentável na população de Trás-os-Montes.

A metodologia utilizada foi uma breve revisão de literatura que contribuiu para referenciar os principais pontos deste estudo, sendo esta uma investigação de natureza descritiva. O trabalho desenvolvido usa a metodologia SWOT para evidenciar os pontos fortes e os pontos fracos, bem como as oportunidades e as ameaças. Para a elaboração do plano de negócios foi ainda utilizado o modelo do IAPMEI que disponibiliza uma plataforma financeira para a análise da viabilidade económico-financeira do projeto. Foi ainda efetuado um inquérito para ajudar na análise do Estudo de Mercado, para: (i) saber se as pessoas conheciam este tipo de serviço; (ii) se estariam dispostas a testar; (iii) se estariam dispostas a pagar. As 85 respostas obtidas permitiram confirmar o interesse da população local à lavagem a seco. Com o estudo feito foi possível perceber que o projeto é viável em termos económicos e financeiros, o que também resultada dos factos dos clientes valorizarem o serviço a realizar.

O presente trabalho apresenta três secções. De seguida é feita a contextualização teórica do trabalho. Na segunda secção segue o Plano de Negócios, que contempla um sumário executivo, a descrição da empresa a constituir, a análise do mercado, a estratégia de marketing, a investigação e desenvolvimento, os recursos humanos a utilizar e o plano financeiro. No final vem a conclusão.

1 Contextualização Teórica

Trataremos aqui de elaborar um enquadramento teórico-concetual, que busca trazer o alinhamento do entendimento dos conceitos envolvidos, relevantes para a conceptualização e desenvolvimento do plano de negócios.

1.1 Inovação

A inovação está associada à criação de algo novo, de uma ideia ainda não exposta. A inovação pode ser compreendida como um processo criativo, que muda formas de fazer e até mesmo de pensar algo, que gera transformação, mudança, novos comportamentos. Assim a inovação abrange de forma geral o desenvolvimento da atividade humana em diversas dimensões, em que pese seu foco nas atividades económicas, produtivas e empresariais.

Atualmente, as empresas necessitam cada vez mais de envolver os seus clientes com novas soluções, procurando ser competitivas perante seus concorrentes. A implementação de inovações é a maneira pela qual as empresas conseguem criar novas expectativas nos consumidores e gerar diferenciações em relação aos demais competidores (Barbieri da Rosa et al., 2014, as cited in Floriani, Beuren & Hein, 2010, p. 53).

As inovações nas empresas podem assumir várias tipologias, tais como: radicais, incrementais, de produto, de processo, tecnológicas, organizacionais e mercadológicas. Tendo por base o trabalho de Vieira et al (2008), que classifica as diversas formas de inovação, a empresa que se pretende implementar enquadra-se numa inovação de mercado, de acordo com a definição de Barbieri da Rosa et al., 2014, as cited in Vieira et al, 2008, p. 53: “É a pura e simples descoberta de novos mercados para um produto antigo, e é definida como sendo uma inovação de mercado”.

Quando falamos de inovação nas empresas, o pensamento remete-nos para o empreendedorismo, pois a palavra que une os dois termos é oportunidade. Assim, é a partir da identificação desta oportunidade inovadora que se abre um leque empreendedor onde haverá várias formas de inovar, sejam elas criando novas soluções ou transformando algo que já existe.

Pode haver inovação sem estar interligada diretamente ao empreendedorismo, no entanto, a inovação passa por encontrar soluções que de facto possuam um valor real para as pessoas, organizações e/ou sociedade, que apenas se consegue com a união entre empreendedorismo e inovação.

1.2 Empreendedorismo

O empreendedorismo pode ser uma mola propulsora para o desenvolvimento, contribuindo para o crescimento económico, para uma melhor distribuição de renda e para a diminuição da pobreza de uma nação (Portugal et al., 2017, p.109).

Na maior parte dos casos, o empreendedorismo não exige inovação, pois um empreendedor pode encontrar soluções para algum problema em meios já existentes, porém será mais um no mercado. Contudo, com a inovação nesta solução, o promotor do negócio coloca-se numa situação promissora e num melhor patamar para enfrentar a concorrência agressiva nos mercados atuais.

O Empreendedorismo traduz-se num conjunto de práticas capazes de garantir a geração de riqueza e uma melhor performance àquelas sociedades que o apoiam e o praticam, mas sabe-se também que não existe teoria absoluta a este respeito (Baggio & Baggio, 2014, p. 26). Um empreendedor é aquele que “detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados” (Portugal et al., 2017, as cited in Dolabela, 2008^a e Baggio & Baggio, 2014, p. 27).

O empreendedor não é um ator social estático no que se refere ao seu comportamento, mas um indivíduo dinâmico. Estes não se desviam de seus objetivos, eles agem repetidamente ou mudam de estratégia a fim de enfrentar desafios e superar obstáculos, mesmo que seja necessário o sacrifício pessoal (Krünger & Minello, 2018, p. 03, as cited in Carreira et al., 2015).

As principais características de um empreendedor estão relacionadas com a procura de oportunidades e iniciativa, correr riscos calculados, persistência, exigência de qualidade, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planeamento e monitorização sistemática, persuasão e redes de contatos, independência e autoconfiança (Krünger & Minello, 2018, p. 03, as cited in MSI, 1990).

Para que o empreendedor decida iniciar um negócio, um planeamento adequado é fundamental para que possa alcançar os objetivos. Através de uma ferramenta denominada de Plano de Negócios consegue-se perceber com mais clareza todos os pontos relacionados a ideia de negócio, testando a sua viabilidade financeira, podendo antecipar possíveis riscos e planear a gestão da empresa.

1.3 Plano de Negócios

No Plano de Negócios são descritas todas as ações que serão tomadas para trazer vida a uma organização. É nele que são relatadas minuciosamente todas as estratégias, e o plano financeiro para perceber a viabilidade da ideia, bem como se apresentam os seus pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças. É neste documento que vislumbramos tudo o que pode dar certo e os potenciais erros que

podem ocorrer, já com suas possíveis soluções. Ele constitui a base de uma organização e formaliza em papel todas as possíveis possibilidades.

De acordo com Rosa (2007, p.8) o plano de negócio é um documento onde se descrevem os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir os erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado (Santos & Pinheiro, 2017, as cited in Rosa, 2007).

Na visão de Chiavenato (2005, p.127), “o planejamento produz um resultado imediato: o plano. Todos os planos têm um propósito comum: a previsão, a programação e a coordenação de uma sequência lógica de eventos, os quais, se bem sucedidos, deverão conduzir ao alcance do objetivo que se pretende” (Santos & Pinheiro, 2017, as cited in Chiavenato, 2005).

Embora o plano de negócios não seja uma garantia do sucesso empresarial, ele permite a tomada de decisões mais acertadas. Por ser uma descrição do negócio, possibilita melhores negociações e respostas aos questionamentos dos fornecedores, distribuidores, bancos, sócios e do próprio empreendedor e sua equipe (Santos & Pinheiro, 2017, as cited in Dolabela, 1999).

1.4 Sustentabilidade e Recursos Hídricos

Tendo em conta a crescente preocupação com a sustentabilidade, considerando o equilíbrio entre desenvolvimento económico, qualidade de vida atual e futura e meio ambiente mais limpo e saudável, uma nova corrente empreendedora tem surgido: o empreendedorismo sustentável, que se alicerça nas dimensões social, ambiental e económica, incentivando o empreendedor a encontrar oportunidades socialmente justas, ambientalmente corretas e economicamente viáveis, denominado “triple bottom line” (Portugal et al., 2017, p.109).

Um dos grandes desafios enfrentados pela humanidade hoje é reduzir os impactos socioambientais e alcançar a sustentabilidade. Cada vez mais se entende que inovação sustentável não se refere apenas a novos conceitos, mas também ao empreendedorismo e à comercialização de tecnologias, produtos e serviços (Silva et al., 2012, as cited in Clark, 2007). Tal significado é corroborado por Little (2005), segundo o qual inovação sustentável é a criação de novos espaços de mercado, produtos ou serviços ou processos conduzidos pela sustentabilidade e responsabilidade social e ambiental (Silva et al., 2012, p.29).

Uma análise da relação entre inovação e desenvolvimento sustentável pode ser feita sob a ótica da tripla linha de base (triple bottom line), conforme apresentado na Figura 1. Esta ótica adota como base o tripé da sustentabilidade e estabelece uma relação sistémica entre as dimensões da inovação (Silva et al., 2012, p.30).

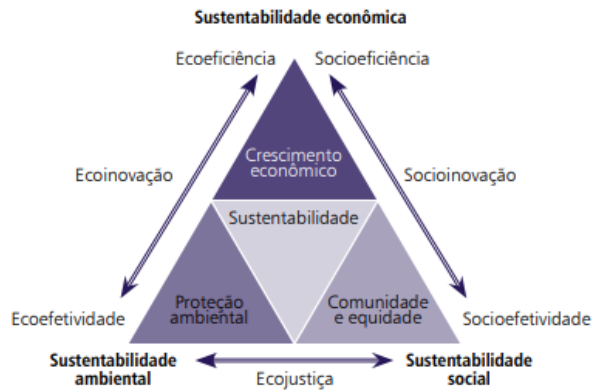


Figura 1: O tripé da sustentabilidade no contexto da inovação.

Fonte: (Silva et al., 2012, p. 30).

As empresas não atuam de maneira isolada; a sustentabilidade e a inovação são os condicionantes não somente para os negócios, como também para a sobrevivência da humanidade (Silva et al., 2012, p.05, as cited in Cabral, 2012).

No contexto da sustentabilidade dos recursos hídricos, constata-se que a poluição da água aumentou de uma forma extremamente grave durante o último século, à medida que o número de habitantes aumentava, as indústrias se expandiam e diversificavam e a agricultura passou a utilizar fertilizantes artificiais e pesticidas. Mesmo apesar do crescimento exponencial da população durante o último século, a utilização e o consumo de água superou todas as expectativas, tendo sido despejados sem qualquer tratamento ou preocupação ambiental os desperdícios de toda essa utilização (Martins, 2015, p.45).

No que diz respeito à União Européia, a implementação da Diretiva Quadro Água, que veio proporcionar os mecanismos e legislar a forma de promover o controlo da qualidade da água existente, no entanto é inegável afirmarmos que existe um legado já profundo nos solos e nas massas de água que têm de ser tratados de forma a se poder controlar a contínua poluição (Martins, 2015, p.45).

No sector doméstico existe uma vasta gama de medidas técnicas para economizar água, que podem passar pela redução das perdas dos sistemas de abastecimento de água, dispositivos de poupança de água e eletrodomésticos mais eficientes que permitiriam poupanças até 50%. A utilização de muitas dessas tecnologias de poupança de água podem ser facilmente introduzidas no curto prazo, o que possibilitaria melhorar a economia de água (Martins, 2015).

As especiais particularidades do tempo que vivemos, demonstra igualmente a profunda relação entre os fatores económicos, sociais, demográficos e securitários, sendo que a mera destabilização de um desses fatores, é suficiente para pôr a nu as diversas fragilidades de qualquer estado, tal

como a recente crise económica veio comprovar. Neste campo e no que diz respeito ao acesso aos recursos hídricos, Portugal pela sua posição a jusante vê-se severamente dependente das políticas, práticas e dos condicionalismos climáticos que venham a afetar a Espanha (Martins, 2015, p.1).

Em termos de consumo de água em Portugal (valores de 2009), esta encontra-se atualmente estimada em cerca de 4 700 000 000 m³/ano abrangendo os sectores Agrícola, Industrial e Urbano (Martins, 2015,p.38 e 39, as cited in PNA, 2012). Em termos de procura por sectores, e tendo por base o Plano Nacional da Água (PNA, 2010), a agricultura é destacada como sendo o maior utilizador de água em Portugal, representando um consumo de cerca de 81% do total, contra 12% do total no abastecimento urbano e 7% do total na indústria (Martins, 2015,p.38 e 39, as cited in PNA, 2012).

Um das questões que foi observada para equacionar um percentual considerável no uso doméstico e industrial foi a maneira como são lavados os veículos, tendo em vista o grande crescimento do parque de carros em todo o mundo e que estes precisam ser higienizados de alguma forma, sendo pouco sustentável a forma mais usada atualmente, onde se gastam quantidades exarcebadas de água.

1.5 Lavagem de Veículos

Estudos realizados em diferentes partes do mundo têm demonstrado o potencial poluidor das águas residuais oriundas dos serviços de lavagem de veículos convencionais, por conterem surfactantes, óleos e graxas, alta concentração de matéria orgânica, metais pesados, sólidos totais suspensos (Rosa & de Sousa, 2011, p. 04, as cited in Brown, 2000).

Muitas dessas substâncias são tidas como recalcitrantes quando lançadas em corpos hídricos, provocando danos irreparáveis para flora e fauna aquáticas, por apresentarem, em sua maioria, elevado potencial de toxicidade, capacidade de bioacumulação, por interferirem nas trocas gasosas e transferência de energia, afetando assim, indiretamente, a saúde humana (Rosa & de Sousa, 2011, p. 4, as cited in Odum e Barret, 2007).

Outro aspecto a ser considerado refere-se ao elevado volume de água utilizado pela lavagem de veículos em Lava Jatos Convencionais. Estimativas realizadas em países como México, Japão, China, Kuwait confirmam a utilização de 50 a 378 litros de água por veículo, dependendo do tipo de sistema operacional utilizado (Rosa & de Sousa, 2011, p. 04, as cited in Smith e Shilley, 2009).

Nota-se que em alguns desses países já existe legislação específica que regulamenta o descarte, assim como, o tratamento dessas águas residuais, impulsionando investimentos em sistema de recuperação da água no próprio empreendimento (Rosa & de Sousa, 2011, p. 4).

Segundo Victor (2015), o número de automóveis no mundo na década de 1980 era algo em torno de 360 milhões, sendo que prevê que até ao ano de 2035 aquele número seja atingido só na China, demonstrando o aumento considerável na frota mundial de automóveis. Tendo em conta esta evolução, estima-se um aumento considerável no número de pessoas que procurarão o serviço de lavagem de automóvel. Neste caso, a lavagem de automóvel a seco poder-se-á destacar em função da sua sustentabilidade. Com o aumento do número de automóveis no mundo, maior serão os índices de poluição, pelo que serão necessárias alternativas sustentáveis para que seja possível amenizar as agressões feitas ao meio ambiente (Romero, 2017, p. 28).

Sabendo que há um gasto de 150 a 200 litros (L) de água por lavagem de um veículo e que no país há 5 059 000 automóveis ligeiros, considerando que cada automóvel tem uma limpeza de duas em duas semanas são gastos por ano $2,63 \times 10^{10}$ L que poderão ser economizados. Esta poupança pode ser realizada recorrendo a uma lavagem a seco do automóvel. Este tipo de lavagem é executado com detergentes que permitem a remoção de todas as manchas de sujidade e gorduras sem a necessidade de enxaguar (Mota, 2020, p. 4).

Com este tipo de lavagem há uma redução do gasto de água de 150L para 150mL por lavagem (valor médio que depende do tipo de carro e do grau de sujidade). Consequentemente, torna-se imperativo o desenvolvimento de um tipo de lavagem de automóvel onde haja um gasto de água praticamente nulo. Para realizar uma lavagem a seco basta borrifar a superfície do carro com o produto específico e limpá-lo com um pano de microfibras e assim toda a sujidade ou mancha na superfície da carroçaria será removida. É essencial usar um pano de microfibra, devido à sua alta absorção e maciez, o que ajuda a recolher as partículas de sujidade (Mota, 2020, p. 4).

Assim, além de reduzir o impacto ambiental direto, também se torna possível diminuir o impacto ambiental do processamento da água de lavagem, diminuindo assim a pegada ecológica pela redução da quantidade gasta no processo de lavagem e evitando, também, descargas de poluentes do processo.

A lavagem a seco pode ser feita em qualquer lugar. Para além disso, apresenta outras vantagens como:

- ✓ Comodidade: sistema de fácil aplicação, não necessita de máquinas para a lavagem (parte externa);
- ✓ Mobilidade: a limpeza pode ser realizada em qualquer local, economizando tempo e custos;
- ✓ Pouco uso de água: poupança enorme no consumo de água;
- ✓ Eficácia: limpa, dá brilho e protege a superfície tratada no mesmo processo;
- ✓ Durabilidade: o produto aumenta a durabilidade da lavagem e diminui a frequência da necessidade de lavagem;

- ✓ Proteção contra agentes externos como raios ultravioleta, chuva e o pó;
- ✓ Genérico: pode, também, ser usado em outros veículos, tais como, motos, bicicletas, barcos, caravanas, aeronaves e outras superfícies idênticas;
- ✓ Qualidade: mantém a integridade dos materiais.

Nota-se que os produtos de lavagem de carros com pouca água normalmente têm propriedades muito específicas, tais como:

- ✓ não deixam marcas e secam muito rapidamente: qualquer líquido, incluindo água, que permaneça na superfície do carro por muito tempo, causa marcas e resíduos particularmente visíveis na carroceria preta;
- ✓ contêm ceras emulsionadas que permitem obter um efeito de polimento e proteção, para além de limpar a superfície;
- ✓ contêm surfactantes biodegradáveis: que garantem a máxima compatibilidade ambiental quando se pretende eliminar os resíduos do produto que permanecerão no pano;
- ✓ são constituídos essencialmente por água: a ausência de abrasivos e a presença mínima de solventes garantem a máxima segurança em qualquer tipo de superfície plástica e metálica. (Mota, 2020, p. 04 e 05, as cited in Mafra, 2017).

2. Plano de Negócios

Neste ponto é apresentado o plano de negócios, que abrange um sumário executivo, a descrição da empresa a constituir, a análise do mercado, a estratégia de marketing, a investigação e desenvolvimento, os recursos humanos a utilizar e o plano financeiro.

2.1. Sumário executivo

Com a criação da empresa ECO WASH TRANSMONTANA inicia-se o negócio de Estética de Automóveis e Lavagem a Seco de Estofos, que consiste na prestação de serviços de higienização a seco ao domicílio, proporcionando conforto e praticidade ao cliente. Na atividade que se pretende desenvolver, o contributo inovador passa pelo uso de produtos biodegradáveis e ecológicos, fazendo parte deles a utilização da cera de carnaúba, produto natural de origem brasileira, a qual forma uma película de proteção na carroçaria dos automóveis e assim desfazendo um padrão relacionado com a forma de lavar os estofos e os automóveis, economizando milhares de litros de água.

No negócio que se pretende desenvolver destacamos que o atendimento é feito 100% ao domicílio, podendo o cliente agendar o serviço desejado em qualquer sítio, dentro do horário comercial, através da aplicação criada especialmente para a empresa, onde será apresentada a disponibilidade dos lavadores.

Com o desenvolvimento do plano financeiro percebemos o potencial da empresa dado que se estima um nível de faturação de quase 100.000 euros no primeiro ano e que vai aumentando desde o terceiro ano a taxas consideráveis, bem como lucros que são sempre superiores a 10.000 euros. O valor atualizado líquido é de cerca de 120.000 euros, a taxa interna de rentabilidade é de 438,93% e o período de recuperação é de 1 ano.

Como principais pontos fortes desta atividade, constata-se o atendimento ao cliente no domicílio e a sua satisfação, bem como a promoção de desenvolvimento sustentável, através da pouca utilização de água nos processos, preocupando-se com o meio ambiente e com as próximas gerações.

2.2. Descrição da empresa

A ECO WASH TRANSMONTANA é especializada em Limpeza Ecológica e Estética de Automóveis. A empresa será constituída em 2023 e fará atendimentos que manterá os veículos e estofos limpos e com o uso de produtos ecologicamente corretos. Eles não agridem o veículo ou o espaço, e muito menos o meio ambiente. A empresa atua com soluções para limpeza, conservação e restauração, com qualidade, responsabilidade social e respeito ao meio ambiente. Ou seja, preocupada com a natureza, a empresa adotará uma postura ecologicamente correta, profissional e distinta no mercado. A empresa contará com profissionais treinados e com ampla experiência no segmento de Estética de Automóveis. Os serviços oferecidos ao consumidor ainda incluem enceramento profissional,

limpeza técnica de motor, remoção de calcário e muitos outros do catálogo. Através do aplicativo da empresa, o usuário poderá agendar os seus serviços, otimizando o seu tempo e recebendo o atendimento em casa ou no trabalho.

A organização a constituir será do tipo sociedade por quotas e adota a denominação comercial de ECO WASH TRANSMONTANA, registrada com o CAE 45200 como atividade principal e o CAE 96010 como atividade secundária.

A sede da sociedade será em BRAGANÇA, na Rua Dr. António da Circuncisão Pires, nº. 9, podendo ser transferida, dentro do mesmo Concelho ou para qualquer Concelho limítrofe, por simples deliberação da gerência.

Em resumo, os dados da empresa são:

- Firma: Alessandra Silva & Ezildo Nunes, Lda.;
- Nome Comercial: Eco Wash Transmontana;
- Contato: geral@ecowashtransmontana.com;
- Forma Jurídica: Sociedade por Quotas;
- Internet: <http://www.ecowashtransmontana.com/>
- CAEs (Instituto Nacional de Estatística (Portugal), 2007):
 - 45200 - Manutenção e reparação de veículos automóveis, que inclui a actividades de lavagem, polimento, pintura, tratamento anti-ferrugem, reparação.
 - 96010 - Lavagem e limpeza a seco de têxteis e peles, que inclui a limpeza a seco, tingimento, etc.) para todos os tipos de vestuário e artigos têxteis (carpetes, cortinados, etc.).

2.2.1 Promotores e sócios

A empresa será constituída por dois sócios, cada um com uma quota de 50% do capital social, conforme descritos abaixo:

1) Alessandra Patrícia Barros da Silva, 40 anos, casada, com formação em Gestão de Empresas e especialista em Gestão de Projetos e Gestão Estratégica e de Pessoas. Com mais de 20 anos de know-how na área de gestão será a responsável pela gerência da organização;

2) Ezildo Henrique de Oliveira Nunes, 32 anos, casado, com formação em Gestão de Empresas e ampla experiência em Atendimento ao Cliente e Estética de Automóveis. Responsável por todos os serviços da organização. Tendo trabalhado em algumas empresas no ramo da estética de automóveis no Brasil, adquiriu know-how para a realização destes serviços na sua própria empresa, assim como competências para treinamento do pessoal, conforme o crescimento da empresa.

2.2.2 Consultores

A organização contará, apenas, com a consultoria de um contabilista no início, tendo em vista ser de pequeno porte e não haver necessidade de outros consultores. Este profissional será responsável pela contabilidade e obrigações fiscais, bem como elaborar mapas financeiros para acompanhamento da atividade desenvolvida.

Conforme o crescimento da empresa, provavelmente a mesma precisará da consultoria de um advogado, mas por agora, apenas o contabilista.

2.2.3 Produtos e Serviços

A atividade desenvolvida consiste na prestação de serviços. Os serviços consistem no desenvolvimento de toda atividade que seja intangível, onde quem adquire não receberá a posse de algo, mas sim, receberá um benefício (Romero, 2017, p. 28, as cited in Kotler, 2004). Segundo Téboul (1999), pelo fato do serviço ser prestado por outra pessoa, sendo essa pessoa individual ou coletiva, não é possível ter stock e nem a posse de quem adquire, devendo ser consumido no momento em que é produzido por quem fornece (Romero, 2017, p. 28, as cited in Téboul, 1999).

Abaixo, alguns dos serviços que serão oferecidos pela empresa:

- Higienização interna e externa de viaturas;
- Higienização de Ar Condicionados de viaturas;
- Polimentos de pintura e faróis de viaturas;
- Limpeza técnica de motor de viaturas;
- Remoção de manchas dos vidros de viaturas;
- Higienização e impermeabilização de estofos em geral;
- Revitalização de plásticos de viaturas;
- Remoção de Calcário de vidros e pintura de viaturas;
- Higienização e impermeabilização de cadeiras, sofás, tapetes e carpetes;
- Higienização e desinfecção de cadeiras e assentos.

2.2.4 Perspetiva Geral Estratégica

Segundo Kotler (1992, p. 63), “planejamento estratégico é definido como o processo gerencial de desenvolver e manter uma adequação razoável entre os objetivos e recursos da empresa e as mudanças e oportunidades de mercado”.

Assim, foram definidas a razão de ser e motivação da organização:

Missão: Fornecer serviços de limpeza e higiene de automóveis e estofos com foco na higienização de alta performance.

Visão: Proporcionar serviços de qualidade com superior comodidade para o cliente de forma ambientalmente sustentável numa década.

Valores:

* **Ética:** Todos os serviços serão pautados pelo respeito ao meio ambiente e ao consumidor, praticando ações claras e justas.

* **Profissionalismo:** Ter total responsabilidade com a prestação do serviço e buscar sempre atender às necessidades dos clientes.

* **Inovação:** Sempre buscar o aprimoramento na prestação do serviço para atender os clientes da melhor forma possível.

2.2.5 Objetivos

Os principais objetivos deste negócio serão:

1. Passar credibilidade às pessoas no que diz respeito à eficácia da lavagem a seco;
2. Ter os serviços de qualidade como exemplo e diferenciação na região de Trás-os-Montes;
3. Constituir parcerias com os Hoteleiros da região para manter seus estofos sempre higienizados;
4. Conseguir parcerias com os maiores restaurantes da região para oferecer aos clientes a comodidade de ter seu carro higienizado enquanto faz sua refeição;
5. Firmar parceria com o Bragança Shopping para montar um stand no estacionamento.

2.2.6 Análise S.W.O.T.

No planeamento estratégico a análise de cenários é de grande importância para a vida de uma organização. A análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats), que na sua tradução é força, fraqueza, oportunidade e ameaça, é uma técnica utilizada pela gestão e o planeamento das empresas, seja ela de pequeno ou grande porte (Fernandes et al., [s.d.], P. 6).

Nos dias de hoje não se pode deixar de realizar a avaliação do comportamento das empresas diante do mercado competitivo que encontramos e utilizar ferramentas que nos poderão orientar para o sucesso organizacional é de extrema importância (Fernandes et al., [s.d.], P. 7).

FORÇAS	FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Atendimento diferenciado e com qualidade; • Serviços Delivery (porta a porta); • Uso de Produtos Biodegradáveis; • Solicitação dos Serviços Automatizada; • Menor utilização de Água; • Produtos - Proteção Superior e menos lavagens que a tradicional; • Economia de tempo dos clientes; • Experiência de um dos sócios no ramo da Estética de Automóveis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Confiabilidade num serviço o qual a população não tem conhecimento.
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de serviço inovador no ramo de atuação na cidade de Bragança; • Crescimento no mercado de higienização devido ao Covid. 	<ul style="list-style-type: none"> • Concorrência de valores com as lavagens tradicionais; • Novos entrantes.

Tabela 1: Matriz Swot – Ecowash Transmontana.

Fonte: Elaborado pelo autor.

De seguida são apresentados com maior detalhe os tópicos apresentados na Tabela 1:

FORÇAS:

- **Atendimento diferenciado e com qualidade** – Foi verificado que em muitos dos atendimentos, em qualquer tipo de serviço, não há muito calor humano. Na maioria das vezes as pessoas que prestam serviços são frias e secas, mesmo prestando um bom serviço. A Eco Wash Transmontana oferecerá um atendimento mais personalizado, com uma real preocupação com o cliente e com o seu bem-estar;
- **Serviços Delivery (porta a porta)** - A empresa atuará com uma inovação de mercado realizando os serviços onde o cliente desejar, não precisando perder tempo com uma atividade necessária, porém que toma um bom tempo quando feita da forma tradicional, além de os clientes precisarem se molhar para efetuar-lo.
- **Uso de Produtos Biodegradáveis** - O uso dos produtos biodegradáveis, ou seja, que não agridem o meio ambiente, trás para a empresa a pegada ecológica, juntamente com o fato de economizar bastante a água, um item essencial para a vida, além de deixar os veículos com uma proteção superior, diferente da lavagem tradicional.
- **Solicitação dos Serviços Automatizada** – Será necessário apenas baixar a aplicação da empresa e solicitar um serviço, da mesma forma que se faz para pedir uma comida. Simples, fácil e rápido. O cliente poderá acompanhar a chegada do profissional através do

mapa disponível na própria aplicação, entregar as chaves do veículo e recebê-las após o término. No caso dos estofos, da mesma forma, porém serão realizados nas próprias residências, hotéis, restaurantes etc. Para os que não desejarem realizar a solicitação dos serviços via aplicação, estes poderão fazê-la através do site ou mesmo telefone para contato.

- **Menor utilização de Água** – Tendo em vista que numa lavagem a seco são utilizados produtos que quebram as partículas de sujidade, a utilização da água é mínima, não tendo necessidade de enxágue. A lavagem com os produtos que serão utilizados, não produz resíduos com águas contaminadas por hidrocarbonetos, poluentes que fazem parte da constituição dos óleos minerais tais como gasolina, gasóleo e fuelóleo ou óleos usados, não exigindo investimentos avultados para separação dos mesmos. Na operação de lavagem de um carro de gama média, serão utilizados apenas 150 mililitros da emulsão do produto, sem águas de escorrência e sem contaminação do meio ambiente.
- **Produtos - Proteção Superior** – Dos serviços disponibilizados, será oferecida a impermeabilização dos tecidos para os casos dos estofos e para o enceramento da carroçaria dos automóveis. Os produtos contêm a cera de carnaúba, que dá uma proteção superior, deixando o automóvel com aspecto de novo. Além disso, as propriedades antiestáticas dos produtos repelem a sujidade, prolongando assim o período em que o carro permanece limpo, reduzindo até o número de lavagens quando comparado principalmente com a lavagem tradicional. Os produtos que serão utilizados impedem as formações calcárias nas superfícies e ajuda a remover as já existentes. A utilização regular dos serviços evitará a corrosão precoce da pintura e a opacidade dos faróis garantindo assim um período mais prolongado do estado original da pintura, dos faróis e vidros em geral. Serão utilizados produtos com solventes naturais de ph neutro, e por isso não causarão nenhum desgaste na pintura nem nenhum efeito indesejável na mesma. Pelo contrário, protegerá a pintura e avivará a cor.
- **Economia de tempo dos clientes** – Ao contratar os serviços da Eco Wash Transmontana, os clientes não precisarão de perder o seu tempo com a realização desta tarefa de higienização, seja de carros ou estofos. A empresa realizará os serviços no sítio desejado.
- **Experiência de um dos sócios no ramo da Estética de Automóveis** – Ezildo Nunes já trabalhou com Estética de Automóveis no Brasil e ganhou bastante experiência neste período, lhe proporcionando expertise para abrir seu próprio negócio aqui em Portugal.

OPORTUNIDADES:

- **Modelo de serviço inovador no ramo de atuação na cidade de Bragança** – Após uma pesquisa de campo, foi visto que na cidade de Bragança não há nenhuma empresa que preste boa parte dos serviços que a empresa irá oferecer, tão pouco na forma *delivery*.
- **Crescimento no mercado de higienização devido ao Covid** – Com a pandemia acentuou-se a necessidade de higienização, o que já era muito necessária, principalmente de colchões e sofás, onde se acumulam uma quantidade inacreditável de bactérias e ácaros.

FRAQUEZAS:

- **Confiabilidade num serviço o qual a população não tem conhecimento** - As pessoas já estão habituadas a higienizarem os seus carros nas lavagens convencionais e a higienizar os seus estofos com produtos comprados em mercados ou apenas aspirando nos lava rápidos. Assim, a empresa terá algumas dificuldades para mostrar aos clientes que não têm conhecimento sobre a limpeza a seco, sendo esta mais eficaz e com maiores benefícios. Porém, acredita-se que com o marketing boca a boca serão eliminadas em pouco tempo as desconfianças das pessoas.

AMEAÇAS:

- **Concorrência de valores com as lavagens tradicionais** - Como não se trata de um serviço essencial, e tendo em vista o atual cenário em que vivemos, para alguns, o valor possa pesar no bolso, já que uma lavagem tradicional simples não passa de cinco euros. Muitas vezes o valor poderá falar mais alto que a qualidade do serviço e dos produtos e isso teremos que ir desmistificando no decorrer do tempo.
- **Novos entrantes** – Num universo em que “nada se cria, tudo se copia”, a possibilidade de novos entrantes é grande. Afinal, não há este tipo de serviço em Bragança, mas existe no País, inclusive no Distrito ao lado (Vila Real). Desta forma, a empresa terá que manter os clientes com a diferenciação no atendimento, na cordialidade, na confiança e na qualidade dos produtos.

2.3. Análise do mercado

A análise de mercado é um procedimento que possibilita ao empresário o conhecimento sobre a empresa e do mercado em que está inserido a partir da avaliação e identificação de vários fatores e condições internas e externas de um mercado dentro de um nicho específico, e assim fundamenta tanto o plano de marketing quanto o financeiro.

Dentre as principais dimensões a serem avaliadas em uma análise de mercado destacamos: o público alvo, o tamanho do mercado, o crescimento do mercado, o cenário competitivo e as metas de negócio. Vale salientar que em cada dimensão tem-se disponível várias opções de modelos de análise.

Como área geográfica inicial de abrangência deste plano de negócios, temos Bragança (município), que se constitui um concelho com 50 freguesias, com uma área de 1 173,57 Km² e é o oitavo maior município português, em área geográfica. Lá residem 34589 habitantes (dados de 2021).

Em termos de estrutura etária, o Distrito, de forma geral, apresenta-se mais envelhecido, quando comparado com a distribuição etária do total do País. No distrito de Bragança, 30.9% da população tem 65 anos ou mais anos, 50.4% tem entre 25 e 64 anos e apenas 18.8% tem menos de 24 anos.

A população é maioritariamente da classe Baixa abrangendo 40.7%, uma percentagem 1,5 vezes superior ao valor nacional (<https://www.marktest.com/wap/a/n/id~2744.aspx>).

De notar que a implantação de uma empresa que serve os clientes onde necessitem, seja sua moradia, trabalho, restaurante, etc., a coloca num lugar privilegiado no mercado.

Além disso, sendo um Distrito bastante envelhecido, tem uma grande necessidade de muitos dos serviços oferecidos. Na Figura 2 abaixo, pode-se observar este crescimento no número de idosos desde 1960 até 2021.

Censos 2021: conheça o seu município

Bragança

	1960	1981	2001	2011	2021
	Bragança	Bragança	Bragança	Bragança	Bragança
População residente	37.553	35.380	34.750	⊥ 35.341	Pro 34.589
Densidade populacional número médio de indivíduos por km2	32,0	30,1	29,6	⊥ 30,1	Pro 29,5
Mulheres (%)	50,0	50,4	51,7	⊥ 52,0	Pro 52,2
Homens (%)	50,0	49,6	48,3	⊥ 48,0	Pro 47,8
Jovens (%) menos de 15 anos	33,0	26,6	13,9	⊥ 12,4	Pro 10,8
População em idade activa (%) 15 aos 64 anos	59,8	60,9	66,5	⊥ 64,4	Pro 61,0
Idosos (%) 65 e mais anos	7,2	12,5	19,5	⊥ 23,2	Pro 28,2
Índice de envelhecimento idosos por cada 100 jovens	21,7	46,9	140,2	⊥ 187,5	Pro 260,5

Figura 2: Comparativo censos de 1960 a 2021 - Bragança.

Fonte: Pordata – base de dados Portugal Contemporâneo – <http://www.pordata.pt/>.

A empresa tem como atividade principal a **CAE 45200 (Manutenção e reparação de veículos automóveis)** que inclui as actividades de lavagem e polimento, e como atividade secundária a **CAE 96010 (Lavagem e limpeza a seco de têxteis e peles)** que compreende as actividades das lavandarias, assim como a limpeza a seco dos estofos em geral.

Por um lado temos um Distrito com muitos idosos que necessitam muito mais da higienização dos estofos de uma forma geral e por outro lado temos a quantidade de carros novos e a necessidade do cuidado com a sua carroçaria e seus estofos para que possam durar como novos por mais tempo.

2.3.1 Mercado alvo

Conforme relata Kotler (2003), quando se for efetuar uma pesquisa para se iniciar uma empresa, é necessário que se analise qual o seu público alvo, ou seja, prováveis consumidores do que será oferecido, além dos que já consomem atualmente.

Tendo em conta que o negócio se centra na Estética de Automóveis e Lavagem de Estofos a Seco, a empresa precisará perceber o mercado em duas perspetivas. No caso da lavagem de automóveis, todas as pessoas que possuem um veículo precisam lavá-lo, e dado que o serviço de higienização a seco tem um valor menos acessível do que uma lavagem comum feita em casa ou num lava rápido, decidiu-se que o público-alvo principal serão as 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. Desta forma, vamos considerar como carros novos aqueles com até cinco anos de idade, inicialmente. Para o caso dos estofos de forma geral, não há como delimitar tanto, pois a maioria das pessoas tem um colchão, um sofá ou até mesmo um tapete em

sua residência. Assim, neste caso, esta parte dos serviços será para todas as pessoas que tenham um domicílio no Concelho de Bragança.

2.3.2 Avaliação do mercado

No desenvolvimento da dimensão relativa ao tamanho do mercado, tomando como base a definição do público-alvo definido, serão analisados dados referentes à entrada de veículos novos na região de Bragança, considerando como novos veículos os que têm até cinco anos de idade, e quanto aos serviços de estofos, serão analisados dados referentes ao número de domicílios. Para além disso, também foi analisado o inquérito aplicado pela promotora do projeto à população de Bragança onde obteve 85 respostas e que trás a confirmação do interesse da população neste novo tipo de serviço para a região.

2.3.2.1 Veículos Novos Portugal

Tomando como base os Boletins Mensais de Estatísticas (BME) publicados pelo Instituto Nacional de Estatísticas (INE), seguem abaixo os dados relacionados à venda de veículos novos em Portugal Continental de 2017 a 2021:

No ano de 2017, as vendas acumuladas em Portugal Continental de veículos automóveis novos, incluindo ligeiros de passageiros e comerciais ligeiros foi de 260.654 mil unidades. A Figura 3 também nos mostra as vendas de pesados de mercadorias e pesados de passageiros, porém como não faz parte do público alvo deste estudo, não serão comentados.

6.3 - Vendas de veículos automóveis novos									
VEÍCULOS LIGEIOS									
Unid.	Valor Mensal						Variação (%)		
	Dez 17	Nov 17	Out 17	Set. 17	Ago. 17	Acumulado jan. a dez.	Homóloga	Homóloga Acumulada	
TOTAL	(N.º)	21 622	21 249	19 048	17 862	14 411	260 654	0.3	7.6
Ligeiros de passageiros (a)	(N.º)	17 058	17 626	15 898	14 857	11 937	222 134	0.4	7.1
Comerciais ligeiros	(N.º)	4 564	3 623	3 150	3 005	2 474	38 520	-0.1	10.4
(a) Inclui veículos todo-o-terreno e monovolumes com +2300 Kg.									
VEÍCULOS COMERCIAIS PESADOS									
Unid.	Valor Mensal						Variação (%)		
	Dez 17	Nov 17	Out 17	Set. 17	Ago. 17	Acumulado jan. a dez.	Homóloga	Homóloga Acumulada	
TOTAL	(N.º)	584	594	544	524	438	5 732	-11.8	10.7
Pesados de mercadorias	(N.º)	557	574	524	505	423	5 372	-13.2	11.4
Pesados de passageiros	(N.º)	27	20	20	19	15	360	35.0	1.7
Fonte: Dados obtidos pelo INE junto da ACAP - Associação do Comércio Automóvel de Portugal									

Figura 3: Venda de Veículos Automóveis Novos – 2017 – Portugal.

Fonte: (Instituto Nacional de Estatística – INE, 2017).

Na Figura 4 abaixo, estão descritas as vendas de veículos automóveis novos no ano de 2018 que foram de 247.383 mil unidades. Já houve uma queda com relação às vendas de 2017.

6.3 - Vendas de veículos automóveis novos									
VEÍCULOS LIGEIOS									
Unid.	Valor Mensal						Variação (%)		
	Nov. 18	Out. 18 (Rv)	Set. 18 (Rv)	Ago. 18	Jul. 18	Acumulado jan. a nov.	Homóloga	Homóloga Acumulada	
TOTAL	(N.º)	19 269	17 176	15 927	18 235	22 909	247 383	-9,3	3,5
Ligeiros de passageiros (a)	(N.º)	15 466	13 951	12 786	15 361	19 987	212 113	-12,3	3,4
Comerciais ligeiros	(N.º)	3 803	3 225	3 141	2 874	2 922	35 270	5,0	3,9

(a) Inclui veículos todo-o-terreno e monovolumes com +2300 Kg.

VEÍCULOS COMERCIAIS PESADOS									
Unid.	Valor Mensal						Variação (%)		
	Nov. 18	Out. 18 (Rv)	Set. 18	Ago. 18	Jul. 18	Acumulado jan. a nov.	Homóloga	Homóloga Acumulada	
TOTAL	(N.º)	514	614	642	446	386	5 172	-13,5	0,5
Pesados de mercadorias	(N.º)	448	557	572	426	368	4 696	-22,0	-2,5
Pesados de passageiros	(N.º)	66	57	70	20	18	476	230,0	42,9

Fonte: Dados obtidos pelo INE junto da ACAP - Associação do Comércio Automóvel de Portugal

Figura 4: Venda de Veículos Automóveis Novos – 2018 – Portugal.

Fonte: (Instituto Nacional de Estatística - INE, 2018)

Na Figura 5, pode-se observar uma queda ainda maior na venda de veículos automóveis novos no ano de 2019 levando em consideração os anos de 2017 e 2018. Tendo sido de 220.740 mil unidades.

6.3 - Vendas de veículos automóveis novos									
VEÍCULOS LIGEIOS									
Unid.	Valor Mensal						Variação (%)		
	Out. 19	Set. 19	Ago. 19	Jul. 19	Jun. 19	Acumulado jan. a out.	Homóloga	Homóloga Acumulada	
TOTAL	(N.º)	18 566	17 268	15 728	21 571	28 971	220 740	8,1	-3,2
Ligeiros de passageiros (a)	(N.º)	15 649	14 558	12 435	18 433	25 305	189 667	12,2	-3,5
Comerciais ligeiros	(N.º)	2 917	2 710	3 293	3 138	3 666	31 073	-9,6	-1,3

(a) Inclui veículos todo-o-terreno e monovolumes com +2300 Kg.

VEÍCULOS COMERCIAIS PESADOS									
Unid.	Valor Mensal						Variação (%)		
	Out. 19	Set. 19	Ago. 19	Jul. 19	Jun. 19	Acumulado jan. a out.	Homóloga	Homóloga Acumulada	
TOTAL	(N.º)	481	768	307	217	772	4 857	-23,8	3,9
Pesados de mercadorias	(N.º)	436	734	282	193	673	4 297	-23,8	0,8
Pesados de passageiros	(N.º)	45	34	25	24	99	560	-23,7	35,9

Fonte: Dados obtidos pelo INE junto da ACAP - Associação do Comércio Automóvel de Portugal

Figura 5: Venda de Veículos Automóveis Novos – 2019 - Portugal.

Fonte: (Instituto Nacional de Estatísticas - INE, 2019).

Na Figura 6 abaixo, pode-se observar que houve um impacto bem maior na venda de veículos automóveis novos, tendo em vista que o mundo já vivenciava a pandemia do COVID 19. No ano de 2020 foram 155.070 mil unidades vendidas.

6.3 - Vendas de veículos automóveis novos									
VEÍCULOS LIGEIOS									
Unid.	Valor Mensal						Variação (%)		
	Nov. 20	Out. 20	Set. 20	Ago. 20	Jul. 20	Acumulado jan. a nov.	Homóloga	Homóloga Acumulada	
TOTAL	(N.º) 14 627	16 156	15 702	14 377	17 738	155 070	-24,0	-35,4	
Ligeiros de passageiros (a)	(N.º) 11 826	13 679	13 186	12 417	15 209	131 165	-27,9	-36,4	
Comerciais ligeiros	(N.º) 2 801	2 477	2 516	1 960	2 529	23 905	-1,4	-29,5	

(a) Inclui veículos todo-o-terreno e monovolumes com +2300 Kg.

VEÍCULOS COMERCIAIS PESADOS									
Unid.	Valor Mensal						Variação (%)		
	Nov. 20	Out. 20	Set. 20	Ago. 20	Jul. 20	Acumulado jan. a nov.	Homóloga	Homóloga Acumulada	
TOTAL	(N.º) 342	409	702	285	363	3 632	17,5	-29,4	
Pesados de mercadorias	(N.º) 322	367	674	274	333	3 249	19,3	-28,8	
Pesados de passageiros	(N.º) 20	42	28	11	30	383	-4,8	-34,1	

Fonte: Dados obtidos pelo INE junto da ACAP - Associação do Comércio Automóvel de Portugal

Figura 6: Venda de Veículos Automóveis Novos – 2020 - Portugal.

Fonte: (Instituto Nacional de Estatística - INE, 2020).

No ano de 2021 percebe-se que houve uma ligeira recuperação nestas vendas, sendo de 159.538 mil unidades vendidas, de acordo com a Figura 7.

6.3 - Vendas de veículos automóveis novos									
VEÍCULOS LIGEIOS									
Unid.	Valor Mensal						Variação (%)		
	Nov. 21	Out. 21	Set. 21	Ago. 21	Jul. 21	Acumulado jan. a nov.	Homóloga	Homóloga Acumulada	
TOTAL	(N.º) 13 565	12 928	12 558	9 788	13 945	159 538	-7,3	2,9	
Ligeiros de passageiros (a)	(N.º) 10 928	10 576	10 786	7 971	12 323	134 029	-7,6	2,2	
Comerciais ligeiros	(N.º) 2 637	2 352	1 772	1 817	1 622	25 509	-5,9	6,7	

(a) Inclui veículos todo-o-terreno e monovolumes com +2300 Kg.

VEÍCULOS COMERCIAIS PESADOS									
Unid.	Valor Mensal						Variação (%)		
	Nov. 21	Out. 21	Set. 21	Ago. 21	Jul. 21	Acumulado jan. a nov.	Homóloga	Homóloga Acumulada	
TOTAL	(N.º) 370	496	483	215	274	4 406	8,2	21,3	
Pesados de mercadorias	(N.º) 312	458	454	199	238	3 934	-3,1	21,1	
Pesados de passageiros	(N.º) 58	38	29	16	36	472	190,0	23,2	

Fonte: Dados obtidos pelo INE junto da ACAP - Associação do Comércio Automóvel de Portugal

Figura 7: Venda de Veículos Automóveis Novos – 2021 - Portugal.

Fonte: (Instituto Nacional de Estatísticas - INE, 2021).

Em resumo, de acordo com a Figura 8 abaixo, de 2017 a 2021 obtém-se uma média de 208.677 mil veículos automóveis novos vendidos em Portugal. Esta curva vinha a ter um decréscimo na venda de veículos novos e com a pandemia este número diminuiu. Porém, há uma ligeira recuperação na compra deste artigo de 2020 para 2021:

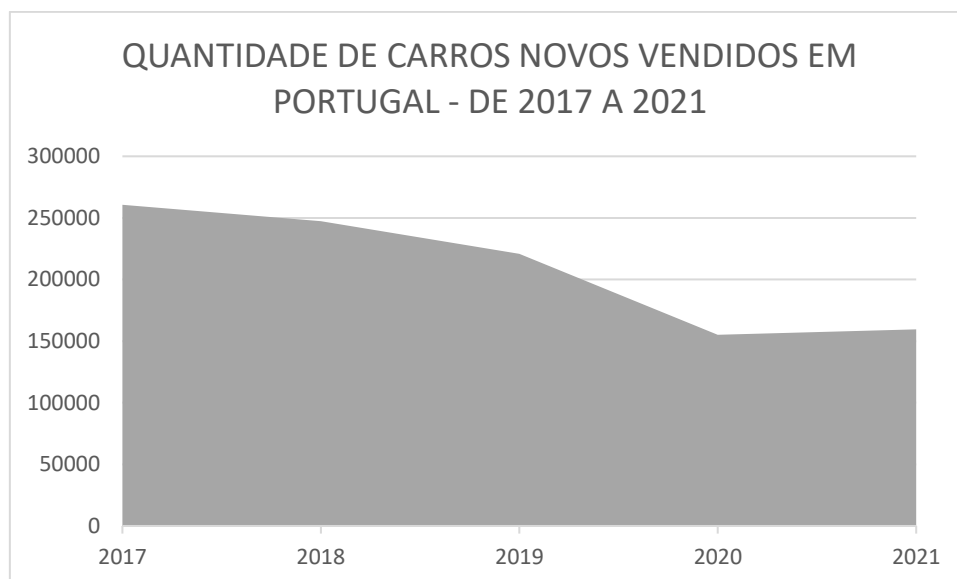


Figura 8: Comparativo da Venda de Veículos Automóveis Novos – Anual - Portugal.

Fonte: Elaborado pelo autor.

2.3.2.2 Veículos Novos Bragança

Tendo em vista que a área de atuação da empresa será, inicialmente, no Concelho de Bragança e levando em consideração que após várias pesquisas, apenas encontramos dados relacionados ao ano de 2018, conforme Figura 9, foi elaborada uma simulação percentual para poder verificar a situação atual em relação à quantidade de carros novos até cinco anos de idade que possam existir em Bragança (Município).

VEÍCULOS AUTOMÓVEIS NOVOS VENDIDOS E REGISTADOS POR MUNICÍPIO, 2018

SALES AND REGISTER OF NEW VEHICLES BY MUNICIPALITY, 2018

III.9.2	Total	Ligeiros		Pesados			Tratores agrícolas
		Passageiros	Mercadorias	Passageiros	Mercadorias (camiões)	Tratores rodoviários	
Portugal	272 308	224 211	37 123	544	1 600	3 204	5 626
Continente	260 776	214 330	35 756	519	1 500	3 198	5 473
Norte	81 228	65 051	13 238	168	371	755	1 645
Terras de Trás-os-Montes	1 773	1 091	363	2	10	5	302
Alfândega da Fé	160	100	39	1	0	1	19
Bragança	712	528	110	0	7	1	66
Macedo de Cavaleiros	157	66	43	0	0	2	44
Miranda do Douro	79	35	15	0	0	0	29
Mirandela	363	220	97	0	1	0	45
Mogadouro	118	56	14	0	1	1	46
Vila Flor	70	32	20	1	0	0	17
Vimioso	43	18	8	0	0	0	17
Vinhais	71	34	17	0	1	0	19

Figura 9: Veículos Automóveis Novos Vendidos e Registados Por Município, 2018 - Portugal.

Fonte: (Instituto Nacional de Estatística - INE, 2019)

Verificou-se que há uma desconformidade entre relatórios do INE referentes ao ano de 2018 quanto à quantidade total de veículos novos vendidos. Como tal, será utilizado apenas o relatório da Figura 9 para obter a percentagem de comparação e assim obter uma média de clientes com carros novos até cinco anos de idade em Bragança (Município), conforme evidenciado na Tabela 2. Assim, de um total de 224.211 mil veículos novos vendidos e registados no País, em Bragança houve 528 veículos novos vendidos, o que corresponde a 0,235% do total de veículos novos.

Levando em consideração esta percentagem, foi feita uma projeção de 2017 a 2021 para obter-se um número aproximado dos possíveis cliente de acordo com o público-alvo determinado para a parte de Estética de Automóveis.

De acordo com a Tabela 2 abaixo, serão considerados **2.452 mil carros novos com até cinco anos de idade no Município de Bragança** e que são poenciais clientes da Eco Wash Transmontana.

PROJEÇÃO DE CARROS NOVOS VENDIDOS EM BRAGANÇA			
ANO	QUANTIDADE TOTAL PORTUGAL	QUANTIDADE PREVISTA BRAGANÇA	0,235%
2017	260654	613	
2018	247383	581	
2019	220740	519	
2020	155070	364	
2021	159538	375	
TOTAL	1043385	2452	

Tabela 2: Projeção de carros vendidos em Bragança (Município) - Portugal.

Fonte: Elaborado pelo autor.

2.3.2.3 Alojamentos em Bragança

De acordo com a Figura 10, o número de alojamentos em Bragança (Município) tem crescido ao longo dos anos em análise. Nesta pesquisa estão incluídos todos os tipos de alojamento, como alojamentos familiares clássicos, alojamentos familiares não clássicos e alojamentos coletivos.

Tendo em vista que em todos eles, possivelmente há sofá, colchão e tapetes, todos passam a ser possíveis clientes para a higienização de estofos.

Alojamentos segundo os Censos: total e por tipo

Onde há mais e menos alojamentos familiares, como casas ou barracas, ou alojamentos colectivos, como hóteis ou lares?

Territórios	Tipo de alojamento			
	Total			
Anos	1981	2001	2011	2021
Terras de Trás-os-Montes	56.392	78.842	84.951	Pro 87.285
Alfândega da Fé	3.210	3.636	3.865	Pro 3.884
Bragança	12.191	21.683	24.875	Pro 25.755
Macedo de Cavaleiros	7.613	10.222	11.692	Pro 11.798
Miranda do Douro	4.167	5.135	5.545	Pro 5.753
Mirandela	10.043	14.129	14.892	Pro 15.423
Mogadouro	5.682	7.657	7.204	Pro 7.337
Vila Flor	3.958	5.032	5.232	Pro 5.338
Vimioso	3.737	4.531	4.634	Pro 4.774
Vinhais	5.791	6.817	7.012	Pro 7.223

Alojamentos segundo os Censos: total e por tipo
Fontes de Dados: INE - II, IV, V e VI
Recenseamentos Gerais da Habitação
Fonte: PORDATA
Última actualização: 2021-12-16

Fonte: <https://www.pordata.pt/DB/Municipios/Ambiente+de+Consulta/Tabela>

2.3.2.4 Inquérito à população de Bragança

Para efeito de uma análise mais fidedigna, foi aplicado um inquérito à população de Bragança através do e-mail geral de alunos do IPB e das Redes Sociais como grupos de whatsapp da região de Bragança e foram obtidas 85 respostas que confirmam o interesse da maior parte dos entrevistados em usufruir do serviço de higienização a seco.

O inquérito foi dividido em quatro partes, sendo: as características do inquirido, o cotidiano do inquirido, o conhecimento sobre limpeza ecológica e quanto ao agrado das pessoas com relação ao usufruto destes serviços. No Anexo V deste trabalho consta o Inquérito aplicado em sua totalidade com perguntas, respostas e gráficos.

Tendo em vista que na pesquisa de campo foram encontrados muitos lava rápidos self service e uma empresa que presta alguns serviços de higienização, foi perguntado aos inquiridos se estes costumavam usar alguma prestadora de serviço ou se faziam a higienização de suas viaturas e estofos por conta própria e a Figura 11¹ nos evidencia que a grande maioria realiza por conta própria estas higienizações.

¹ Na elaboração do questionário foi detetada uma gralha relacionada com a duplicação das opções de resposta, nas questões refletidas nas figuras 11, 12 e 17.

12) Utiliza com frequência alguma prestadora de serviço para lavagem de viatura e estofos de uma forma geral (como colchões, sofás, poltronas, etc)?

85 respostas

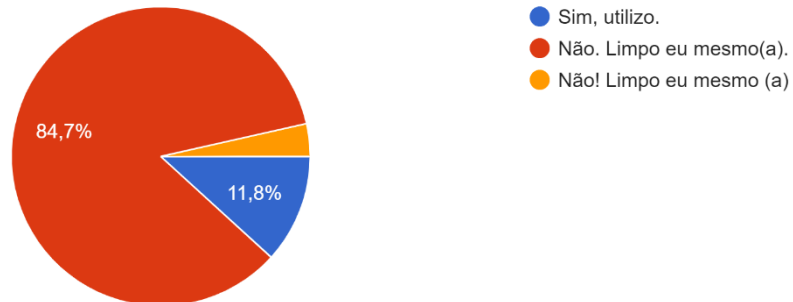


Figura 11: Utilização de terceiros para a higienização das viaturas e estofos.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Ao perguntar aos inquiridos se gostariam que uma empresa realizasse estes serviços por eles, percebeu-se que mais de 60% gostaria de usufruir deste serviço, o que mostra o interesse neste tipo de prestação de serviço, conforme a Figura 12.

14) Se limpa você mesmo(a), não gostaria que uma empresa fizesse isso por si, para que tenha mais tempo livre?

76 respostas

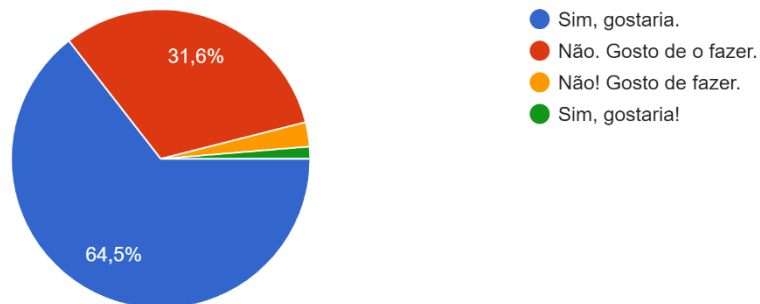


Figura 12: Interesse de terceirizar a realização de serviços de higienização de viaturas e estofos.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Ao perguntar aos inquiridos sobre o conhecimento da existência e dos benefícios da limpeza ecológica, obteve-se um percentual superior a 60% de forma negativa, conforme as respostas nas Figuras 13 e 14 que mostram que a maioria não conhece este tipo de limpeza ecológica. Assim, a empresa a constituir precisará trabalhar no esclarecimento e dar informações a cerca de como funciona a lavagem a seco e todos os benefícios que pode trazer para as superfícies higienizadas.

16) Conhece o sistema de limpeza ecológica ou já ouviu falar?

85 respostas

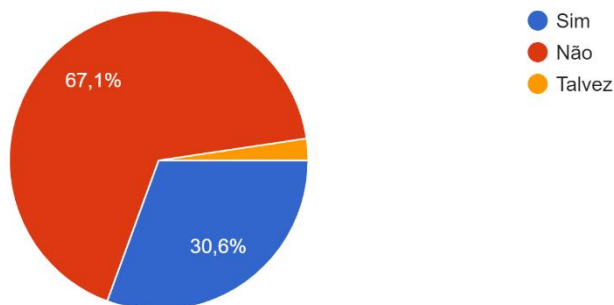


Figura 13: Conhecimento das pessoas referente a existência da limpeza ecológica.

Fonte: Elaborado pelo autor.

17) Conhece os benefícios da limpeza ecológica de viaturas e estofos?

85 respostas

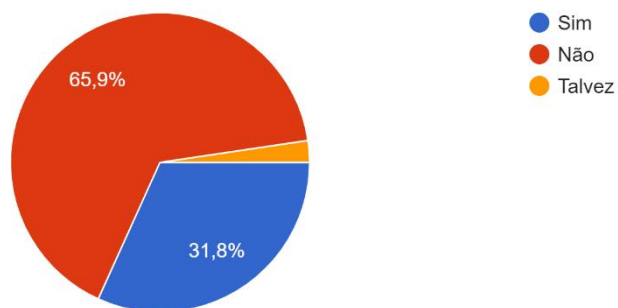


Figura 14: Conhecimento dos benefícios que a limpeza ecológica oferece.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Depois, aos inquiridos foi perguntado se havia interesse em usufruir deste serviço e as respostas maioritariamente indicam que os respondentes têm interesse neste serviço. Nenhum inquirido ignorou

a possibilidade de dispor destes serviços, o que mostra positividade como futuros clientes. Isso ficou evidenciado na Figura 15.

18) Depois destas informações sobre a limpeza ecológica, acha que algum dia contrataria um serviço de limpeza com estas características?

85 respostas

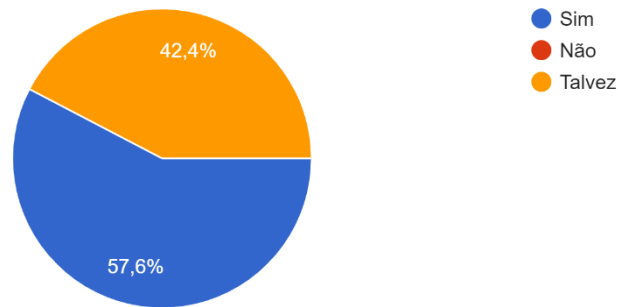


Figura 15: Interesse em contratar os serviços de limpeza ecológica.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Em relação à disposição de pagar o valor pelo serviço prestado, sendo ele diferenciado, além de ser ao domicílio, a Figura 16 revela que quase 70% dos inquiridos pagariam até 30 euros pela lavagem do seu automóvel e a Figura 17 mostra que estariam dispostos a pagar até 50 euros pela lavagem dos estofos em casa. No entanto, confirma que haverá uma real necessidade nas demonstrações dos serviços para que os potenciais clientes acreditem no que este tipo de higienização é capaz e todos os benefícios que ela agrega aos seus bens.

20) Para a limpeza ecológica da sua viatura e/ou da viatura da empresa para qual trabalha, quanto estaria disposto a pagar (por um serviço no domicílio)?

83 respostas

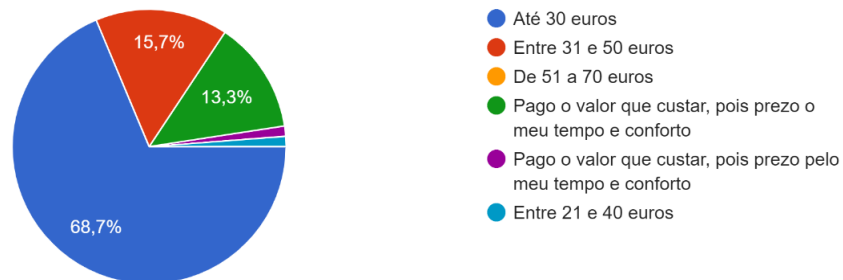


Figura 16: Disposição para pagar o valor do serviço na higienização do automóvel.

Fonte: Elaborado pelo autor.

21) Para a limpeza ecológica de estofos de uma forma geral (sofás, colchões, poltronas, etc), quanto estaria disposto a pagar?

83 respostas

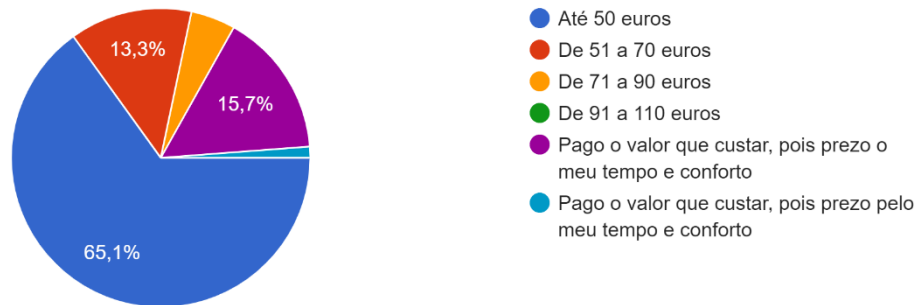


Figura 17: Disposição para pagar o valor do serviço na higienização dos estofos.

Fonte: Elaborado pelo autor.

2.3.3 Segmentos de mercado

Para deixar mais claro o perfil do público-alvo, foi estruturada uma segmentação de mercado citando as áreas geográficas, demográficas e comportamentais:

- **Área Geográfica** – A empresa atuará na Zona de Trás-os-Montes, porém terá uma atuação inicial e mais forte no Concelho de Bragança.
- **Área Demográfica** – Pessoas da parte urbana que possuam veículos com até cinco anos de idade para os serviços de Estética de Automóveis e pessoas que possuam qualquer tipo de estofado como colchão, sofá e tapete, etc.
- **Área Comportamental** – Pessoas que tenham cuidado ou querem cuidar melhor do seu veículo, pessoas alérgicas a ácaros, pessoas com entedimento e visão para a área ecológica, pessoas mais idosas que precisam de ajuda na higienização dos seus estofos.

2.3.4 Evolução do mercado

Sabe-se que mudanças ocorrem constantemente e por isso é fundamental que a empresa esteja preparada para o crescimento da procura.

O negócio já nasce totalmente interligado à tecnologia que está ao alcance de grande parte das pessoas. A realização dos serviços ocorrerá, inicialmente, dentro do Município de Bragança, porém o objetivo é alcançar toda a Terra de Trás-os-Montes.

Sabe-se que para chegar a este patamar, será necessário, além de organização e logística, ter flexibilidade, adaptabilidade e otimização nos processos.

Para uma visão mais clara, a Figura 18 mostra a delimitação no mapa do Norte de Portugal, a Terra de Trás-os-Montes, onde pode-se verificar que dos 12 Concelhos que fazem parte do Distrito de Bragança, apenas 9 fazem parte da Terra de Trás-os-Montes.

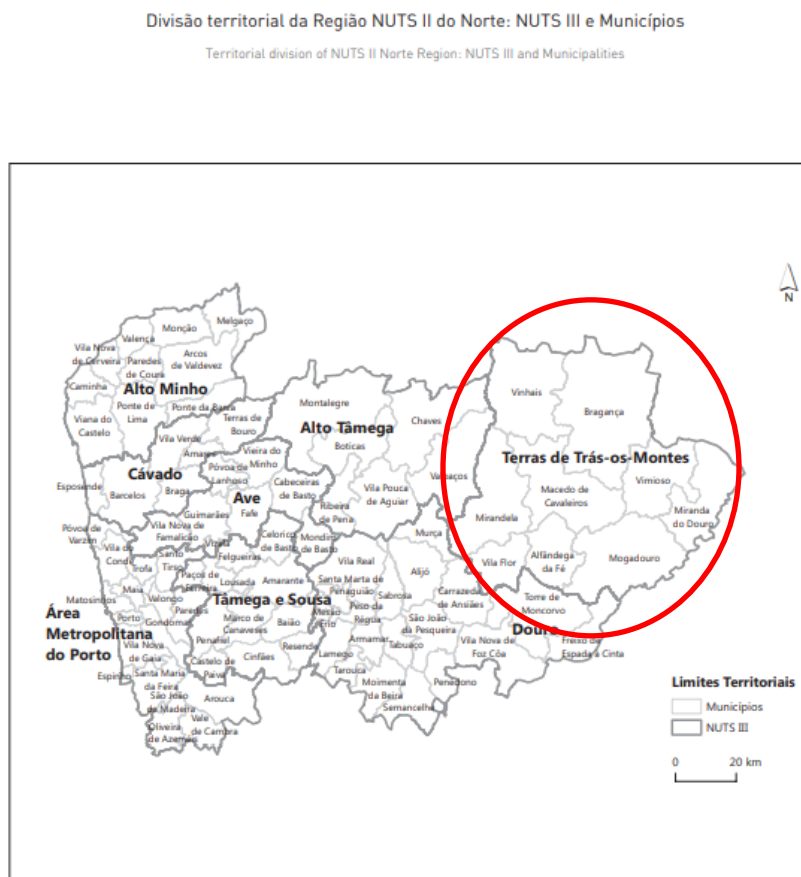


Figura 18: Divisão Territorial da Região NUTS II do Norte: NUTS III e Municípios – Norte de Portugal.

Fonte: (Instituto Nacional de Estatística (Portugal), 2019).

Para melhor entendimento, esta divisão recorre-se às NUTS que subdivide as regiões a serem analisadas. Assim, o foco do estudo é o NUTS II (Região Norte) e NUTS III (Municípios do Norte), onde se delimita a Terra de Trás-os-Montes.

A Figura 19 mostra a população residente por quilómetro quadrado no ano de 2021 na Terra de Trás-os-Montes, e que os municípios mais populosos são Bragança e Mirandela. Assim, a empresa focará no seu crescimento e estima-se ampliar os atendimentos para Mirandela antes do sexto ano de vida da empresa.

População residente (por km²) - 2021

Nº médio de indivíduos por km²

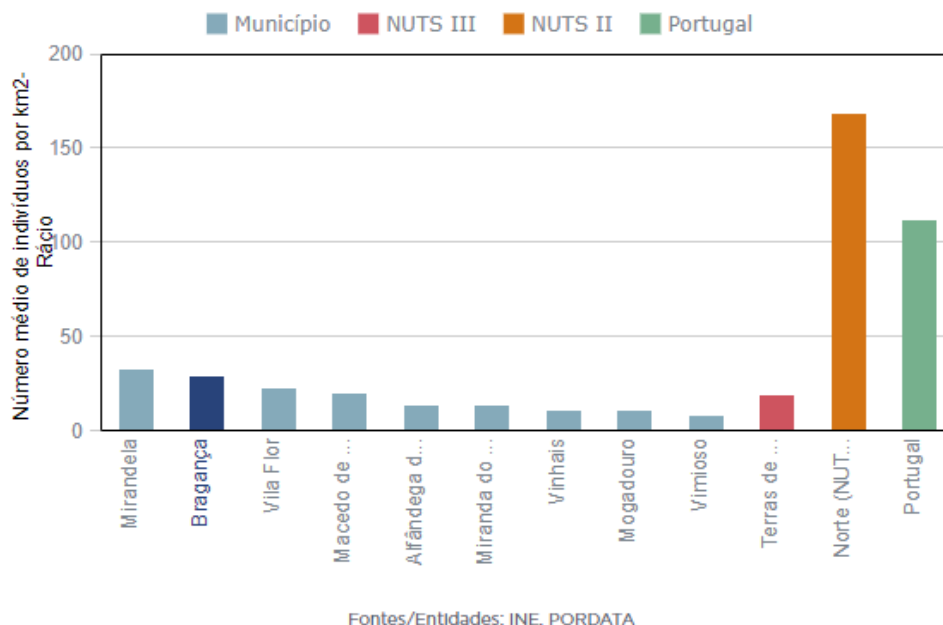


Figura 19: População Residente (por Km²) – 2021 – Comparativo - Portugal.

Fonte: (<https://www.pordata.pt/Municipios>).

2.3.4.1 – Bragança em 2021

Segundo dados do PORDATA “ao longo dos últimos três momentos censitários, o município de Bragança começou por ter um aumento da sua população residente entre 2001 e 2011 seguido de uma diminuição em 2021, tendo passado de 34.750 habitantes em 2001, para 34.589 habitantes em 2021 (um decréscimo de 0,5%)” (<https://www.pordata.pt/Municipios>).

De acordo com a análise dos Censos 2021, no município de Bragança:

- Por cada 100 residentes, há 11 jovens com menos de 15 anos, 61 adultos e 28 idosos;
- Havia 261 idosos por cada cem jovens, mais 120 do que em 2001;
- Há 3.702 que vivem sozinhas, mais 43,8% que em 2001. (<https://www.pordata.pt/Municipios>)

Esta informação vem a fortalecer o facto de que cada vez mais o município se torna velho, com muitos idosos e com reais necessidades de ajuda para alguns afazeres domésticos.

Conforme os dados abaixo na Figura 20, a população com idade ativa tende a diminuir e os idosos a aumentar.

População por grandes grupos etários (%)

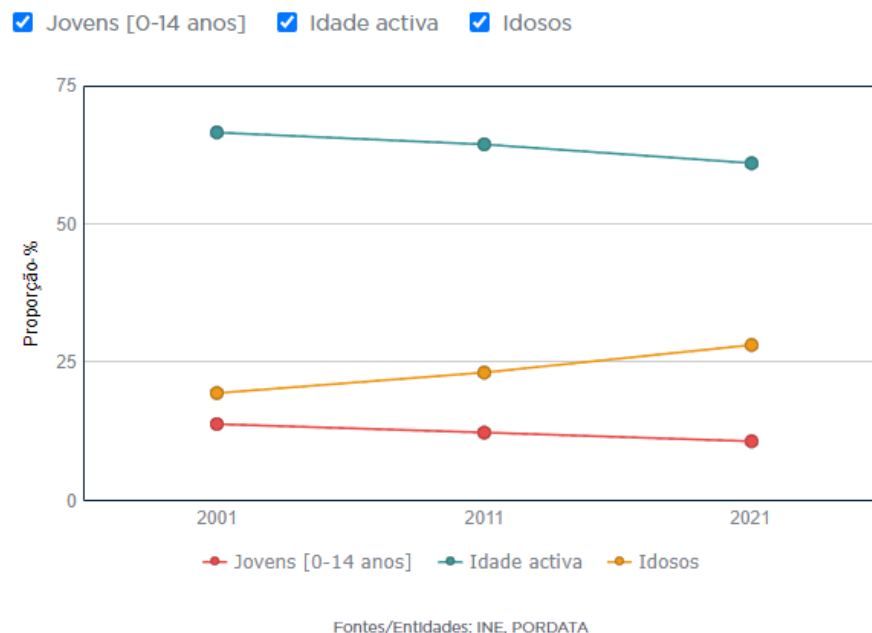


Figura 20: População por grandes grupos etários (%) em Bragança - Portugal.

Fonte: (<https://www.pordata.pt/Municipios>)

2.3.4.2 – Mirandela em 2021

Segundo dados do POR DATA “ao longo dos últimos três momentos censitários, o município de Mirandela viu diminuir, sucessivamente, a sua população residente, tendo esta passado de 25.819 habitantes em 2001, para 21.394 habitantes em 2021 (um decréscimo de 17,1%)” (<https://www.pordata.pt/Municipios>).

De acordo com a análise dos Censos 2021, no município de Mirandela:

- Por cada 100 residentes, há 10 jovens com menos de 15 anos, 58 adultos e 32 idosos;
- Havia 318 idosos por cada cem jovens, mais 187 do que em 2001;
- Há 2.284 que vivem sozinhas, mais 47,8% que em 2001 (<https://www.pordata.pt/Municipios>).

No município de Mirandela também há muitos idosos, que também precisam dos serviços da Eco Wash Transmontana.

Conforme os dados na Figura 21, a população com idade activa está levemente em queda, assim como a população jovem. Porém, a população idosa em crescimento.

População por grandes grupos etários (%)

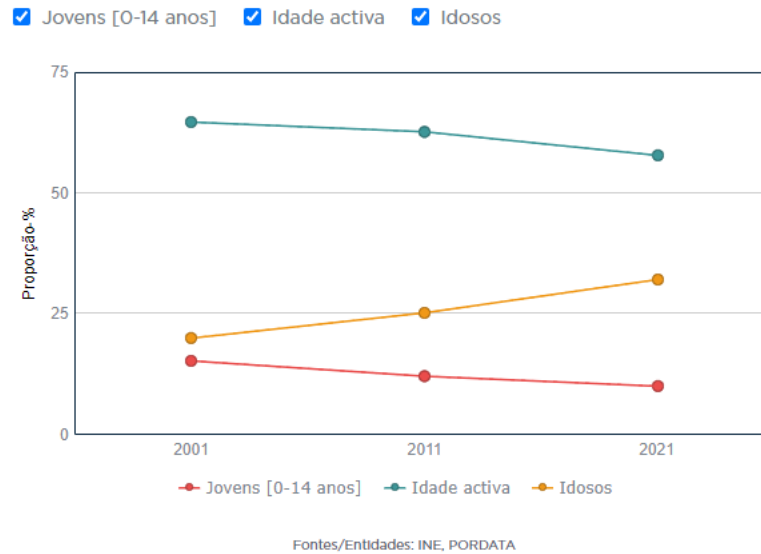


Figura 21: População por grandes grupos etários (%) em Mirandela - Portugal.

Fonte: (<https://www.pordata.pt/Municipios>)

Após esta análise, fez-se necessária a busca por dados referente à população ativa, até porque para que o negócio prospere é necessário que hajam pessoas que possam pagar pelos serviços, assim como dispostas a fazê-lo. De acordo com o Por-Data, conforme a Figura 22, apesar dos dados mais atuais serem de 2011, verificou-se que há 15.411 mil pessoas ativas em Bragança e 9.716 mil pessoas ativas em Mirandela.

Territórios	Indivíduo		
	Grupos etários		
	Total		
Anos	1981	2001	2011
Terras de Trás-os-Montes	54.092	± 48.252	± 46.130
Bragança	11.930	± 14.582	± 15.411
Mirandela	10.220	± 10.070	± 9.716

População activa segundo os Censos: total e por grupo etário
 Fontes de Dados: INE - XII, XIV e XV Recenseamentos Gerais da População
 Fonte: PORDATA
 Última actualização: 2015-06-26

Figura 22: População activa segundo os Censos: total e por grupo etário.

Fonte: (<https://www.pordata.pt/DB/Municipios/Ambiente+de+Consulta/Tabela>)

A população por faixa etária teve a seguinte distribuição ao longo do tempo, conforme apresentado na Figura 23:

BRAGANÇA (MUNICÍPIO)			
Faixa Etária	ANOS		
	1981	2001	2011
12-14	219	0	0
15-24	3047	1592	971
25-34	2671	3795	3802
35-44	2160	4036	4187
45-54	2072	3389	4016
55-64	1401	1497	2225
65 ou mais	360	273	210
TOTAL:	11930	14582	15411

MIRANDELA			
Faixa Etária	ANOS		
	1981	2001	2011
12-14	265	0	0
15-24	2844	1385	705
25-34	2121	2538	2260
35-44	1746	2651	2530
45-54	1738	2224	2484
55-64	1205	1073	1528
65 ou mais	301	199	209
TOTAL:	10220	10070	9716

Figura 23: Tabelas comparativas – População Ativa – Bragança e Mirandela.

Fonte: Elaborada pelo autor através dos dados do

<https://www.pordata.pt/DB/Municipios/Ambiente+de+Consulta/Tabela>.

2.3.5 Concorrência

O negócio apresentado é baseado numa inovação de mercado, tendo em vista que este tipo de negócio já existe no País, mais ainda está ausente no Município de Bragança.

A empresa trabalha com Estética de Automóveis e Higienização de Estofos a seco. Mesmo não tendo concorrentes diretos que trabalhem da mesma forma, há empresas que atualmente suprem parte das necessidades das pessoas quanto a estes fins, então os lava rápidos tradicionais, as lavandarias que prestam serviço a seco e a empresa que realiza parte dos serviços que oferecemos, são nossos concorrentes, pois parte dos clientes são clientes destas empresas e para tanto far-se-á necessário construir uma mentalidade ecológica nestas pessoas para que passem a ser clientes da empresa em análise. Assim, foi feita uma pesquisa de campo fotográfica e de observação.

- **Concorrente 01: Lava Rápido Av. Abade Baçal (Bomba BP)**

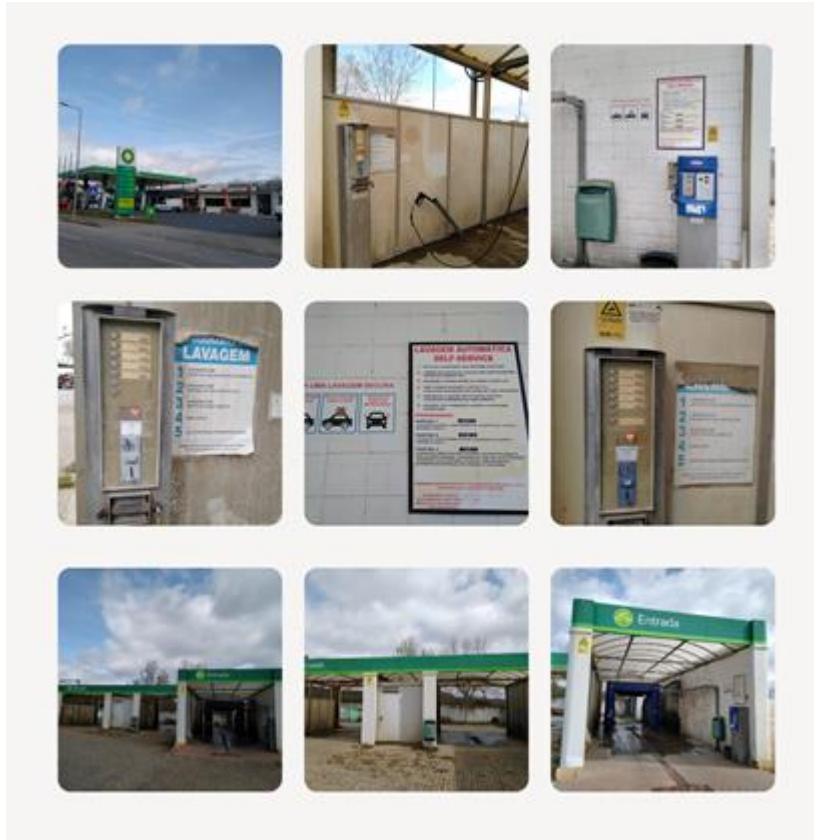


Figura 24: Lava-rápido localizado na Av. Abade Baçal ao lado da Bomba da BP – Bragança/Portugal.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Este concorrente, de acordo com a Figura 24, dispõe de dois tipos de serviço: a lavagem manual feita pelo proprietário do veículo e a lavagem automática feita por uma máquina.

Na lavagem manual o tempo que a água e o sabão ficam disponíveis depende do valor depositado. Só são aceites moedas de cinquenta cêntimos, um euro e dois euros. O condutor precisa manusear a mangueira e a escova para fazer a lavagem do veículo e como consequência se molhar para tentar fazer um bom trabalho. Para uma lavagem mediana com aspiração, gasta-se no mínimo cinco euros.

Na lavagem automática, há três tipos de programas e estes variam de três euros e cinquenta cêntimos a cinco euros. Nesta lavagem o condutor não se molha, mas a possibilidade da carroçaria do veículo ficar riscada é muito maior.

Os programas mencionados estão dipostos na Figura 25:



Figura 25: Programas da lavagem automática self-service do lava-rápido localizado na Av. Abade Baçal ao lado da Bomba da BP – Bragança/Portugal.

Fonte: Elaborado pelo autor.

- **Concorrente 02: Henry Jacto na Av. das Cantarias (Bomba Prio)**



Figura 26: Lava-rápido localizado na Av. das Cantarias ao lado da Bomba Prio (Henry Jacto) – Bragança/Portugal.

Fonte: Elaborado pelo autor.

O concorrente HENRY JACTO está localizado ao lado da bomba de gasolina da Prio, mas não faz parte integrante da mesma. Este, conforme a Figura 26, dispõe de um quadro com as instruções de lavagem e o tempo da água e sabão dispostos depende do valor pago, sendo dois minutos a cinquenta cêntimos, quatro minutos a um euro e oito minutos a dois euros. Estes valores são apenas para lavagem. Para aspirar precisa pagar cinquenta cêntimos por minuto e tudo vai depender da sujidade do veículo.

- **Concorrente 03: Lavagens Marques (Mercado Pingo Doce)**



Figura 27: Lava-rápido localizado no estacionamento do Mercado Pingo Doce (Lavagens Marques) – Bragança/Portugal.

Fonte: Elaborado pelo autor.

O terceiro concorrente, evidenciado na Figura 27, fica localizado dentro do estacionamento do mercado Pingo Doce e chama-se LAVAGENS MARQUES. Dos concorrentes de lava rápido foi o que se apresentou mais limpo e organizado. Também aqui, o tempo de disposição do jacto de água e sabão dependem do valor pago, sendo um minuto e trinta segundos a cinquenta cêntimos, três minutos a um euro e seis minutos a dois euros; tendo que pagar cinquenta cêntimos por minutos na aspiração.

- **Concorrente 04: Lava Rápido próximo ao Mc Donald's (Bomba Repsol)**

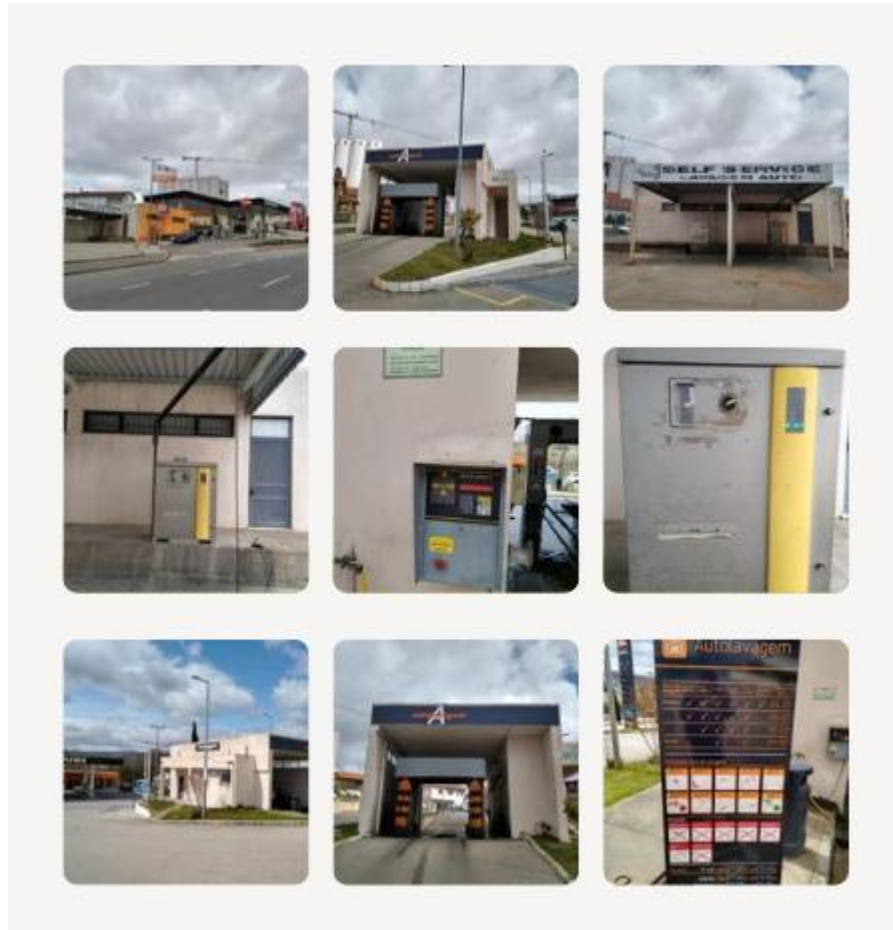


Figura 28: Lava-rápido localizado próximo ao MC Donald's na bomba REPSOL – Bragança/Portugal.

Fonte: Elaborado pelo autor.

O quarto concorrente, conforme Figura 28, fica localizado na bomba da Repsol próximo ao Mc Donald's no Bairro dos Formarigos na Av. Cónego Luís Ruivo. Este concorrente possui uma lavagem automática onde o programa simples custa quatro euros e o programa premium custa cinco euros, conforme ilustrado na Figura 29.

Lavar o carro neste tipo de lavagem deixa a maior parte do veículo a brilhar, mas algumas partes do carro, como a parte inferior da carroçaria, não serão bem limpos. Além disso, se abusar deste tipo de lavagem, as escovas podem deixar algumas marcas na pintura do carro.



Figura 29: Quadro explicativo dos programas da autolavagem, as instruções de uso e o horário de funcionamento do lava rápido próximo ao MC Donald's na bomba REPSOL – Bragança/Portugal.

Fonte: Elaborado pelo autor.

- **Concorrente 05: Auto Renovadora**

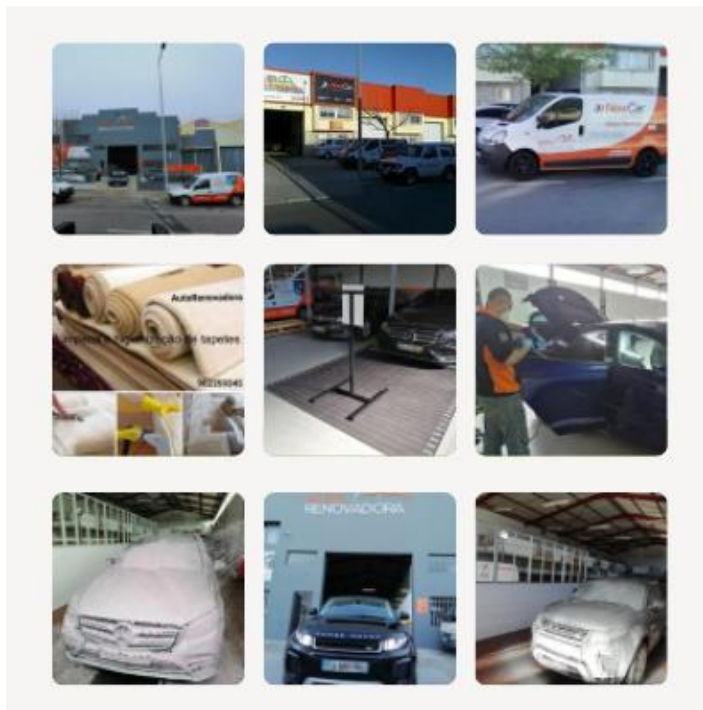


Figura 30: Auto Renovadora – Bragança/Portugal.

Fonte: <https://www.facebook.com/search/top?q=autorenovadora%20newcar>.

O principal concorrente é a empresa Auto Renovadora, demonstrado na Figura 30, pois realiza grande parte dos serviços oferecidos pela empresa. Porém, mesmo utilizando menos água que um lava rápido tradicional, a lavagem não é a seco. Também não realizam este tipo de serviço porta a porta.

Na Tabela 3 é apresentada uma comparação de valores dos concorrentes com relação ao serviço similar a um dos nossos na área de higienização de viaturas.

- **LAVAGEM DE VEÍCULOS:**

CONCORRENTES		VALORES PRATICADOS (Considerando uma lavagem mediana e com pouca sujidade)
1)	Lava-rápido localizado na Av. Abade Baçal ao lado da Bomba da BP	5,00 euros (lavagem externa com aspiração simples)
2)	Lava-rápido localizado na Av. das Cantarias ao lado da Bomba Prio	5,00 euros (lavagem externa com aspiração simples)
3)	Lava-rápido localizado no estacionamento do Mercado Pingo Doce	6,00 euros (lavagem externa com aspiração simples)
4)	Lava-rápido localizado próximo ao MC Donald's na bomba REPSOL	5,00 euros (lavagem externa com aspiração simples)
5)	Auto Renovadora	18,00 euros (lavagem externa com aspiração simples)

Tabela 3: Quadro comparativos dos valores dos concorrentes (Lavagem de Veículos) - Bragança - Portugal.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os serviços que se pretendem oferecer dependem do tamanho do automóvel, no entanto, usando como base uma gama média, nosso serviço de higienização externa e interna, sendo a interna uma aspiração simples, porém muito mais cuidadosa e profissional do que a maioria que é feita pelo próprio condutor, custa 24,00 euros. Porém, é necessário levar em consideração que uma higienização a seco trás muito mais benefício para o automóvel, tem maior durabilidade, é mais eficaz e é feita por um profissional no sítio desejado (de acordo com nossos limites).

Para a higienização dos estofos, nossos preços variam também de acordo com os tamanhos, assim como nossos concorrentes, de acordo com a Tabela 4.

• **HIGIENIZAÇÃO DE ESTOFOS:**

LAVANDARIAS	MORADA	HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO	HIGIENIZAÇÃO À SECO	DOMICÍLIO?	ECOWASH TRANSMONTANA
5ªsec Bragança Telefone: 273 329 272	Alto das Cantarias 5300-107 Bragança	De domingo a domingo das 9h às 21h.	- Tapetes Finos (10,85 euros m ²) - Tapetes com pelos grossos (12,00 euros m ²) - Almofadas com enchimento (8,05 euros – cada)	Não	- Tapetes (10 euros o m ²) - Almofadas (Ainda não há em nossa tabela de preços)
Lavandaria Moderna Telefone: 933 677 210	R. Mal. Carmona, nº 6, r/c esq. 5300-002 Bragança	De segunda a Sexta – das 9h às 19h e Sábado das 9h às 13h.	- Tapete (10 euros o m ²) - Almofadas (6,5 euros - cada)	Não	- Tapetes (10 euros o m ²) - Almofadas (Ainda não há em nossa tabela de preços)
Lavandaria Branca de Neve Telefone: 273 326 621	Av. Eng. Amaro da Costa, A8 5300-252 Bragança	De segunda a Sexta – das 9h às 19h e Sábado das 9h às 13h.	- Tapete (10 euros o m ²) - Almofadas (4,5 euros – cada)	Acima de 25 euros.	- Tapetes (10 euros o m ²) - Almofadas (Ainda não há em nossa tabela de preços)
Santefa Limpeza e higienização de sofá e estofos Telefone: 961 720 952	Alameda de Santa Apolónia, 51, 1dt 5300-253 Bragança	De segunda a Sexta – das 8h às 18h e Sábado das 8h às 12h.	- Sofá até 1,60m (70 euros) - Sofá até 2,20m (100 euros) - Sofá até 2,70m (130 euros) - Sofá até 3,20m (150 euros) - Cadeiras estofadas (15 euros) - Tapetes (15 euros o m ²) - Estofos automóvel (90 euros) - Colchões (a partir de 70 euros) - Impermeabilização de sofás (a partir de 115 euros) - Impermeabilização de cadeiras estofadas (20 euros) - Impermeabilização de bancos de automóvel (110 euros)	Sim	- Sofá até 1,60m (70 euros) - Sofá até 2,20m (100 euros) - Sofá até 2,70m (130 euros) - Sofá até 3,20m (150 euros) - Cadeiras estofadas (15 euros) - Tapetes (10 euros o m ²) - Estofos automóvel – 05 estofos gama média (50 euros) - Colchões (a partir de 50 euros – o de solteiro) - Impermeabilização de sofás (a partir de 230 euros – sofá de 1,60m ²) - Impermeabilização de cadeiras estofadas (20 euros) - Impermeabilização de bancos de automóvel (230 euros)

Tabela 4: Quadro comparativos dos valores dos concorrentes (Lavagem de Estofos) - Bragança - Portugal.

Fonte: Elaborado pelo autor.

2.3.6 Vantagens competitivas

Para que uma empresa esteja bem posicionada junto do mercado, é necessário a adoção de estratégias competitivas e aspetos diferenciadores perante seus clientes. Sendo assim, torna-se importante apresentar algumas das estratégias competitivas utilizadas pela empresa.

Como tal, será adotado como estratégia o investimento no marketing digital e na realização de publicidade informativa e interativa nas redes sociais, como forma de manter o contato com cliente.

A maior vantagem perante os nossos concorrentes é a realização de todos os serviços 100% ao domicílio, economizando o tempo precioso do cliente e assim mantendo a satisfação do mesmo.

2.3.7 Vantagens para os clientes

A ECO WASH TRANSMONTANA procurará a plena satisfação de todos os seus clientes, deixando-os confortáveis com suas rotinas diárias enquanto cuidará dos seus bens, seja seus veículos, seus colchões, sofás, tapetes, etc.

Será oferecida uma diversidade de serviços e para a fidelização do cliente, além do cartão fidelidade, onde o cliente ganha uma percentagem de 50% de desconto na 9ª lavagem, após a realização de 8 lavagens. Também terá pacotes de serviços onde há um desconto considerável e muitos serviços extras, caso o cliente opte por um serviço menor individual, ou queira acrescentar ao seu pacote.

2.4. Marketing / Estratégia de Vendas

Sendo o marketing responsável pela divulgação da marca e dos produtos e serviços, assim como dos valores e essência da empresa, a divulgação da marca e dos serviços será essencial.

Incutir na mente dos Transmontanos que a Higienização a seco é eficiente e eficaz é a maior meta. Desta forma, pretende-se dispor de algumas demonstrações gratuitas para evidenciar o antes e o depois e assim haverá argumentos mais fortes para convencer os clientes na confiança e satisfação.

A comunicação e a imagem da empresa contam muito para a fidelização do cliente. Assim, de acordo com a Figura 31, a marca possui o nome da empresa para ficar marcada na cabeça dos clientes. Será utilizada cor verde para remeter ao ecológico e a imagem de três gotinhas d'água remetendo ao fato de se usar pouca ou quase nenhuma água.



Figura 31: Logotipo da marca "Eco wash Transmontana".

Fonte: Elaborado pelo autor.

Inicialmente a empresa estará fortemente presente no Concelho de Bragança realizando os serviços ao domicílio.

Posteriormente, conforme o crescimento da procura, através da confiança e propaganda dos primeiros clientes, será ampliada a área de atuação territorial, pois a intenção é atender toda a Terra de Trás-os-Montes.

2.4.1 Estratégia de Marketing

Tendo em vista que a proposta do negócio está diretamente ligada à preservação do meio ambiente, a divulgação dos serviços será sempre explícita ao mencionar que a higienização usa pouquíssima água e quais os benefícios que isso trás para a comunidade, mantendo a qualidade do serviço.

Pretende-se fazer parcerias com os mercados, oficinas, restaurantes e escolas da região para a divulgação da empresa e dos serviços.

Serão utilizados os seguintes canais de comunicação:

Website – Onde estará descrito não só o detalhe dos serviços, mas também estarão expostas a Missão, Visão e Valores, assim como depoimentos dos clientes. Através do site também será possível agendar o serviço desejado, no dia e hora desejados, de acordo com as disponibilidades;

Aplicação Própria – A App será divulgada dentro do Website e também estará exposta nos parceiros, inclusive para baixar através do QR Code. Com a aplicação instalada, o cliente poderá marcar o serviço desejado, além de poder acompanhar a chegada do colaborador ao local escolhido para a execução do serviço;

Redes Sociais – A comunicação passará também pelo Facebook e Instagram com postagens frequentes, *stories* diários, vídeos informativos, infográficos e enquetes para se conhecer melhor os clientes. Além disso, haverá um canal no Youtube para mostrar através de vídeos toda a sujidade que se convive sem ver e, para os clientes que autorizem, será mostrado o antes e depois com seus depoimentos. Dentro desta plataforma serão feitos *Storytelling* divulgando a história dos serviços, pois sabe-se que isso influencia muito na percepção de um utilizador, pois a partir do momento que se conhece o processo, a consciência pode mudar e levar a mudança de hábitos. Também pretende-se fazer parcerias com influenciadores digitais da região para conseguir atingir o máximo de pessoas na divulgação da empresa e serviços;

E-mail Marketing – Para envio de Newsletter.

2.4.2 Pricing

Tendo em vista que a empresa a constituir apresenta uma inovação de mercado e não de produto/serviço e que os serviços serão realizados já existem em outras regiões do país e do mundo; foi feita uma pesquisa de valores destes mesmos serviços e adaptados e definidos os valores para a região que a empresa irá atuar.

Empresas pesquisadas:

- ATLANTCAR WASH – Esta empresa está em muitas regiões do país. A mesma possui uma média de 30 lojas (Franchising) e faz cobrança para as deslocações conforme a Figura 32.

TAXAS DESLOCAÇÃO ATÉ 2 VEÍCULOS		PREÇO TOTAL MÍNIMO POR DESLOCAÇÃO (TAXA DESLOCAÇÃO INCLuíDA)	TAXAS DESLOCAÇÃO ATÉ 2 VEÍCULOS	
TAXA DESLOCAÇÃO ATÉ 10KM	15 €	25€	TAXA DESLOCAÇÃO ATÉ 10KM	25 €
TAXA DESLOCAÇÃO MAIS 10KM	sob consulta		TAXA DESLOCAÇÃO MAIS 10KM	Sob consulta
TAXA NOCTURNA 19H-23H	35 €		<small>** NAS UNIDADES MÓVEIS SÃO EXECUTADOS TODOS OS SERVIÇOS CONSTANTES DAS TABELAS DE PREÇOS, ACRESCIDOS DA RESPECTIVA TAXA DESLOCAÇÃO</small>	

Figura 32: Taxa de deslocação da empresa Atlantcar Wash.

Fonte: <http://www.atlanticarwash.com/precario.php>.

- ECOCAR WASH – Têm uma média de 30 lojas pelo País (Franchising) e não realiza serviços ao domicílio;
- STUDIO AUTO - Localizada no Shopping Braga Parque (Parque Estacionamento Interior) e não realiza serviços ao domicílio;
- FITCAR WASH & DETAIL – Localizada em Leça do Balio (Vila portuguesa do Município de Matosinhos – Porto) e não realiza serviços ao domicílio.

Além da pesquisa de preços, foi necessário definir um padrão para os tamanhos dos carros, pois a quantidade de produto utilizado para carros pequenos e grandes difere e assim os preços precisam ser diferentes. Desta forma, os preços foram definidos com base na mesma tabela utilizada pela FITCAR WASH & DETAIL, que consta no Anexo I deste trabalho.

Tendo em vista que os serviços são 100% ao domicílio e pretende-se atender todas as Terras de Trás-os-Montes, porém, a empresa iniciará os seus atendimentos dentro do Concelho de Bragança. Este concelho possui 50 freguesias: Alfaião, Aveleda, Babe, Baçal, Calvelhe, Carragosa, Carrazedo, Castrelos, Castro de Avelãs, Coelhoso, Deilão, Donai, Espinhosela, Faílde, França, Gimonde, Gondesende, Guadramil, Gostei, Grijó de Parada, Izeda, Macedo do Mato, Meixedo, Milhão, Mós, Nogueira, Outeiro, Parada de Infanções, Paradinha Nova, Parâmio, Pinela, Pombares, Quintanilha, Quintela de Lapaças, Rabal, Rebordainhos, Rebordãos, Rio de Onor, Rio Frio, Salsas, Samil, Santa Comba de Rossas, Santa Maria, São Julião de Palácios, São Pedro de Sarracenos, Sé, Sendas, Serapicos, Sortes e Zoio e para tanto, foi delimitada uma área, conforme a Figura 33, onde a deslocação para a realização dos serviços não será cobrada. Para as área que ultrapassem a marcação, será cobrado um euro por quilómetro quadrado. Como a maior parte da população encontra-se na área demarcada, o valor das deslocações para as outras áreas não foi incluso no plano financeiro, porém, faz-se necessário mencionar.

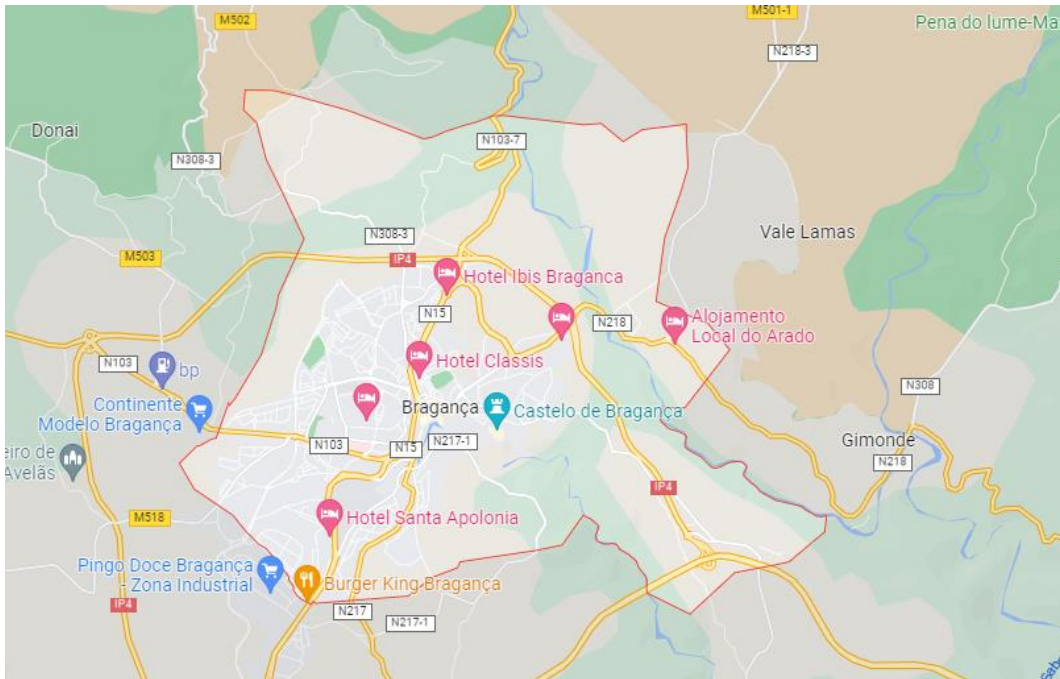


Figura 33: Delimitação mapa onde os serviços serão realizados sem a cobrança da deslocação.

Fonte: <http://www.atlanticarwash.com/precario.php>.

A tabela de preços foi definida de acordo com a tabela utilizada pela FIT CAR WASH com relação aos tamanhos dos automóveis e nela não está contemplado o valor para as deslocações. Que, conforme descrito acima, este será cobrado a parte, caso o local desejado para a realização dos serviços seja fora da área delimitada. A tabela geral de preços da empresa ECO WASH TRANSMONTANA encontra-se no Anexo II deste trabalho.

2.4.3 Promoção e Publicidade

Dos canais de comunicação já mencionados, a empresa fará o máximo para manter a divulgação nas Redes Sociais de forma orgânica. No entanto, em algum momento poderá precisar do tráfego patrocinado para obter mais seguidores e assim conseguir alcançar mais pessoas.

Com as parcerias junto a alguns influenciadores digitais já conseguirá um bom resultado, pois são pessoas que possuem milhares de seguidores, sendo esta uma ótima estratégia de divulgação.

2.4.4 Estratégia das Vendas

Para que a empresa consiga seus primeiros clientes, precisará não só informar que iniciaram-se as atividades, mas também manter seus meios de transporte sempre impecáveis, pois serão espelhos dos serviços oferecidos.

Além disso, para uma divulgação mais rápida e eficaz, a empresa fará troca de serviços com os influenciadores digitais, onde pela divulgação em suas redes sociais se pagará com os serviços que a empresa oferece nos seus automóveis e estofos de casa, pois não há quem não necessite destes serviços.

A empresa também irá dispor de um cartão fidelidade em que o cliente, ao completar oito serviços, o nono terá um desconto de 50% (cinquenta por cento). A empresa fará um pouco diferente dos mais tradicionais que são dez serviços. Conforme mostra a Figura 34.



Figura 34: Cartão Fidelidade ECO WASH TRANSMONTANA.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Como só há um shopping na cidade, a empresa irá propor uma parceria para montar um stand no parque do Shopping Bragança, de forma a que os clientes possam deixar seus carros a serem higienizados enquanto fazem suas compras. Para tal, a empresa precisará de três lugares para montar o espaço, conforme a Figura 35 que mostra o stand de uma das empresas pesquisadas:



Figura 35: Espaço (Stand) Atlantic Car Wash para Higienização a Seco num parque de Estacionamento Privado.

Fonte: <http://www.atlanticarwash.com/>.

2.5. Investigação & Desenvolvimento

A empresa “Eco Wash Transmontana” tem a intenção de registrar esta marca como empresa que se preocupa com o meio ambiente na ajuda contra a escassez dos recursos hídricos. Ao longo do tempo, realizará mais serviços da forma a seco, assim aumentará a sua capacidade para a realização dos serviços, terá uma maior variedade para seus clientes e ainda trará uma maior visibilidade da mesma no mercado.

A empresa pretende registrar a marca “Eco Wash Transmontana” tendo em vista que não se trata apenas de um serviço de lavagem a seco, como também há uma preocupação maior com os recursos hídricos.

2.6. Recursos Humanos e Operações

A empresa iniciará a sua atividade em janeiro de 2023 como uma sociedade por quotas com dois sócios que integralizam a mesma quantidade de capital, sendo 50% para cada um.

Cada sócio tem sua expertise no negócio, sendo a Alessandra Silva responsável pela área administrativa e o Ezildo Nunes pela parte operacional.

Nos dois primeiros anos, a empresa contará com mais dois colaboradores que serão treinados pelo sócio Ezildo Nunes que tem toda a experiência e competência no ramo de estética de automóveis.

O quadro de colaboradores crescerá de acordo com a procura, porém para o planeamento do plano financeiro foi determinada uma meta na quantidade de serviços realizados e o quadro de colaboradores foi definido de acordo com esta quantidade, conforme a Tabela 5. O estudo do tempo para a realização de cada serviço, que possibilitou saber quantos colaboradores contratar, encontra-se no Anexo IV deste trabalho.

Quadro de Pessoal	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Administração / Direcção	1	1	1	1	1	1
Administrativa Financeira						
Comercial / Marketing						
Produção / Operacional						
Técnico	1	1	1	1	1	1
Lavadores	2	2	3	4	5	5
Aprovisionamento						
Investigação & Desenvolvimento						
Outros						
TOTAL	4	4	5	6	7	7

Tabela 5: Quadro comparativos dos valores dos concorrentes (Lavagem de Estofos) - Bragança - Portugal.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Cada colaborador tem o seu contrato com a empresa, com as seguintes condições:

- Alessandra: Será registrada com contrato por tempo indeterminado, pois será responsável por toda a parte burocrática da empresa, seu salário inicial será de 900 euros.
- Henrique: Será registrado como mão de obra direta e com contrato por tempo indeterminado. O mesmo trabalhará efetivamente na realização dos serviços junto aos outros colaboradores. O seu salário inicial será de 900 euros e seu papel na equipa será de Técnico Operacional, sendo o responsável pela logística, treinamento e supervisão dos colaboradores.
- Os demais colaboradores serão registrados com contrato a termo certo, por tempo determinado, que poderá ser renovado por mais um ano e de acordo com o desempenho de cada um, o contrato poderá se tornar sem termo. Estes receberão inicialmente 800 euros cada.

Todos os salários sofrerão um aumento de 3% anualmente ou de acordo com o aumento do salário mínimo base.

2.6.1 Organigrama da empresa

O organigrama está apresentado abaixo. Como se trata de uma empresa de pequeno porte, só haverá três cargos conforme dispostos na figura 36:



Figura 36: Organigrama da empresa "Eco Wash Transmontana".

Fonte: Elaborado pelo autor.

2.6.2 Pessoal e Plano de Formação

O negócio será desenvolvido por um casal de imigrantes que pretende empreender nesta oportunidade de negócio no Município de Bragança. A Alessandra tem formação em Gestão e ainda é especialista em Gestão de Projetos e Gestão Estratégica e de Pessoas, sendo que nos últimos 16 anos se dedicou a área do Turismo como Gerente Operacional, pelo que desenvolveu competências para lidar com a parte financeira, contabilística e burocrática, bem como resolução de conflitos possíveis, pois é especialista em Gestão de Conflitos. Como tal, desenvolverá função de gerência na empresa.

O Ezildo Nunes será o responsável por toda a parte operacional da empresa. Como trabalhou em algumas empresas no ramo da estética de automóveis no Brasil, adquiriu know-how para a realização destes serviços na sua própria empresa, assim como competências para ensinar os restantes colaboradores da empresa, que aumentará conforme o crescimento da mesma. De notar ainda que no passado trabalhou em vários hotéis no Brasil como rececionista e tem ampla experiência para lidar com diversos tipos de pessoas, com seus desejos e frustrações.

O brainstorming inicial partiu do mestrado de Empreendedorismo e Inovação frequentado por Alessandra no Instituto Politécnico de Bragança em Portugal, sendo que com o decorrer do tempo vem tomando forma e em breve se tornará um negócio bem rentável.

A carga horária de trabalho será de 40h semanais com uma hora de almoço por dia, podendo ser necessárias horas extras que serão pagas juntamente ao salário no final do mês e que, por lei, não poderão ultrapassar 2h por dia.

Os colaboradores serão treinados para realizar um trabalho eficiente, na parte operacional relacionada com o serviço prestado, bem como para ter bom relacionamento com o cliente. Como tal, é expectável que possam receber comissão pelo serviço realizado a clientes que eles próprios conquistarem, ou seja, aqueles os quais eles mesmos divulguem a empresa e os serviços e desperte a curiosidade do cliente em conhecer. A comissão a pagar aos colaboradores será de 10% do valor do serviço, a acrescer ao seu salário no final do mês. Estas comissões também não estão dispostas no plano Financeiro, porém faz-se necessário expor, pois poderão ocorrer.

2.6.3 Operações

Tendo em conta que a empresa não possui um espaço físico e que todos os nossos serviços serão realizados ao domicílio, o local de apoio é a casa dos sócios Alessandra e Ezildo situada próximo ao Cemitério da cidade de Bragança.

Os produtos e equipamentos ficarão sempre guardados neste local e todas as manhãs será feita uma reunião para iniciar o dia, com textos de motivação e após Ezildo fará a divisão e distribuição da rota de cada um dos colaboradores, de acordo com as solicitações feitas pelos clientes.

Ao serem distribuídas as rotas, cada colaborador, seja sozinho ou em dupla, será encaminhado ao local com os produtos necessários para a realização do serviço contratado, além de materiais para serviços que possam ser incluídos. O serviço será solicitado pelo cliente através do site ou aplicação, o lavador faz login e inicia o trajeto, pelo que o cliente poderá acompanhar a chegada dele ao local conforme a figura 38. Dependendo do lugar e/ou serviços a serem realizados, Ezildo os levará na carrinha da empresa.

Os meios de transporte da empresa serão conforme a figura 37, sempre impecáveis e identificados com a logomarca.



Figura 37: Modelo das motas e carrinha da empresa “Eco Wash Transmontana”.

Fonte: Elaborado pelo autor.

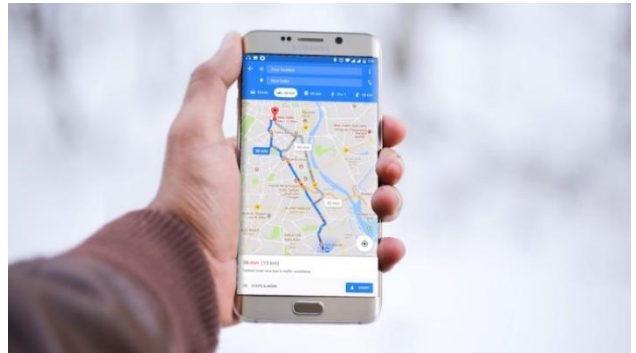
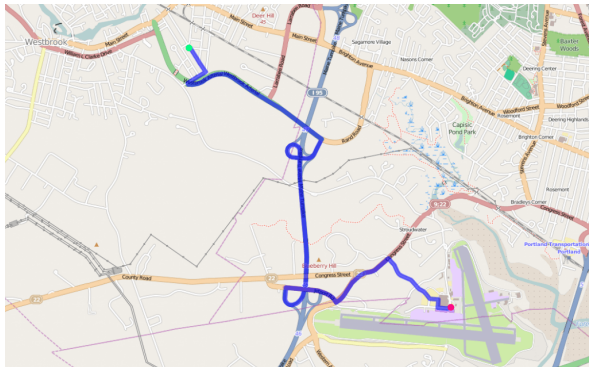


Figura 38: Modelos mapa de acompanhamento Lavador x Cliente da empresa “Eco Wash Transmontana”.

Fonte: Elaborado pelo autor.

2.7. Plano Financeiro

O plano financeiro faz parte de uma estrutura que fundamenta todas as fases de amadurecimento e crescimento de uma empresa.

Neste plano será apresentada a análise dos dados económico-financeiros que garantem a viabilidade desta empresa.

2.7.1 Pressupostos

Para a elaboração deste plano financeiro, foram definidos alguns pressupostos levando em consideração a atual análise de mercado, que constam na Tabela 6.

Unidade monetária	Euros	
1º Ano actividade	2023	
Prazo médio de Recebimento (dias) / (meses)	1,5	0,1
Prazo médio de Pagamento (dias) / (meses)	9	0,3
Prazo médio de Stockagem (dias) / (meses)	0	0,0
Prazo para pagamento de IVA (trim. = 4; mensal = 12)	4	4 = trim.; 1 = mensal
Taxa de IVA - Vendas	23%	
Taxa de IVA - Prestação Serviços	23%	
Taxa de IVA - CMVMC	23%	
Taxa de IVA - FSE	23%	
Taxa de IVA - Investimento	23%	
Taxa de Segurança Social - entidade - órgãos sociais	23,75%	Em vigor no ano base.
Taxa de Segurança Social - entidade - colaboradores	23,75%	
Taxa de Segurança Social - pessoal - órgãos sociais	11,00%	
Taxa de Segurança Social - pessoal - colaboradores	11,00%	
Taxa média de IRS	7,35%	Média após análise da situação individual de cada colaborador.
Taxa de IRC	21,00%	Tendo em vista que iremos atuar apenas no Continente.
Taxa de Aplicações Financeiras Curto Prazo	0,70%	NOTA: Quando não se aplica <i>Beta</i> , colocar: - O prémio de risco (p^o) adequado ao projecto - Beta = 100% ==> $R(Tx \text{ actualização}) = R_f + p^o$
Taxa de juro de empréstimo Curto Prazo	4,00%	
Taxa de juro de empréstimo ML Prazo	5,00%	
Taxa de juro de activos sem risco - R_f	1,60%	
Prémio de risco de mercado - $(R_m - R_f)^*$ ou p^o	2,00%	
Beta empresas equivalentes	100,00%	
Taxa de crescimento dos cash flows na perpetuidade	0,01	
* Rendimento esperado de mercado - (entenda-se mercado acionista de referência)	Na maioria dos projetos considerar 0% e utilizar Não a perpetuidade mas sim o valor residual, o valor do Ativo Fixo não Amortizado e o Valor Residual do F Maneio no último ano. VER Folha Avaliação em que existem as 2 Hipóteses.	

Tabela 6: Pressupostos do Plano Financeiro.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Tendo em vista a possibilidade da prestação de serviços para empreendimentos hoteleiros onde poder-se-á realizar a higienização e desinfeção de colchões, assim como a limpeza e impermeabilização das cadeiras do restaurante e salão de eventos, por exemplo, ou até mesmo para lojas revendedoras de automóveis, está previsto 10% das vendas com pagamento a crédito com o prazo de 15 dias, por se tratarem de pessoa coletivas. Os restantes 90% da faturação respeitam as vendas de ao consumidor, pessoas individuais, que pagarão a pronto pagamento.

Considerando a parceria com o principal fornecedor, a V8 Magical, 30% dos produtos comprados serão pagos a crédito num prazo médio de 30 dias, pelo que se obtém um bom prazo para obter o dinheiro das vendas.

Como se trata de serviços, não existe stock de produtos, sendo que o consumo dos materiais utilizados nos serviços serão comprados semanalmente de acordo com a necessidade.

Em termos de IVA, a empresa decidiu optar pelo modelo de pagamento trimestral.

Tendo em vista que a CAE principal está ligada à reparação e recuperação de viaturas, a taxa de IVA aplicada é de 23%, assim como nas oficinas. Para a Segurança Social, os descontos aplicados serão de 23,75% relacionado à contribuição da empresa e 11% relacionado ao trabalhador.

Relativamente aos impostos suportados pelos trabalhadores e retidos pela empresa, vejamos a situação de cada um dos colaboradores que serão contratados nos dois primeiros anos da empresa.

- Alessandra e Henrique são casados e sócios, ambos são titulares e têm uma dependente. O salário de cada um é no valor de 900,00 euros. O IRS deles é feito através da tributação conjunta de rendimentos e conforma a Figura 39 a percentagem será de 19,3%;

Tabela III — Trabalho dependente

Casado, dois titulares

Remuneração Mensal Euros	Número de dependentes					
	0	1	2	3	4	5 ou mais
Até 710,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 720,00	1,8%	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 740,00	4,5%	3,4%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 754,00	6,3%	3,7%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 822,00	7,9%	5,1%	3,4%	2,5%	0,6%	0,0%
Até 931,00	10,1%	7,3%	6,5%	3,8%	3,1%	1,2%
Até 1.015,00	11,3%	8,6%	7,8%	5,1%	4,4%	3,1%
Até 1.075,00	12,1%	9,5%	8,6%	6,0%	4,8%	3,9%
Até 1.154,00	13,1%	11,4%	10,6%	7,9%	7,1%	5,3%
Até 1.237,00	14,1%	12,4%	11,5%	8,9%	8,0%	6,3%
Até 1.333,00	15,1%	14,4%	12,6%	10,7%	9,0%	8,1%
Até 1.437,00	16,1%	15,3%	13,6%	11,9%	10,0%	9,2%
Até 1.577,00	17,1%	16,4%	14,6%	12,8%	11,1%	10,2%
Até 1.727,00	18,5%	17,7%	16,1%	14,3%	13,4%	11,7%
Até 1.887,00	19,9%	19,3%	17,6%	16,0%	15,2%	13,5%

Figura 39: Despacho n.º 2390-B/2022 referente à retenção do IRS na fonte (casado, dois titulares).

Fonte: (Despacho n.º 2390-B/2022, 2022).

- A Maria não é casada, sendo única titular com dois dependentes e conforme a Figura 40 a percentagem será de 1%;



Tabelas de retenção na fonte para o continente — 2022

Tabela I — Trabalho dependente

Não casado

Remuneração Mensal Euros	Número de dependentes					
	0	1	2	3	4	5 ou mais
Até 710,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 720,00	1,8%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 740,00	4,5%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 754,00	6,3%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 822,00	7,9%	4,5%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Figura 40: Despacho n.º 2390-B/2022 referente à retenção do IRS na fonte (não casado).

Fonte: (Despacho n.º 2390-B/2022, 2022).

- Francisco não é casado, portanto único titular e sem filhos e conforme a Figura 41 a percentagem será de 7,9%;



Tabelas de retenção na fonte para o continente — 2022

Tabela I — Trabalho dependente

Não casado

Remuneração Mensal Euros	Número de dependentes					
	0	1	2	3	4	5 ou mais
Até 710,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 720,00	1,8%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 740,00	4,5%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 754,00	6,3%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 822,00	7,9%	4,5%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Figura 41: Despacho n.º 2390-B/2022 referente à retenção do IRS na fonte (não casado).

Fonte: (Despacho n.º 2390-B/2022, 2022).

- José é casado, porém é o único titular tendo sua esposa e filho como dependentes que conforme a Figura 42 a percentagem será de 1,2%. Este só será contratado a partir do terceiro ano, mas a empresa decidiu considerar seu percentual, pois se a procura aumentar antes do previsto, este será contratado com antecedência.



Tabela II — Trabalho dependente

Casado, único titular

Remuneração Mensal Euros	Número de dependentes					
	0	1	2	3	4	5 ou mais
Até 710,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 740,00	3,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 761,00	3,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 802,00	4,7%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 844,00	5,6%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Até 894,00	6,5%	3,7%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%

Figura 42: Despacho n.º 2390-B/2022 referente à retenção do IRS na fonte (casado, único titular).

Fonte: (Despacho n.º 2390-B/2022, 2022).

Desta forma, de acordo com o Despacho nº 2390-B/2022, de 23 de fevereiro de 2022, há uma percentagem do salário bruto mensal que é retido pela empresa, sendo 19,3%, 1,0%, 7,9% e 1,2%, respetivamente. Assim, neste caso e como pressuposto, será usada a taxa de 7,35% que é a média das taxas acima calculadas e descritas.

2.7.2 Vendas Mensais

A empresa disporá de seis Packs de serviços principais, dezesseis serviços extras e sete serviços em estofos, pelo que, no plano financeiro são apresentadas três categorias, que são Packs Principais, Extras e Estofos. De ressaltar que os serviços dependem do tamanho das viaturas e estofos, pelo que em 90% deles os serviços são multiplicados por três. No caso das viaturas a divisão é feita entre carros pequenos, médios e grandes; e, no caso dos estofos, pelo tamanho do estofa, como por exemplo sofás e colchões.

O objetivo definido para a quantidade de serviços foi a mais conservadora e teve-se em consideração a diversidade dos mesmos e a quantidade de colaboradores contratados ao longo dos seis anos em análise. Além disso, esta previsão para a realização dos serviços foi baseada na quantidade de viaturas novas, com até cinco anos de idade e o facto de que se trata de um novo serviço na região.

Assim, foi feito um estudo do tempo de realização de cada serviço para se constatar quantas horas seriam trabalhadas por ano e também por dia, para cada colaborador. Nesta análise, foi levado em consideração onze meses trabalhados, pois todos os colaboradores têm direito a férias de um mês, e cinco horas de trabalho efetivas, visto que tem de se considerar o tempo de deslocação aos clientes por não ser faturado. As tabelas referente ao estudos das quantidade de serviços que deverão ser realizados e seus valores unitários contam no Anexo III deste trabalho.

Nos dois primeiros anos, a quantidade de serviços é mais baixa para que se tenha tempo de sentir e conhecer o mercado, pelo que depois deste período a empresa estará mais implementada e conseguirá mais facilmente conquistar clientes. Além disso, o primeiro ano será o ano em que os colaboradores ganharão tempo de qualidade em formação.

Na Tabela 7, são apresentados valores faturados nos serviços dos clientes, que estão resumidos nas três categorias: Packs principais, Serviços extras e Estofos. Considerando os diferentes tamanhos de viaturas e estofos, a quantidade total de serviços ficou em 83 tipos de serviços. O preço unitário considerado em cada categoria foi definido através de uma média. A variação anual no preço de venda foi estimada em 1% ao longo dos anos de atividade em análise. Assim, o volume de negócio previsto, sem IVA, irá variar entre 97.944 mil euros e 194.207 mil euros no período de 2023 a 2028.

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Taxa de variação dos preços		1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%

VENDAS – MERCADO NACIONAL	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Packs Principais	9.000	9.090	11.476	13.909	17.560	17.569
Quantidades vendidas	432	432	540	648	810	810
Taxa de crescimento das unidades vendidas		0,00%	25,00%	20,00%	25,00%	0,00%
Preço Unitário	20,83	21,04	21,25	21,46	21,68	21,69
Serviços Extras	40.584	40.990	51.750	62.721	79.185	80.385
Quantidades vendidas	1.176	1.176	1.470	1.764	2.205	2.239
Taxa de crescimento das unidades vendidas		0,00%	25,00%	20,00%	25,00%	1,52%
Preço Unitário	34,51	34,86	35,20	35,56	35,91	35,91
Estofos	48.360	48.844	61.665	74.738	94.357	96.253
Quantidades vendidas	384	384	480	576	720	727
Taxa de crescimento das unidades vendidas		0,00%	25,00%	20,00%	25,00%	1,00%
Preço Unitário	125,94	127,20	128,47	129,75	131,05	132,36
TOTAL	97.944	98.923	124.891	151.368	191.102	194.207

TOTAL VENDAS – MERCADO NACIONAL	97.944	98.923	124.891	151.368	191.102	194.207	
TOTAL VENDAS – EXPORTAÇÕES	0	0	0	0	0	0	
TOTAL VENDAS	97.944	98.923	124.891	151.368	191.102	194.207	
IVA VENDAS	23%	22.527	22.752	28.725	34.815	43.953	44.668

TOTAL VOLUME DE NEGÓCIOS	97.944	98.923	124.891	151.368	191.102	194.207
---------------------------------	--------	--------	---------	---------	---------	---------

IVA	22.527	22.752	28.725	34.815	43.953	44.668
------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

TOTAL VOLUME DE NEGÓCIOS + IVA	120.471	121.676	153.616	186.182	235.055	238.875
---------------------------------------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

Tabela 7: Vendas e Prestações de Serviços.

Fonte: Elaborada pelo autor utilizando modelo do IAPMEI.

2.7.3 Custos Diretos

Os custos diretos estão relacionados com a compra dos produtos principais para a realização dos serviços propostos. Estes serão adquiridos com a Empresa V8 Magicals, que será o principal fornecedor.

Para cada serviço, há uma quantidade exata de produto a ser utilizado, sendo que vai depender da sujidade da superfície. Após um estudo e indicações do fabricante, chegou-se ao total de uso de cada produto para cada serviço através de uma média. Na Tabela 8, segue um exemplo:

V8 WATERLESS CAR WASH			
Consumo Médio por Lavagem/Limpeza	Consumo em ML	Limp./Lav. Por Litro	Nº de Lavagens por Litro
Gama média	150	6,7	33,5
Gama Alta / 4x4 / SUV / Carros de Luxo	200	5,0	25
Furgonetas de 6 a 9 lugares	250	4,0	20

Tabela 8: Consumo Médio do V8 Waterless Car Wash por Limpeza/Lavagem.

Fonte: Elaborada pelo autor.

Com esta análise, foi possível definir para cada um dos 83 serviços, a quantidade em ML de cada produto que será usada e assim ter uma média de valor destes custos diretos o mais aproximada possível.

2.7.4 Fornecimento e Serviços Externos

Para o desenvolvimento da atividade, a empresa incorre em custos associados aos Fornecimentos e Serviços Externos (FSE), os quais são necessários para o andamento de qualquer empresa.

De entre os serviços previstos, conforme a Tabela 9, há o valor de 80 euros mensais para Publicidade e Propaganda, onde será contratada uma pequena empresa de marketing digital para gerir as redes sociais, 90 euros mensais como honorários de um contabilista, o qual fará toda a contabilidade da empresa, além serão reservados 50 euros mensais para eventuais danos durante a realização dos serviços.

As ferramentas e Utensílios de desgaste rápido são materiais baratos como lixa, panos de microfibra, pincéis, bico da extratora, entre outros, pelo que se prevê gastar cerca de 30 euros mensais.

Para a compra de materiais de escritório, foi planeado 20 euros mensais e mais 20 euros em artigos para ofertas, pois se planea oferecer algo como oferta aos clientes, como seja um ambientador com a logo da marca da empresa, ou bolsinhos plásticos para a colocação dos seguros e inspeções nos pára-brisas, ou até mesmos sacos plásticos presos no manete de mudança de velocidade para servir de lixeiro



(Figuras ilustrativas)

A empresa prevê ainda gastar cerca de 200 euros mensais em combustível, embora se possa ter de avaliar este valor devido alterações constantes no preço dos combustíveis. Todos os valores tomam em conta as projeções de crescimento do volume de negócios.

Além do que já foi mencionado, também foi planeado 30 euros mensais para fins de inspeção da carrinha e das motas. Sabe-se que esta inspeção é anual, porém sempre é necessário levá-los ao mecânico antes da inspeção e por isso este valor. Os seguros dos transportes serão pagos anualmente, desta forma a empresa reservará um valor de 21 euros mensais.

Na parte de serviços diversos, há um valor de 100 euros destinados a arrendamento, pois mesmo a empresa não tendo um local fixo para funcionamento, a base da mesma funcionará na casa dos sócios e para tanto parte desta renda precisa ser paga pela empresa, assim como os 15 euros mensais destinados à limpeza, higiene e conforto.

Para pagamentos das comunicações (telemóvel e internet) foi planeado o valor de 82 euros mensais e 10 euros mensais pelo software de faturação, também muito necessário.

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Nº Meses	12	12	12	12	12	12
Taxa de crescimento		2,00%	25,00%	20,00%	10,00%	5,00%

	Tx IVA	CF	CV	Valor Mensal	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Subcontratos	23%	100%								
Serviços especializados										
Trabalhos especializados	23%	100%								
Publicidade e propaganda	23%	100%		80,00	960,00	979,20	1.224,00	1.468,80	1.615,68	1.696,46
Vigilância e segurança	23%	100%								
Honorários	23%	100%		90,00	1.080,00	1.101,60	1.377,00	1.652,40	1.817,64	1.908,52
Constituição da Empresa	23%	100%			360,00					
Eventuais Danos	23%	100%		50,00	600,00	612,00	765,00	918,00	1.009,80	1.060,29
Materiais										
Ferramentas e utensílios de desgaste rápido	23%		100%	30,00	360,00	367,20	459,00	550,80	605,88	636,17
Livros e documentação técnica	23%	100%								
Material de escritório	23%	40%	60%	20,00	240,00	244,80	306,00	367,20	403,92	424,12
Artigos para oferta	23%		100%	20,00	240,00	244,80	306,00	367,20	403,92	424,12
Energia e fluidos										
Electricidade	23%	100%								
Combustíveis	23%		100%	200,00	2.400,00	2.448,00	3.060,00	3.672,00	4.039,20	4.241,16
Água	6%	100%								
Deslocações, estadas e transportes										
Inspeção Automóvel e Moto	23%	100%		30,00	360,00	367,20	459,00	550,80	605,88	636,17
Seguro Automóvel e Moto	23%	100%		21,00	252,00	257,04	321,30	385,56	424,12	445,32
Transportes de mercadorias	23%	100%		10,00	120,00	122,40	153,00	183,60	201,96	212,06
Serviços diversos										
Rendas e alugueres	23%	100%		100,00	1.200,00	1.224,00	1.530,00	1.836,00	2.019,60	2.120,58
Comunicação	23%	100%		82,00	984,00	1.003,68	1.254,60	1.505,52	1.656,07	1.738,88
Software de faturação		100%		10,00	120,00	122,40	153,00	183,60	201,96	212,06
Royalties	23%	100%								
Contencioso e notariado	23%	100%								
Despesas de representação	23%		100%							
Limpeza, higiene e conforto	23%		100%	15,00	180,00	183,60	229,50	275,40	302,94	318,09
Outros serviços	23%	50%	50%							
TOTAL FSE					9.456,00	9.277,92	11.597,40	13.916,88	15.308,57	16.074,00
FSE - Custos Fixos					6.132,00	5.887,44	7.359,30	8.831,16	9.714,28	10.199,99
FSE - Custos Variáveis					3.444,00	3.512,88	4.391,10	5.269,32	5.796,25	6.086,06
TOTAL FSE					9.576,00	9.400,32	11.750,40	14.100,48	15.510,53	16.286,05
IVA					1.150,92	1.089,48	1.361,85	1.634,22	1.797,65	1.887,53
FSE + IVA					10.606,92	10.367,40	12.959,25	15.551,10	17.106,21	17.961,52

Tabela 9: FSE – Fornecimentos e Serviços Externos.

Fonte: Elaborada pelo autor utilizando modelo do IAPMEI.

A Tabela 9 acima evidencia então todos os Fornecimentos e Serviços Externos que ascedem a 9.576 mil euros no primeiro ano, evoluindo nos anos subsequentes em função do aumento da atividade da empresa. No último ano estes valores ascedem a 16.286,05 mil euros.

2.7.5 Gastos com Pessoal

A empresa, nos primeiros seis anos terá apenas três cargos e o único que sofrerá alterações será a quantidade de lavadores. Esta quantidade irá variar de acordo com a procura e com as metas traçadas para a quantidade de serviços a serem realizados.

Conforme a Tabela 10, os salários definidos para a Administração e Técnico, que são sócios, foi um pouco mais que a base, no valor de 900 euros e o salário dos lavadores será no valor de 800 euros. Para todos estes está previsto um aumento de 3% anual ou seguir de acordo com o salário base designado para aquele ano.

Com relação às percentagens consideradas, teremos 23,75% para a Segurança Social, 1% para acidentes de trabalho e o valor de 4,77 euros/dia para o subsídio de alimentação, tendo em vista ser este o valor atual definido pelo Orçamento de Estado para o ano de 2022.

Em relação às retenções na fonte, foram considerados 11% para a Segurança Social e 7,35% que é a média para a retenção do IRS conforme explicado nos pressupostos deste plano.

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Nº Meses	14	14	14	14	14	14
Incremento Anual (Vencimentos + Sub. Almoço)		3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%

Quadro de Pessoal	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Administração / Direcção	1	1	1	1	1	1
Técnico	1	1	1	1	1	1
Lavadores	2	2	3	4	5	5
TOTAL	4	4	5	6	7	7

Remuneração base mensal	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Administração / Direcção	900	927	955	983	1.013	1.043
Técnico	900	927	955	983	1.013	1.043
Lavadores	800	824	849	874	900	927

Remuneração base anual - TOTAL Colaboradores	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Administração / Direcção	12.600	12.978	13.367	13.768	14.181	14.607
Técnico	12.600	12.978	13.367	13.768	14.181	14.607
Lavadores	22.400	23.072	35.646	48.954	63.029	64.919
TOTAL	47.600	49.028	62.381	76.491	91.391	94.133

Outros Gastos	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Segurança Social						
Órgãos Sociais	23,75%	2.993	3.082	3.175	3.270	3.368
Pessoal	23,75%	8.313	8.562	11.641	14.897	18.337
Seguros Acidentes de Trabalho	1%	476	490	624	765	914
Subsídio Alimentação	104,94	4.617	4.756	6.123	7.568	9.095
TOTAL OUTROS GASTOS		16.398	16.890	21.562	26.500	31.714

TOTAL GASTOS COM PESSOAL	2023	2024	2025	2026	2027	2028
	63.998	65.918	83.943	102.990	123.105	126.798

QUADRO RESUMO	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Remunerações						
Órgãos Sociais	12.600	12.978	13.367	13.768	14.181	14.607
Pessoal	35.000	36.050	49.014	62.722	77.210	79.526
Encargos sobre remunerações	11.305	11.644	14.815	18.167	21.705	22.357
Seguros Acidentes de Trabalho e doenças profissionais	476	490	624	765	914	941
Gastos de acção social	4.617	4.756	6.123	7.568	9.095	9.367
Outros gastos com pessoal						
TOTAL GASTOS COM PESSOAL	63.998	65.918	83.943	102.990	123.105	126.798

Retenções Colaboradores	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Retenção SS Colaborador						
Gerência / Administração	11,00%	1.386	1.428	1.470	1.515	1.607
Outro Pessoal	11,00%	3.850	3.966	5.391	6.899	8.748
Retenção IRS Colaborador	7,35%	3.499	3.604	4.585	5.622	6.919
TOTAL Retenções	8.735	8.997	11.447	14.036	16.770	17.273

Tabela 10: Gastos com Pessoal.

Fonte: Elaborada pelo autor com ajuda do modelo do IAPMEI.

Os custos totais com os trabalhadores da empresa ascendem a 63.998 mil euros no primeiro ano, sendo que 47.600 mil euros são os salários brutos e o restante gastos adicionais como a segurança social e seguro de acidentes de trabalho.

2.7.6 Investimentos

Conforme a Tabela 11, foi definido um valor de 6.546 mil euros de Reserva de Segurança da Tesouraria que teve por base a média dos gastos mensais com o CMVMC, FSE e Gastos com Pessoal de 2023 (primeiro ano).

O capital inicial será de 10 mil euros e este valor será suficiente para o início das atividades, assim, não se fez necessário nenhum financiamento bancário.

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Necessidades Fundo Maneio						
Reserva Segurança Tesouraria	6.546	6.546	6.546	6.546	6.546	6.546
Clientes	502	507	640	776	979	995
Inventários						
Estado						
TOTAL	7.048	7.053	7.186	7.322	7.525	7.541
Recursos Fundo Maneio						
Fornecedores	364	521	759	912	1.028	1.072
Estado	5.852	6.779	8.470	10.304	12.957	13.183
*						
TOTAL	6.216	7.300	9.228	11.216	13.985	14.255
Fundo Maneio Necessário	832	-247	-2.042	-3.894	-6.459	-6.714
Investimento em Fundo de Maneio	832	-1.079	-1.795	-1.852	-2.565	-254

Tabela 11: Investimento em Fundo de Maneio Necessário.

Fonte: Elaborada pelo autor com ajuda do modelo do IAPMEI.

Para a realização dos serviços temos alguns investimentos necessários em equipamentos básicos, assim como em meios de transporte, visto que a empresa trabalha de forma ao domicílio, estes estão descritos na Tabela 12. Alguns materiais importantes, porém de custo mínimo, foram contabilizados nos FSE na parte de ferramentas e utensílios de desgaste rápido.

RELAÇÃO DOS BENS DE EQUIPAMENTO DO PROJECTO			
Descrição do Equipamento	Quantidade	Preço Unitário	Custo Total
EQUIPAMENTOS BÁSICO/PRODUTIVOS			
EXTRATORA - Aspirador de pó e líquidos profissional Columbus SW 53 S	3,00	1.000,00 €	3.000,00 €
SECADOR A AR PROFISSIONAL - BLO DRYER AIR-GT	3,00	319,95 €	959,85 €
LUZ DE INSPEÇÃO LED - GYEON PRISM MINI	1,00	110,00 €	110,00 €
LUZ DE INSPEÇÃO LED - AUTO FINESSE SWIRL SEEKER	3,00	34,00 €	102,00 €
EQUIPAMENTOS ADMINISTRATIVOS	1,00	1.000,00 €	1.000,00 €
TELEMÓVEIS	2,00	500,00 €	1.000,00 €
REGISTRO DA MARCA	1,00	300,00 €	300,00 €
EQUIPAMENTOS TRANSPORTE			
CARRINHA COMERCIAL	1,00	5.000,00 €	5.000,00 €
MOTO	2,00	2.500,00 €	5.000,00 €
INVESTIMENTO EM ATIVO INTANGÍVEL			
APLICAÇÃO			
DESENVOLVIMENTO APLICAÇÃO	1,00	4.000,00 €	4.000,00 €
WEBSITE			
REGISTRO E DESENVOLVIMENTO DO WEBSITE	1,00	830,00 €	830,00 €
INVESTIMENTO EM ATIVO FIXO TANGÍVEL			16.471,85 €
INVESTIMENTO EM ATIVO INTANGÍVEL			4.830,00 €
INVESTIMENTO TOTAL			21.301,85 €

Tabela 12: Investimentos em Ativo Tangível e Intangível.

Fonte: Elaborada pelo autor.

O sucesso da lavagem a seco vem da experiência de quem faz, do produto utilizado e do uso correto dos panos de microfibra. No caso da higienização dos estofos, além do que já foi mencionado, da potência da extratora. O secador será utilizado sempre que o cliente precisar utilizar o veículo ou o estofos em questão de imediato.

Com exceção dos produtos utilizados nos serviços de higienização a seco e os meios de transporte que serão essenciais, pois os dois investimentos principais serão a extratora e o secador.

EXTRATORA



(figuras ilustrativas)

Aspirador de pó e líquidos profissional Columbus SW 53|S com três motores de sucção potentes e comutados separadamente. Tanque de aço cromado de 78 litros, Mangueiras de sucção robustas com um diâmetro de 38 mm e 32,5Kg no total.

SECADOR



- 2 motores com potência total de 8 HP
- 64000 FPM
- Cabo e tubo de 8 m de comprimento
- Velocidade de ar ajustável
- Filtro de ar quente
- Bocais de ar de borracha, seguro contra toques acidentais
- Rodas 360° com bloqueio para fácil deslocação

De acordo com a Tabela 13, os investimentos contemplam além dos equipamentos básicos, de transporte ou administrativo, a empresa investe em ativos como o Registro da Marca e o Desenvolvimento do Website e Aplicação, que serão de extrema importância na gestão do negócio. O investimento total ascende a 21.302 mil euros. Na tabela abaixo são ainda apresentadas as depreciações e amortizações do investimento.

Investimento por ano	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Activos fixos tangíveis						
Equipamento Básico	4.172					
Equipamento de Transporte	10.000					
Equipamento Administrativo	2.000					
Total Activos Fixos Tangíveis	16.172					
Activos Intangíveis						
Goodwill						
Projectos de desenvolvimento	4.000					
Website	830					
Propriedade industrial	300					
Outros activos intangíveis						
Total Activos Intangíveis	5.130					
Total Investimento	21.302					

OK

IVA	23%	3.910				
-----	-----	-------	--	--	--	--

Valores Acumulados	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Activos fixos tangíveis						
Equipamento Básico	4.172	4.172	4.172	4.172	4.172	4.172
Equipamento de Transporte	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
Equipamento Administrativo	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Total Activos Fixos Tangíveis	16.172	16.172	16.172	16.172	16.172	16.172
Activos Intangíveis						
Goodwill						
Projectos de desenvolvimento	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
Programas de computador	830	830	830	830	830	830
Propriedade industrial	300	300	300	300	300	300
Outros activos intangíveis						
Total Activos Intangíveis	5.130	5.130	5.130	5.130	5.130	5.130
Total	21.302	21.302	21.302	21.302	21.302	21.302

Depreciações e amortizações	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Total Depreciações & Amortizações	4.481	4.481	4.481	2.771	2.771	771

Depreciações & Amortizações acumuladas	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Propriedades de investimento						
Activos fixos tangíveis	2.771	5.543	8.314	11.086	13.857	14.629
Activos Intangíveis	1.710	3.420	5.130	5.130	5.130	5.130
TOTAL	4.481	8.963	13.444	16.216	18.987	19.759

Valores Balanço	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Propriedades de investimento						
Activos fixos tangíveis	13.400	10.629	7.857	5.086	2.314	1.543
Activos Intangíveis	3.420	1.710				
TOTAL	16.820	12.339	7.857	5.086	2.314	1.543

Tabela 13: Investimentos.

Fonte: Elaborada pelo autor com ajuda do modelo do IAPMEI.

2.7.7 Financiamento

De acordo com a tabela 14, não se torna necessário nenhum financiamento externo. Nota-se que, no primeiro ano há uma necessidade de financiamento no valor de 22.600 mil euros e nas fontes de financiamento a empresa já dispõe de 27.753 mil euros, que resultam principalmente dos meios libertos pela empresa.

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Investimento	22.134	-1.079	-1.795	-1.852	-2.565	-254
Margem de segurança	2%	2%	2%	2%	2%	2%
Necessidades de financiamento	22.600	-1.100	-1.800	-1.900	-2.600	-300

Fontes de Financiamento	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Meios Libertos	17.753	12.527	12.165	13.412	25.736	23.601
Capital	10.000					
Outros instrumentos de capital						
Empréstimos de Sócios						
Financiamento bancário e outras Inst. Crédito						
Subsídios						
TOTAL	27.753	12.527	12.165	13.412	25.736	23.601

Tabela 14: Financiamentos.

Fonte: Elaborada pelo autor com ajuda do modelo do IAPMEI.

2.7.8 Demonstração dos Resultados

Da Tabela 15, pode-se observar que a empresa terá resultados positivos, sejam eles antes (EBITDA) ou após (EBIT) as depreciações, gastos com financiamentos e impostos. O lucro da empresa varia entre 13.323 mil euros e 35.816 mil euros no período em análise. Nota-se que o principal gasto refere-se ao pessoal, o que se justifica pois a atividade é a prestação de serviços pelos colaboradores.

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Vendas e serviços prestados	97.944	98.923	124.891	151.368	191.102	194.207
Subsídios à Exploração						
Ganhos/perdas imputados de subsidiárias, associadas e empreendimentos conjuntos						
Variação nos inventários da produção						
Trabalhos para a própria entidade						
CMVMC	3.208	3.240	4.091	4.958	6.260	6.348
Fornecimento e serviços externos	9.456	9.278	11.597	13.917	15.309	16.074
Gastos com o pessoal	63.998	65.918	83.943	102.990	123.105	126.798
Imparidade de inventários (perdas/reversões)						
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)						
Provisões (aumentos/reduções)						
Imparidade de investimentos não depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)						
Aumentos/reduções de justo valor						
Outros rendimentos e ganhos						
Outros gastos e perdas						
EBITDA (Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos)	21.281	20.487	25.259	29.502	46.428	44.987
Gastos/reversões de depreciação e amortização	4.481	4.481	4.481	2.771	2.771	771
Imparidade de activos depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)						
EBIT (Resultado Operacional)	16.800	16.005	20.778	26.731	43.657	44.216
Juros e rendimentos similares obtidos	64	192	360	552	861	1.120
Juros e gastos similares suportados						
RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS	16.864	16.197	21.138	27.283	44.518	45.336
Imposto sobre o rendimento do período	3.542	3.401	4.439	5.729	9.349	9.521
RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO	13.323	12.796	16.699	21.554	35.169	35.816

Tabela 15: Demonstração dos Resultados.

Fonte: Elaborada pelo autor com ajuda do modelo do IAPMEI.

2.7.9 Balanços

Neste ponto, procura-se demonstrar a situação financeira da empresa. Aqui são considerados todos os ativos, passivos e capital próprio.

E, de acordo com a Tabela 16, tem-se o ativo fixo tangível que inicia com um valor notável, levando em consideração o capital próprio da empresa e este sofre a depreciação no decorrer do tempo.

O capital próprio possui um crescimento elevado, pois não foi previsionada a distribuição de lucros durante estes seis primeiros anos da empresa, porém nada impedirá de rever esta situação após o terceiro ano da empresa, onde este valor é bem significativo.

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
ACTIVO						
Activo Não Corrente	16.820	12.339	7.857	5.086	2.314	1.543
Activos fixos tangíveis	13.400	10.629	7.857	5.086	2.314	1.543
Propriedades de investimento						
Activos Intangíveis	3.420	1.710				
Investimentos financeiros						
Activo corrente	16.260	34.490	58.643	86.250	130.580	167.611
Inventários						
Clientes	502	507	640	776	979	995
Estado e Outros Entes Públicos						
Accionistas/sócios						
Outras contas a receber						
Diferimentos						
Caixa e depósitos bancários	15.758	33.983	58.003	85.474	129.601	166.615
TOTAL ACTIVO	33.080	46.829	66.500	91.336	132.895	169.154

CAPITAL PRÓPRIO						
Capital realizado	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
Acções (quotas próprias)						
Outros instrumentos de capital próprio						
Reservas		13.323	26.119	42.818	64.371	99.541
Excedentes de revalorização						
Outras variações no capital próprio						
Resultado líquido do período	13.323	12.796	16.699	21.554	35.169	35.816
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	23.323	36.119	52.818	74.371	109.541	145.356

PASSIVO						
Passivo não corrente						
Provisões						
Financiamentos obtidos						
Outras Contas a pagar						
Passivo corrente	9.757	10.710	13.683	16.964	23.354	23.797
Fornecedores	364	359	450	541	620	644
Estado e Outros Entes Públicos	9.393	10.351	13.233	16.423	22.734	23.153
Accionistas/sócios						
Financiamentos Obtidos						
Outras contas a pagar						
TOTAL PASSIVO	9.757	10.710	13.683	16.964	23.354	23.797

TOTAL PASSIVO + CAPITAIS PRÓPRIOS	33.080	46.829	66.500	91.336	132.895	169.154
--	---------------	---------------	---------------	---------------	----------------	----------------

Tabela 16: Balanço.

Fonte: Elaborada pelo autor com ajuda do modelo do IAPMEI.

2.7.10 Fluxos de Caixa

No mapa de fluxos de caixa é apresentada a tesouraria da empresa, evidenciando as entradas e saída. A tesouraria de exploração da empresa na Tabela 17 é sempre positiva, o que resulta da entrada dos fluxos de caixa da atividade da empresa. Todavia, neste mapa no primeiro ano os fluxos de caixa da empresa são negativos (4.381 euros) como resultado dos investimentos feitos neste ano. Deve, no entanto, referir-se que a empresa consegue ultrapassar esta situações pelo facto de os investimentos em carrinhas e motos serem pagas no longo prazo e não a pronto pagamento (por limitação da folha de cálculo, foi considerado o pagamento total no início, mas na verdade será pago ao longo de 2 anos).

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Meios Libertos do Projecto						
Resultados Operacionais (EBIT) x (1-IRC)	13.272	12.644	16.414	21.117	34.489	34.930
Depreciações e amortizações	4.481	4.481	4.481	2.771	2.771	771
Provisões do exercício						
	17.753	17.126	20.896	23.889	37.260	35.702
Investim./Desinvest. em Fundo Maneio						
Fundo de Maneio	-832	1.088	1.802	1.855	2.567	255
CASH FLOW de Exploração	16.921	18.213	22.698	25.744	39.827	35.957
Investim./Desinvest. em Capital Fixo						
Capital Fixo	-21.302					
Free cash-flow	-4.381	18.213	22.698	25.744	39.827	35.957
CASH FLOW acumulado	-4.381	13.833	36.531	62.275	102.102	138.059

Tabela 17: Cash Flow do período de 2023 a 2028.

Fonte: Elaborada pelo autor com ajuda do modelo do IAPMEI.

2.7.11 Avaliação

Por fim, faz-se necessária a demonstração e análise de indicadores económicos-financeiros, essenciais para a análise de potenciais investidores e entidades financeiras. A Tabela 18 traz o quadro destes indicadores, o que ajuda a complementar a análise do negócio.

Os indicadores de liquidez são índices extremamente importantes para acompanhar a saúde financeira da empresa. Com eles é possível verificar como está o crédito da empresa e a sua capacidade para pagamento das obrigações.

O indicador de autonomia financeira é um dos mais utilizados pelos bancos, pois é através de dele que se pode verificar o equilíbrio financeiro da empresa. Em resumo é a percentagem de capital

próprio que servirá para financiar a atividade da empresa e na Tabela 18 verifica-se que esta percentagem está sempre acima de 70%.

Com o indicador de solvabilidade sempre acima de 300% pode-se afirmar que a empresa tem capacidade de honrar com seus compromissos, pois seu ativo é maior que seu passivo.

A respeito da rentabilidade líquida no período em análise é positiva tendo uma média de 15%. As rendibilidades do ativo e do capital próprio sofrem um decréscimo ao longo dos anos do período em análise e isso se dá pelo crescimento do capital, tendo em vista que não há previsão para distribuição dos lucros.

INDICADORES ECONÓMICOS	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Taxa de Crescimento do Negócio		1%	26%	21%	26%	2%
Rentabilidade Líquida sobre o rédito	14%	13%	13%	14%	18%	18%

INDICADORES ECONÓMICOS - FINANCEIROS	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Return On Investment (ROI)	40%	27%	25%	24%	26%	21%
Rendibilidade do Activo	51%	34%	31%	29%	33%	26%
Rotação do Activo	296%	211%	188%	166%	144%	115%
Rendibilidade dos Capitais Próprios (ROE)	57%	35%	32%	29%	32%	25%

INDICADORES FINANCEIROS	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Autonomia Financeira	71%	77%	79%	81%	82%	86%
Solvabilidade Total	339%	437%	486%	538%	569%	711%

INDICADORES DE LIQUIDEZ	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Liquidez Corrente	1,67	3,22	4,29	5,08	5,59	7,04
Liquidez Reduzida	1,67	3,22	4,29	5,08	5,59	7,04

INDICADORES DE RISCO NEGÓCIO	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Margem Bruta	85.280	86.405	109.202	132.493	169.533	171.785
Grau de Alavanca Operacional	508%	540%	526%	496%	388%	389%
Grau de Alavanca Financeira	100%	99%	98%	98%	98%	98%

Tabela 18: Principais Indicadores.

Fonte: Elaborada pelo autor com ajuda do modelo do IAPMEI.

O cálculo do ponto crítico de um negócio é essencial para obter uma visão mais clara do mínimo de faturação necessária para cobrir todos os custos da empresa e esta informação é vital para a análise de viabilidade. Na Tabela 19 pode-se verificar que o ponto crítico da empresa é positivo e alcançável no decorrer dos anos em análise.

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Vendas e serviços prestados	97.944,00	98.923,44	124.890,84	151.367,70	191.101,72	194.207,35
CMVMC	3.208,29	3.240,38	4.090,98	4.958,26	6.259,81	6.348,01
Margem Bruta de Contribuição	91.291,71	92.170,18	116.408,77	141.140,12	179.045,66	181.773,27
Ponto Crítico	80.048,70	81.876,75	102.763,45	122.896,91	144.720,97	147.193,70

Tabela 19: Ponto Crítico (valores em euro).

Fonte: Elaborada pelo autor com ajuda do modelo do IAPMEI.

Finalmente, apresenta-se o Valor Actual Líquido (VAL) e a Taxa Interna de Rentabilidade (TIR), ambos de suma importância para encerrar a análise económico-financeira do negócio. Utiliza-se ambos indicadores em estudos de análises de viabilidade do negócio. Através do VAL verificamos o cálculo atual de todos os fluxos de caixa. A empresa apresenta investimento inferior ao valor atual dos fluxos de caixa, por isso o VAL é positivo, o que garante que o negócio tem rentabilidade positiva. E, quanto mais elevada a TIR, maior a rentabilidade do negócio e a empresa apresenta uma TIR de 438,93% conforme a Tabela 20.

Outro indicador de extrema importância é o Payback, pois através dele pode-se saber em quanto tempo a empresa terá o retorno de seus investimentos e de acordo com a Tabela 20, a empresa conseguirá este retorno ainda no primeiro ano.

Na perspectiva do Projecto	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Free Cash Flow to Firm	-4.381	18.213	22.698	25.744	39.827	35.957	0
WACC	3,60%	3,62%	3,63%	3,65%	3,66%	3,68%	3,68%
Factor de actualização	1	1,036	1,074	1,113	1,154	1,196	1,240
Fluxos actualizados	-4.381	17.578	21.138	23.131	34.520	30.059	0
Valor Actual Líquido (VAL)	122.044,22 €						
Taxa Interna de Rentabilidade	438,93%						
Pay Back period	1 Anos						

Tabela 20: Avaliação do Projeto.

Fonte: Elaborada pelo autor com ajuda do modelo do IAPMEI.

Conclusões

O presente trabalho tem como objetivo apresentar um Plano de Negócios tendo em vista a constituição da empresa Eco Wash Transmontana que pretende realizar serviços de Estética de Automóveis e Higienização de Estofos a seco, a qual é detida por dois sócios e seu quadro de colaboradores deverá aumentar de acordo com a meta estipulada da quantidade de serviços que serão realizados durante o período de análise.

A ideia do negócio surgiu quando um dos sócios teve a necessidade deste tipo de serviço e verificou não haver no Concelho de Bragança. Para quem tem cuidado com seus automóveis, a forma mais eficiente de higienizá-los é através da lavagem a seco, pois a mesma proporciona proteção e o carro fica limpo por mais tempo. Agregado ao princípio de higienização sem água de escorrência, a empresa também fará higienização de estofos em geral. Esta solução ajuda a diminuir, de certa forma, a degradação do meio ambiente e a crise hídrica em que vivemos.

A empresa prestará serviços 100% ao domicílio, trazendo conforto e comodidade aos seus clientes. Para agilizar este trabalho existirá uma aplicação web de fácil utilização, compatível para Android e IOS, além do seu Website, para a solicitação e marcação dos serviços pelos clientes. Através da aplicação, o cliente poderá inclusive, acompanhar a chegada do prestador de serviço ao local escolhido.

Serão disponibilizados um total de 83 serviços, tendo em vista que muitos deles se diferem em valores devido o tamanho da superfície a ser higienizada. A empresa fará pagamento de comissões para aqueles colaboradores que se dedicarem e fizerem vendas de serviços extras, e fará ofertas de itens como neutralizador de odores aos seus clientes, disporá de um cartão de fidelização onde o cliente pagará apenas 50% do serviço após o 8º serviço.

Na avaliação de mercado realizada, verificou-se que há uma quantidade razoável de carros novos, com até cinco anos de idade na região, que são potenciais clientes, assim como foi constatado que há uma grande quantidade de idosos, que precisam mais do que qualquer outro ter seus estofos desinfetados, devido ao cuidado com a saúde.

O plano financeiro confirma a viabilidade do negócio. O lucro da empresa varia entre cerca de 13.000 mil euros e 35.800 mil euros no período em análise. Deve-se notar que o principal gasto refere-se ao pessoal, o que se justifica pois a atividade é a prestação de serviços pelos colaboradores. Além disso, mostra claramente que é possível realizar a distribuição dos lucros a partir do terceiro ano da empresa.

Com os resultados obtidos com o VAL e a TIR, que são positivos, justifica-se a implementação do plano de negócios e a viabilidade do mesmo.

Referências

- Baggio, A. F., & Baggio, D. K. (2014). Empreendedorismo: Conceitos e Definições. *Empreendedorismo: Conceitos e Definições*, 1, 14.
- Barbieri da Rosa, L. A., Maffini Gomes, C., Marques Kneipp, J., & Schoproni Bichueti, R. (2014, março). O Poder de Inovação e a Implementação da Estratégia para a Sustentabilidade no Setor Mineral Brasileiro, *13*(1), 49–63.
- Fernandes, I. G. M., Figueiredo, H. M., Costa Junior, H. L. da, Sanches, S. G., & Brasil, Â. ([s.d.]). *Planejamento Estratégico: Análise Swot*. 10.
- Instituto Nacional de Estatística (Portugal). (2007). *Classificação Portuguesa das Actividades Económicas* (https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&publicacoespub_boui=10376048&PUBLICACOESmodo=2). Instituto Nacional de Estatística.
- Instituto Nacional de Estatísticas - INE & I.P. (2017). *Boletim Mensal de Estatística—Dezembro 2017*. 1(2017), 92.
- I.P. & Instituto Nacional de Estatística - INE. (2018). *Boletim Mensal de Estatística—Novembro 2018*. 1(2018), 90.
- I.P. & Instituto Nacional de Estatística - INE. (2020). *Boletim Mensal de Estatística—Novembro 2020*. 1(2020), 100.
- I.P. & Instituto Nacional de Estatística (Portugal). (2019). Anuário Estatístico da Região Norte—2018. *Anuário Estatístico da Região Norte - 2018*, 1(2019), 561.
- I.P. & Instituto Nacional de Estatísticas - INE. (2016). *Boletim Mensal de Estatística 2016—Novembro*. 1, 87.
- I.P. & Instituto Nacional de Estatísticas - INE. (2019). *Boletim Mensal de Estatística 2019—Outubro*. 1(2019), 94.
- I.P. & Instituto Nacional de Estatísticas - INE. (2021). *Boletim Mensal de Estatística 2021—Novembro*. 1(2021), 102.
- Kotler, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 1992.
- Kotler, P. Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 10. Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

Krünger, C., & Minello, I. F. (2018). As características comportamentais empreendedoras dos estudantes de graduação. *As características comportamentais empreendedoras dos estudantes de graduação.*, 25(2), 142–160.

Martins, F. (2015). *Portugal no contexto da Península Ibérica: Sua dependência hídrica, demografia e segurança* [Tese para Grau de Doutor]. Universidade de Évora.

Despacho n.º 2390-B/2022, n.º 2390-B/2022, 38 1 (2022).

Mota, A. S. N. D. (2020). *Análise e Desenvolvimento de Produtos de Lavagem Automóvel a Seco*. 150.

Portugal, N., Silva, S., Júnior, P., & Alves, A. (2017, abril). Microempreendedores Individuais: Um Estudo sobre suas Ações e Percepções Frente às Exigências do Desenvolvimento Sustentável, 6(1), 122.

Romero, A. E. G. (2017). *Estudo Mercadológico para a Implantação de uma Lavação a Seco de Automóveis na Cidade de Jaguaruna-SC*. 69.

Rosa, L. G., & de Sousa, J. T. (2011). *Caracterização de águas residuárias oriundas de empresas de lavagem de veículos e impactos ambientais*. 6(3), 179–199.

Santos, P. V. S., & Pinheiro, F. A. (2017). O Plano de Negócios como Ferramenta Estratégica para o Empreendedor: Um Estudo de Caso. *Revista Latino-Americana de Inovação e Engenharia de Produção*, 5(8), 150. <https://doi.org/10.5380/relainep.v5i7.55161>

Silva, C. L. da, Junior, E. F. C., Lima, I. A. de, Silva, M. C. da, Agudelo, L. P. P., & Pimenta, R. B. (2012). *Inovação e sustentabilidade* (Vol. 1). Aymarã Educação. <https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/2066/1/inovacaosustentabilidade.pdf>

<https://www.parlamento.pt/Paginas/2022/abril/Orcamento-do-Estado-para-2022.aspx>

<https://www.bportugal.pt/QS/qsweb/Dashboards>

<https://www.berrio.pt/collections/aspiradores-de-po-e-liquidos-profissionais/products/aspirador-de-po-e-liquidos-profissional-columbus-sw-53-s>

<https://www.alojadodetalhe.pt/blo-car-dryer/blo-car-dryer-air-gt-secador-a-ar-profissional.html>

<https://www.pordata.pt/DB/Municipios/Ambiente+de+Consulta/Tabela>

<https://www.pordata.pt/DB/Municipios/Ambiente+de+Consulta/Tabela>

<https://populacaodistritodebraganca.jimdofree.com/bragan%C3%A7a-1/as-freguesias/>

Anexos

Anexo I – Tabela Automóveis por seguimento da FITCAR WASH & DETAIL.

MARCAS	PEQUENOS	MÉDIOS	GRANDES
ASTON MARTIN		TODOS	
ALFA ROMEO	MITO	RESTANTES MODELOS	
AUDI		RESTANTES MODELOS	Q5 + Q7
BENTLEY		TODOS	
BMW		RESTANTES MODELOS	X3 + X5 + X6
CHEVROLET	SPARK	RESTANTES MODELOS	ORLANDO + CAPTIVA
CITROËN	C0	RESTANTES MODELOS + C4 + C5	C4 PICASSO + C8
DACIA		RESTANTES MODELOS	DUSTER + LODGY + DOKKER
DODGE		RESTANTES MODELOS	JOURNEY
FERRARI		TODOS	
FIAT	500 + PANDA + UNO	RESTANTES MODELOS + PUNTO	DOBLÓ + FREEMONT
FORD	KA	RESTANTES MODELOS	S-MAX + GALAXY + TOURNEO
HONDA		TODOS	
HYUNDAI	I10	RESTANTES MODELOS	TUCSON + CRETA + SANTA FÉ
ISUZU		RESTANTES MODELOS	D-MAX
IVECO		RESTANTES MODELOS	TODOS
JAGUAR		TODOS	
JEEP		RENEGADE	WRANGLER + COMPASS + RUBICON + G. CHEROKEE
KIA	PICANTO	RIO	XCEED + SPORTAGE + SORENTO
LAMBORGHINI		TODOS	
LANCIA	YPSILON	DELTA	VOYAGER
LAND ROVER		RESTANTES MODELOS	TODOS
LEXUS		RESTANTES MODELOS	RX + LN-X
LOTUS		TODOS	
MAZDA	M2	RESTANTES MODELOS + M6 + M-X30 + M5	CX5

MERCEDES		RESTANTES MODELOS	G + GLE + GLK + M + R
MINI	TODOS EXCEPTO...	RESTANTES MODELOS + PACEMAN + COUNTRYMAN + COOPER VAN	
MITSUBISHI	I-MIEVE + SPACE	RESTANTES MODELOS	OUTLANDER + PAJERO + STRAKAR
NISSAN	LEAF + MICRA	RESTANTES MODELOS + QASHQAI	QASHQAI+2 + MURANO + X.TRAIL + PATHFINDER
OPEL	ADAM + AGILA	RESTANTES MODELOS + COMBO	ZAFIRA + TOURER
PEUGEOT	ION + 107 + 106	RESTANTES MODELOS + PARTNER TEPEE	5008
PORSCHE		RESTANTES MODELOS	CAYENNE
RENAULT		RESTANTES MODELOS	SCENIC + ESPACE + KANGOO
SAAB		TODOS	
SEAT	MII	RESTANTES MODELOS	ALHAMBRA
SKODA	CITIGO	RESTANTES MODELOS	
SMART	TODOS	RESTANTES MODELOS	
SUBARU		RESTANTES MODELOS	FORESTER
SUZUKI	SWIFT + ALTO	RESTANTES MODELOS	JIMNY + GRAND VITARA
TOYOTA	IQ + AYGO + YARIS	RESTANTES MODELOS	RAV4 + LAND CRUISER
VOLKSWAGEN	UPI! + LUPO	RESTANTES MODELOS	SHARAN + TIGUAN + TUAREG
VOLVO		RESTANTES MODELOS	CX 60 + XC 70 + CX 90



ECO WASH
TRANSMONTANA

Tabela de Preços

COBRAMOS UM EURO POR KM² NA DESLOCAÇÃO PARA SÍTIOS FORA DA ÁREA DELIMITADA.

			
<p>Pack Exterior Simples Higienização manual exterior: Carroçaria, vidros externos, pneus e jantes.</p>	12,00	14,00	16,00
<p>Pack Interior Simples Higienização Interior: Aspiração simples, limpeza de vidros interiores, limpeza de tablier e laterais, frisos das portas e ambientador.</p>	12,00	14,00	16,00
<p>Pack Básico Higienização manual exterior e interior: Carroçaria, vidros (internos e externos), pneus, jantes e interior (aspiração simples), limpeza tablier e laterais, frisos das portas e ambientador.</p>	20,00	24,00	28,00
<p>Pack Exterior Premium Higienização manual exterior: Carroçaria com cera de proteção, vidros externos, pneus e jantes.</p>	15,00	18,00	21,00
<p>Pack Interior Premium Higienização Interior: Aspiração completa incluindo a bagageira, limpeza de vidros interiores, limpeza de tablier e laterais, frisos das portas, tapetes e ambientador.</p>	17,00	20,00	23,00
<p>Pack Premium Higienização manual exterior e interior: Carroçaria com aplicação de cera de proteção, vidros (internos e externos), limpeza tablier e laterais, frisos portas, tapetes, aspiração completa com bagageira, pneus, jantes e ambientador (Oferta: Higienização do ar condicionado).</p>	30,00	35,00	40,00

**COBRAMOS UM EURO POR KM² NA DESLOCAÇÃO
PARA SÍTIOS FORA DA ÁREA DELIMITADA.**

SERVIÇOS EXTRAS





Higienização a seco dos estofos (02 estofos)	25,00	25,00	30,00
Higienização a seco dos estofos (05 estofos)	50,00	50,00	55,00
Limpeza e Hidratação de Estofos em pele (02 estofos)	25,00	25,00	30,00
Limpeza e Hidratação de Estofos em pele (05 estofos)	50,00	50,00	55,00
Higienização do teto e laterais	20,00	20,00	25,00
Higienização do fôrro inferior e mala	15,00	15,00	20,00
Higienização de Ar Condicionado	10,00	10,00	10,00
Limpeza Técnica de Motor Limpeza apenas com o motor frio e o carro desligado. A lavagem é feita apenas pela parte superior do motor - não inclui chassis (parte inferior)	20,00	20,00	23,00
Tratamento de Cromados Exteriores	10,00	10,00	12,00
Polimento dos Faróis	30,00	30,00	30,00
Revitalização de Plásticos Depende da parte do carro que será revitalizada (a partir de)	30,00		

**COBRAMOS UM EURO POR KM² NA DESLOCAÇÃO
PARA SÍTIOS FORA DA ÁREA DELIMITADA.**

SERVIÇOS EXTRAS



			
 Vidros Exteriores	5,00	5,00	8,00
 Vidros Interiores e Exteriores	10,00	10,00	13,00
 Remoção de Calcário (vidros)	25,00	25,00	30,00
 Remoção de Calcário (Pintura)	50,00	50,00	55,00
 Higienização do teto e laterais	20,00	20,00	25,00
 Higienização Completa Interna e Externa Incluindo Estofos	75,00	80,00	90,00
 Limpeza Técnica de Motor	100,00	110,00	120,00

**COBRAMOS UM EURO POR KM² NA DESLOCAÇÃO
PARA SÍTIOS FORA DA ÁREA DELIMITADA.**

ESTOFOS

Limpeza a seco de sofás

Sofá - Medida até 1,60m ² -----	70,00
Sofá - Medida até 2,20m ² -----	100,00
Sofá - Medida até 2,70m ² -----	130,00
Sofá - Medida até 3,20m ² -----	150,00

Impermeabilização de sofás

Sofá - Medida até 1,60m ² -----	230,00
Sofá - Medida até 2,20m ² -----	250,00
Sofá - Medida até 2,70m ² -----	280,00
Sofá - Medida até 3,20m ² -----	300,00

Tapetes e Carpetes (Por metro quadrado)

Limpeza -----	10,00
Impermeabilização -----	20,00

Cadeiras Estofadas

Limpeza -----	15,00
Impermeabilização ----- (Apenas o assento)	20,00

Limpeza e Higienização de Colchões

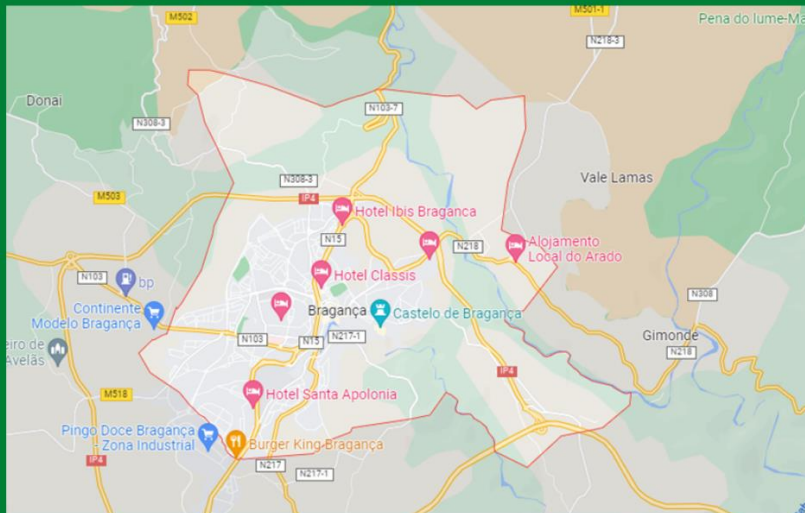
Solteiro -----	50,00
Casal -----	70,00
Queen -----	80,00
King -----	90,00



Tabela de Preços

**COBRAMOS UM EURO POR KM² NA DESLOCAÇÃO
PARA SÍTIOS FORA DA ÁREA DELIMITADA.**

ÁREA DELIMITADA



Anexo III – Estudo da Quantidade de Serviços e Preços Unitários por Ano

SERVIÇOS	ESTUDO DE QUANTIDADE DE SERVIÇOS E PREÇO UNITARIO POR ANO														
	2023			2024			2025			2026			2027		
	Qtde Serviços	Valor Unitário	Valor Total	Qtde Serviços	Valor Unitário	Valor Total	Qtde Serviços	Qtde Horas/ Serviços	Qtde Horas Serviços por ano	Qtde Serviços	Qtde Horas/ Serviços	Qtde Horas Serviços por ano	Qtde Serviços	Qtde Horas/ Serviços	Qtde Horas Serviços por ano
PACK EXTERIOR SIMPLES - Pequenos	24	€ 12,00	€ 288,00	24	€ 12,00	€ 288,00	30	€ 12,00	€ 360,00	36	€ 12,00	€ 432,00	45	€ 12,00	€ 540,00
PACK EXTERIOR SIMPLES - Médios	24	€ 14,00	€ 336,00	24	€ 14,00	€ 336,00	30	€ 14,00	€ 420,00	36	€ 14,00	€ 504,00	45	€ 14,00	€ 630,00
PACK EXTERIOR SIMPLES - Grandes	24	€ 16,00	€ 384,00	24	€ 16,00	€ 384,00	30	€ 16,00	€ 480,00	36	€ 16,00	€ 576,00	45	€ 16,00	€ 720,00
PACK INTERIOR SIMPLES - Pequenos	24	€ 12,00	€ 288,00	24	€ 12,00	€ 288,00	30	€ 12,00	€ 360,00	36	€ 12,00	€ 432,00	45	€ 12,00	€ 540,00
PACK INTERIOR SIMPLES - Médios	24	€ 14,00	€ 336,00	24	€ 14,00	€ 336,00	30	€ 14,00	€ 420,00	36	€ 14,00	€ 504,00	45	€ 14,00	€ 630,00
PACK INTERIOR SIMPLES - Grandes	24	€ 16,00	€ 384,00	24	€ 16,00	€ 384,00	30	€ 16,00	€ 480,00	36	€ 16,00	€ 576,00	45	€ 16,00	€ 720,00
PACK BÁSICO - Pequenos	24	€ 20,00	€ 480,00	24	€ 20,00	€ 480,00	30	€ 20,00	€ 600,00	36	€ 20,00	€ 720,00	45	€ 20,00	€ 900,00
PACK BÁSICO - Médios	24	€ 24,00	€ 576,00	24	€ 24,00	€ 576,00	30	€ 24,00	€ 720,00	36	€ 24,00	€ 864,00	45	€ 24,00	€ 1.080,00
PACK BÁSICO - Grandes	24	€ 28,00	€ 672,00	24	€ 28,00	€ 672,00	30	€ 28,00	€ 840,00	36	€ 28,00	€ 1.008,00	45	€ 28,00	€ 1.260,00
PACK EXTERIOR PREMIUM - Pequenos	24	€ 15,00	€ 360,00	24	€ 15,00	€ 360,00	30	€ 15,00	€ 450,00	36	€ 15,00	€ 540,00	45	€ 15,00	€ 675,00
PACK EXTERIOR PREMIUM - Médios	24	€ 18,00	€ 432,00	24	€ 18,00	€ 432,00	30	€ 18,00	€ 540,00	36	€ 18,00	€ 648,00	45	€ 18,00	€ 810,00
PACK EXTERIOR PREMIUM - Grandes	24	€ 21,00	€ 504,00	24	€ 21,00	€ 504,00	30	€ 21,00	€ 630,00	36	€ 21,00	€ 756,00	45	€ 21,00	€ 945,00
PACK INTERIOR PREMIUM - Pequenos	24	€ 17,00	€ 408,00	24	€ 17,00	€ 408,00	30	€ 17,00	€ 510,00	36	€ 17,00	€ 612,00	45	€ 17,00	€ 765,00
PACK INTERIOR PREMIUM - Médios	24	€ 20,00	€ 480,00	24	€ 20,00	€ 480,00	30	€ 20,00	€ 600,00	36	€ 20,00	€ 720,00	45	€ 20,00	€ 900,00
PACK INTERIOR PREMIUM - Grandes	24	€ 23,00	€ 552,00	24	€ 23,00	€ 552,00	30	€ 23,00	€ 690,00	36	€ 23,00	€ 828,00	45	€ 23,00	€ 1.035,00
PACK PREMIUM - Pequenos	24	€ 30,00	€ 720,00	24	€ 30,00	€ 720,00	30	€ 30,00	€ 900,00	36	€ 30,00	€ 1.080,00	45	€ 30,00	€ 1.350,00
PACK PREMIUM - Médios	24	€ 35,00	€ 840,00	24	€ 35,00	€ 840,00	30	€ 35,00	€ 1.050,00	36	€ 35,00	€ 1.260,00	45	€ 35,00	€ 1.575,00
PACK PREMIUM - Grandes	24	€ 40,00	€ 960,00	24	€ 40,00	€ 960,00	30	€ 40,00	€ 1.200,00	36	€ 40,00	€ 1.440,00	45	€ 40,00	€ 1.800,00
	432		€ 9.000,00	432		€ 9.000,00	540		€ 11.250,00	648		€ 13.500,00	810		€ 16.875,00

EXTRAS															
ESTUDO DE QUANTIDADE DE SERVIÇOS E PREÇO UNITÁRIO POR ANO															
SERVIÇOS	2023			2024			2025			2026			2027		
	Qtde Serviços	Valor Unitário	Valor Total	Qtde Serviços	Valor Unitário	Valor Total	Qtde Serviços	Qtde Horas/ Serviços	Qtde Horas Serviços por ano	Qtde Serviços	Qtde Horas/ Serviços	Qtde Horas Serviços por ano	Qtde Serviços	Qtde Horas/ Serviços	Qtde Horas Serviços por ano
HIGIENIZAÇÃO A SECO DOS ESTOFOS (02 ESTOFOS) - PEQ.	24	€ 25,00	€ 600,00	24	€ 25,00	€ 600,00	30	€ 25,00	€ 750,00	36	€ 25,00	€ 900,00	45	€ 25,00	€ 1.125,00
HIGIENIZAÇÃO A SECO DOS ESTOFOS (02 ESTOFOS) - MÉD.	24	€ 25,00	€ 600,00	24	€ 25,00	€ 600,00	30	€ 25,00	€ 750,00	36	€ 25,00	€ 900,00	45	€ 25,00	€ 1.125,00
HIGIENIZAÇÃO A SECO DOS ESTOFOS (02 ESTOFOS) - GRAN.	24	€ 30,00	€ 720,00	24	€ 30,00	€ 720,00	30	€ 30,00	€ 900,00	36	€ 30,00	€ 1.080,00	45	€ 30,00	€ 1.350,00
HIGIENIZAÇÃO A SECO DOS ESTOFOS (05 ESTOFOS) - P	24	€ 50,00	€ 1.200,00	24	€ 50,00	€ 1.200,00	30	€ 50,00	€ 1.500,00	36	€ 50,00	€ 1.800,00	45	€ 50,00	€ 2.250,00
HIGIENIZAÇÃO A SECO DOS ESTOFOS (05 ESTOFOS) - M	24	€ 50,00	€ 1.200,00	24	€ 50,00	€ 1.200,00	30	€ 50,00	€ 1.500,00	36	€ 50,00	€ 1.800,00	45	€ 50,00	€ 2.250,00
HIGIENIZAÇÃO A SECO DOS ESTOFOS (05 ESTOFOS) - G	24	€ 55,00	€ 1.320,00	24	€ 55,00	€ 1.320,00	30	€ 55,00	€ 1.650,00	36	€ 55,00	€ 1.980,00	45	€ 55,00	€ 2.475,00
LIMPEZA E HIDRATAÇÃO DE ESTOFOS EM PELE (02 ESTOFOS) - P	24	€ 25,00	€ 600,00	24	€ 25,00	€ 600,00	30	€ 25,00	€ 750,00	36	€ 25,00	€ 900,00	45	€ 25,00	€ 1.125,00
LIMPEZA E HIDRATAÇÃO DE ESTOFOS EM PELE (02 ESTOFOS) - M	24	€ 25,00	€ 600,00	24	€ 25,00	€ 600,00	30	€ 25,00	€ 750,00	36	€ 25,00	€ 900,00	45	€ 25,00	€ 1.125,00
LIMPEZA E HIDRATAÇÃO DE ESTOFOS EM PELE (02 ESTOFOS) - G	24	€ 30,00	€ 720,00	24	€ 30,00	€ 720,00	30	€ 30,00	€ 900,00	36	€ 30,00	€ 1.080,00	45	€ 30,00	€ 1.350,00
LIMPEZA E HIDRATAÇÃO DE ESTOFOS EM PELE (05 ESTOFOS) - P	24	€ 50,00	€ 1.200,00	24	€ 50,00	€ 1.200,00	30	€ 50,00	€ 1.500,00	36	€ 50,00	€ 1.800,00	45	€ 50,00	€ 2.250,00
LIMPEZA E HIDRATAÇÃO DE ESTOFOS EM PELE (05 ESTOFOS) - M	24	€ 50,00	€ 1.200,00	24	€ 50,00	€ 1.200,00	30	€ 50,00	€ 1.500,00	36	€ 50,00	€ 1.800,00	45	€ 50,00	€ 2.250,00
LIMPEZA E HIDRATAÇÃO DE ESTOFOS EM PELE (05 ESTOFOS) - G	24	€ 55,00	€ 1.320,00	24	€ 55,00	€ 1.320,00	30	€ 55,00	€ 1.650,00	36	€ 55,00	€ 1.980,00	45	€ 55,00	€ 2.475,00
HIGIENIZAÇÃO DO TETO E LATERAIS - P	24	€ 20,00	€ 480,00	24	€ 20,00	€ 480,00	30	€ 20,00	€ 600,00	36	€ 20,00	€ 720,00	45	€ 20,00	€ 900,00
HIGIENIZAÇÃO DO TETO E LATERAIS - M	24	€ 20,00	€ 480,00	24	€ 20,00	€ 480,00	30	€ 20,00	€ 600,00	36	€ 20,00	€ 720,00	45	€ 20,00	€ 900,00
HIGIENIZAÇÃO DO TETO E LATERAIS - G	24	€ 25,00	€ 600,00	24	€ 25,00	€ 600,00	30	€ 25,00	€ 750,00	36	€ 25,00	€ 900,00	45	€ 25,00	€ 1.125,00
HIGIENIZAÇÃO DO FORRO INFERIOR E MALA	24	€ 15,00	€ 360,00	24	€ 15,00	€ 360,00	30	€ 15,00	€ 450,00	36	€ 15,00	€ 540,00	45	€ 15,00	€ 675,00
HIGIENIZAÇÃO DO FORRO INFERIOR E MALA	24	€ 15,00	€ 360,00	24	€ 15,00	€ 360,00	30	€ 15,00	€ 450,00	36	€ 15,00	€ 540,00	45	€ 15,00	€ 675,00
HIGIENIZAÇÃO DO FORRO INFERIOR E MALA	24	€ 20,00	€ 480,00	24	€ 20,00	€ 480,00	30	€ 20,00	€ 600,00	36	€ 20,00	€ 720,00	45	€ 20,00	€ 900,00
HIGIENIZAÇÃO DE AR CONDICIONADO - P	24	€ 10,00	€ 240,00	24	€ 10,00	€ 240,00	30	€ 10,00	€ 300,00	36	€ 10,00	€ 360,00	45	€ 10,00	€ 450,00
HIGIENIZAÇÃO DE AR CONDICIONADO - M	24	€ 10,00	€ 240,00	24	€ 10,00	€ 240,00	30	€ 10,00	€ 300,00	36	€ 10,00	€ 360,00	45	€ 10,00	€ 450,00
HIGIENIZAÇÃO DE AR CONDICIONADO - G	24	€ 10,00	€ 240,00	24	€ 10,00	€ 240,00	30	€ 10,00	€ 300,00	36	€ 10,00	€ 360,00	45	€ 10,00	€ 450,00
LIMPEZA TÉCNICA DE MOTOR - P	24	€ 20,00	€ 480,00	24	€ 20,00	€ 480,00	30	€ 20,00	€ 600,00	36	€ 20,00	€ 720,00	45	€ 20,00	€ 900,00
LIMPEZA TÉCNICA DE MOTOR - M	24	€ 20,00	€ 480,00	24	€ 20,00	€ 480,00	30	€ 20,00	€ 600,00	36	€ 20,00	€ 720,00	45	€ 20,00	€ 900,00
LIMPEZA TÉCNICA DE MOTOR - G	24	€ 23,00	€ 552,00	24	€ 23,00	€ 552,00	30	€ 23,00	€ 690,00	36	€ 23,00	€ 828,00	45	€ 23,00	€ 1.035,00
TRATAMENTO DE CROMADOS EXTERIORES - P	24	€ 10,00	€ 240,00	24	€ 10,00	€ 240,00	30	€ 10,00	€ 300,00	36	€ 10,00	€ 360,00	45	€ 10,00	€ 450,00
TRATAMENTO DE CROMADOS EXTERIORES - M	24	€ 10,00	€ 240,00	24	€ 10,00	€ 240,00	30	€ 10,00	€ 300,00	36	€ 10,00	€ 360,00	45	€ 10,00	€ 450,00
TRATAMENTO DE CROMADOS EXTERIORES - G	24	€ 12,00	€ 288,00	24	€ 12,00	€ 288,00	30	€ 12,00	€ 360,00	36	€ 12,00	€ 432,00	45	€ 12,00	€ 540,00
POLIMENTO DOS FARÓIS - P	24	€ 30,00	€ 720,00	24	€ 30,00	€ 720,00	30	€ 30,00	€ 900,00	36	€ 30,00	€ 1.080,00	45	€ 30,00	€ 1.350,00
POLIMENTO DOS FARÓIS - M	24	€ 30,00	€ 720,00	24	€ 30,00	€ 720,00	30	€ 30,00	€ 900,00	36	€ 30,00	€ 1.080,00	45	€ 30,00	€ 1.350,00
POLIMENTO DOS FARÓIS - G	24	€ 30,00	€ 720,00	24	€ 30,00	€ 720,00	30	€ 30,00	€ 900,00	36	€ 30,00	€ 1.080,00	45	€ 30,00	€ 1.350,00
HIGIENIZAÇÃO COMPLETA EXTERNA E INTERNA INCLUINDO ESTOFOS - P	24	€ 75,00	€ 1.800,00	24	€ 75,00	€ 1.800,00	30	€ 75,00	€ 2.250,00	36	€ 75,00	€ 2.700,00	45	€ 75,00	€ 3.375,00
HIGIENIZAÇÃO COMPLETA EXTERNA E INTERNA INCLUINDO ESTOFOS - M	24	€ 80,00	€ 1.920,00	24	€ 80,00	€ 1.920,00	30	€ 80,00	€ 2.400,00	36	€ 80,00	€ 2.880,00	45	€ 80,00	€ 3.600,00
HIGIENIZAÇÃO COMPLETA EXTERNA E INTERNA INCLUINDO ESTOFOS - G	24	€ 90,00	€ 2.160,00	24	€ 90,00	€ 2.160,00	30	€ 90,00	€ 2.700,00	36	€ 90,00	€ 3.240,00	45	€ 90,00	€ 4.050,00
VIDROS EXTERIORES - P	24	€ 5,00	€ 120,00	24	€ 5,00	€ 120,00	30	€ 5,00	€ 150,00	36	€ 5,00	€ 180,00	45	€ 5,00	€ 225,00
VIDROS EXTERIORES - M	24	€ 5,00	€ 120,00	24	€ 5,00	€ 120,00	30	€ 5,00	€ 150,00	36	€ 5,00	€ 180,00	45	€ 5,00	€ 225,00
VIDROS EXTERIORES - G	24	€ 8,00	€ 192,00	24	€ 8,00	€ 192,00	30	€ 8,00	€ 240,00	36	€ 8,00	€ 288,00	45	€ 8,00	€ 360,00
VIDROS INTERIORES E EXTERIORES - P	24	€ 10,00	€ 240,00	24	€ 10,00	€ 240,00	30	€ 10,00	€ 300,00	36	€ 10,00	€ 360,00	45	€ 10,00	€ 450,00
VIDROS INTERIORES E EXTERIORES - M	24	€ 10,00	€ 240,00	24	€ 10,00	€ 240,00	30	€ 10,00	€ 300,00	36	€ 10,00	€ 360,00	45	€ 10,00	€ 450,00
VIDROS INTERIORES E EXTERIORES - G	24	€ 13,00	€ 312,00	24	€ 13,00	€ 312,00	30	€ 13,00	€ 390,00	36	€ 13,00	€ 468,00	45	€ 13,00	€ 585,00
REMOÇÃO DE CALCÁRIO (VIDROS) - P	24	€ 25,00	€ 600,00	24	€ 25,00	€ 600,00	30	€ 25,00	€ 750,00	36	€ 25,00	€ 900,00	45	€ 25,00	€ 1.125,00
REMOÇÃO DE CALCÁRIO (VIDROS) - M	24	€ 25,00	€ 600,00	24	€ 25,00	€ 600,00	30	€ 25,00	€ 750,00	36	€ 25,00	€ 900,00	45	€ 25,00	€ 1.125,00
REMOÇÃO DE CALCÁRIO (VIDROS) - G	24	€ 30,00	€ 720,00	24	€ 30,00	€ 720,00	30	€ 30,00	€ 900,00	36	€ 30,00	€ 1.080,00	45	€ 30,00	€ 1.350,00
REMOÇÃO DE CALCÁRIO (PINTURA) - P	24	€ 50,00	€ 1.200,00	24	€ 50,00	€ 1.200,00	30	€ 50,00	€ 1.500,00	36	€ 50,00	€ 1.800,00	45	€ 50,00	€ 2.250,00
REMOÇÃO DE CALCÁRIO (PINTURA) - M	24	€ 50,00	€ 1.200,00	24	€ 50,00	€ 1.200,00	30	€ 50,00	€ 1.500,00	36	€ 50,00	€ 1.800,00	45	€ 50,00	€ 2.250,00
REMOÇÃO DE CALCÁRIO (PINTURA) - G	24	€ 55,00	€ 1.320,00	24	€ 55,00	€ 1.320,00	30	€ 55,00	€ 1.650,00	36	€ 55,00	€ 1.980,00	45	€ 55,00	€ 2.475,00
REVITALIZAÇÃO DE PLÁSTICOS	24	€ 30,00	€ 720,00	24	€ 30,00	€ 720,00	30	€ 30,00	€ 900,00	36	€ 30,00	€ 1.080,00	45	€ 30,00	€ 1.350,00
ENCERAMENTO PROFISSIONAL - P	24	€ 100,00	€ 2.400,00	24	€ 100,00	€ 2.400,00	30	€ 100,00	€ 3.000,00	36	€ 100,00	€ 3.600,00	45	€ 100,00	€ 4.500,00
ENCERAMENTO PROFISSIONAL - M	24	€ 110,00	€ 2.640,00	24	€ 110,00	€ 2.640,00	30	€ 110,00	€ 3.300,00	36	€ 110,00	€ 3.960,00	45	€ 110,00	€ 4.950,00
ENCERAMENTO PROFISSIONAL - G	24	€ 120,00	€ 2.880,00	24	€ 120,00	€ 2.880,00	30	€ 120,00	€ 3.600,00	36	€ 120,00	€ 4.320,00	45	€ 120,00	€ 5.400,00
	1.176		€ 40.584,00			€ 40.584,00			€ 50.730,00			€ 60.876,00			€ 76.095,00

Anexo IV – Tabelas do Estudos da Quantidade de Horas para a Realização de Cada Serviço

SERVIÇOS	ESTUDO DE HORAS - REALIZAÇÃO SERVIÇOS														
	2023			2024			2025			2026			2027		
	Qtde Serviços	Qtde Horas/Serviços	Qtde Horas Serviços por ano	Qtde Serviços	Qtde Horas/Serviços	Qtde Horas Serviços por ano	Qtde Serviços	Qtde Horas/Serviços	Qtde Horas Serviços por ano	Qtde Serviços	Qtde Horas/Serviços	Qtde Horas Serviços por ano	Qtde Serviços	Qtde Horas/Serviços	Qtde Horas Serviços por ano
PACK EXTERIOR SIMPLES - Pequenos	24	1:00	24:00	24	1:00	24:00	30	1:00	30:00	36	1:00	36:00	45	1:00	45:00
PACK EXTERIOR SIMPLES - Médios	24	1:30	36:00	24	1:30	36:00	30	1:30	45:00	36	1:30	54:00	45	1:30	67:30
PACK EXTERIOR SIMPLES - Grandes	24	2:00	48:00	24	2:00	48:00	30	2:00	60:00	36	2:00	72:00	45	2:00	90:00
PACK INTERIOR SIMPLES - Pequenos	24	1:00	24:00	24	1:00	24:00	30	1:00	30:00	36	1:00	36:00	45	1:00	45:00
PACK INTERIOR SIMPLES - Médios	24	1:00	24:00	24	1:00	24:00	30	1:00	30:00	36	1:00	36:00	45	1:00	45:00
PACK INTERIOR SIMPLES - Grandes	24	2:00	48:00	24	2:00	48:00	30	2:00	60:00	36	2:00	72:00	45	2:00	90:00
PACK BÁSICO - Pequenos	24	2:00	48:00	24	2:00	48:00	30	2:00	60:00	36	2:00	72:00	45	2:00	90:00
PACK BÁSICO - Médios	24	2:30	60:00	24	2:30	60:00	30	2:30	75:00	36	2:30	90:00	45	2:30	112:30
PACK BÁSICO - Grandes	24	4:00	96:00	24	4:00	96:00	30	4:00	120:00	36	4:00	144:00	45	4:00	180:00
PACK EXTERIOR PREMIUM - Pequenos	24	1:30	36:00	24	1:30	36:00	30	1:30	45:00	36	1:30	54:00	45	1:30	67:30
PACK EXTERIOR PREMIUM - Médios	24	2:00	48:00	24	2:00	48:00	30	2:00	60:00	36	2:00	72:00	45	2:00	90:00
PACK EXTERIOR PREMIUM - Grandes	24	3:00	72:00	24	3:00	72:00	30	3:00	90:00	36	3:00	108:00	45	3:00	135:00
PACK INTERIOR PREMIUM - Pequenos	24	1:30	36:00	24	1:30	36:00	30	1:30	45:00	36	1:30	54:00	45	1:30	67:30
PACK INTERIOR PREMIUM - Médios	24	2:30	60:00	24	2:30	60:00	30	2:30	75:00	36	2:30	90:00	45	2:30	112:30
PACK INTERIOR PREMIUM - Grandes	24	2:30	60:00	24	2:30	60:00	30	2:30	75:00	36	2:30	90:00	45	2:30	112:30
PACK PREMIUM - Pequenos	24	3:00	72:00	24	3:00	72:00	30	3:00	90:00	36	3:00	108:00	45	3:00	135:00
PACK PREMIUM - Médios	24	4:30	108:00	24	4:30	108:00	30	4:30	135:00	36	4:30	162:00	45	4:30	202:30
PACK PREMIUM - Grandes	24	5:00	120:00	24	5:00	120:00	30	5:00	150:00	36	5:00	180:00	45	5:00	225:00
	432		1020:00	432		1020:00	540		1275:00	648		1530:00	810		1912:30

EXTRAS

SERVIÇOS	ESTUDO DE HORAS - REALIZAÇÃO SERVIÇOS														
	2023			2024			2025			2026			2027		
	Qtde Serviços	Qtde Horas/Serviços	Qtde Horas Serviços por ano	Qtde Serviços	Qtde Horas/Serviços	Qtde Horas Serviços por ano	Qtde Serviços	Qtde Horas/Serviços	Qtde Horas Serviços por ano	Qtde Serviços	Qtde Horas/Serviços	Qtde Horas Serviços por ano	Qtde Serviços	Qtde Horas/Serviços	Qtde Horas Serviços por ano
HIGIENIZAÇÃO A SECO DOS ESTOFOS (02 ESTOFOS) - PEQ.	24	0:30	12:00	24	0:30	12:00	30	0:30	15:00	36	0:30	18:00	45	0:30	22:30
HIGIENIZAÇÃO A SECO DOS ESTOFOS (02 ESTOFOS) - MÉD.	24	0:30	12:00	24	0:30	12:00	30	0:30	15:00	36	0:30	18:00	45	0:30	22:30
HIGIENIZAÇÃO A SECO DOS ESTOFOS (02 ESTOFOS) - GRAN.	24	0:30	12:00	24	0:30	12:00	30	0:30	15:00	36	0:30	18:00	45	0:30	22:30
HIGIENIZAÇÃO A SECO DOS ESTOFOS (05 ESTOFOS) - P	24	0:50	20:00	24	0:50	20:00	30	0:50	25:00	36	0:50	30:00	45	0:50	37:30
HIGIENIZAÇÃO A SECO DOS ESTOFOS (05 ESTOFOS) - M	24	1:00	24:00	24	1:00	24:00	30	1:00	30:00	36	1:00	36:00	45	1:00	45:00
HIGIENIZAÇÃO A SECO DOS ESTOFOS (05 ESTOFOS) - G	24	1:30	36:00	24	1:30	36:00	30	1:30	45:00	36	1:30	54:00	45	1:30	67:30
LIMPEZA E HIDRATAÇÃO DE ESTOFOS EM PELE (02 ESTOFOS) - P	24	0:20	8:00	24	0:20	8:00	30	0:20	10:00	36	0:20	12:00	45	0:20	15:00
LIMPEZA E HIDRATAÇÃO DE ESTOFOS EM PELE (02 ESTOFOS) - M	24	0:20	8:00	24	0:20	8:00	30	0:20	10:00	36	0:20	12:00	45	0:20	15:00
LIMPEZA E HIDRATAÇÃO DE ESTOFOS EM PELE (02 ESTOFOS) - G	24	0:30	12:00	24	0:30	12:00	30	0:30	15:00	36	0:30	18:00	45	0:30	22:30
LIMPEZA E HIDRATAÇÃO DE ESTOFOS EM PELE (05 ESTOFOS) - P	24	1:00	24:00	24	1:00	24:00	30	1:00	30:00	36	1:00	36:00	45	1:00	45:00
LIMPEZA E HIDRATAÇÃO DE ESTOFOS EM PELE (05 ESTOFOS) - M	24	1:00	24:00	24	1:00	24:00	30	1:00	30:00	36	1:00	36:00	45	1:00	45:00
LIMPEZA E HIDRATAÇÃO DE ESTOFOS EM PELE (05 ESTOFOS) - G	24	1:20	32:00	24	1:20	32:00	30	1:20	40:00	36	1:20	48:00	45	1:20	60:00
HIGIENIZAÇÃO DO TETO E LATERAIS - P	24	1:00	24:00	24	1:00	24:00	30	1:00	30:00	36	1:00	36:00	45	1:00	45:00
HIGIENIZAÇÃO DO TETO E LATERAIS - M	24	1:00	24:00	24	1:00	24:00	30	1:00	30:00	36	1:00	36:00	45	1:00	45:00
HIGIENIZAÇÃO DO TETO E LATERAIS - G	24	1:30	36:00	24	1:30	36:00	30	1:30	45:00	36	1:30	54:00	45	1:30	67:30
HIGIENIZAÇÃO DO FORRO INFERIOR E MALA	24	1:00	24:00	24	1:00	24:00	30	1:00	30:00	36	1:00	36:00	45	1:00	45:00
HIGIENIZAÇÃO DO FORRO INFERIOR E MALA	24	1:00	24:00	24	1:00	24:00	30	1:00	30:00	36	1:00	36:00	45	1:00	45:00
HIGIENIZAÇÃO DO FORRO INFERIOR E MALA	24	1:30	36:00	24	1:30	36:00	30	1:30	45:00	36	1:30	54:00	45	1:30	67:30
HIGIENIZAÇÃO DE AR CONDICIONADO - P	24	0:30	12:00	24	0:30	12:00	30	0:30	15:00	36	0:30	18:00	45	0:30	22:30
HIGIENIZAÇÃO DE AR CONDICIONADO - M	24	0:30	12:00	24	0:30	12:00	30	0:30	15:00	36	0:30	18:00	45	0:30	22:30
HIGIENIZAÇÃO DE AR CONDICIONADO - G	24	0:30	12:00	24	0:30	12:00	30	0:30	15:00	36	0:30	18:00	45	0:30	22:30
LIMPEZA TÉCNICA DE MOTOR - P	24	2:00	48:00	24	2:00	48:00	30	2:00	60:00	36	2:00	72:00	45	2:00	90:00
LIMPEZA TÉCNICA DE MOTOR - M	24	2:00	48:00	24	2:00	48:00	30	2:00	60:00	36	2:00	72:00	45	2:00	90:00
LIMPEZA TÉCNICA DE MOTOR - G	24	2:00	48:00	24	2:00	48:00	30	2:00	60:00	36	2:00	72:00	45	2:00	90:00
TRATAMENTO DE CROMADOS EXTERIORES - P	24	0:30	12:00	24	0:30	12:00	30	0:30	15:00	36	0:30	18:00	45	0:30	22:30
TRATAMENTO DE CROMADOS EXTERIORES - M	24	0:30	12:00	24	0:30	12:00	30	0:30	15:00	36	0:30	18:00	45	0:30	22:30
TRATAMENTO DE CROMADOS EXTERIORES - G	24	0:30	12:00	24	0:30	12:00	30	0:30	15:00	36	0:30	18:00	45	0:30	22:30
POLIMENTO DOS FARÓIS - P	24	2:00	48:00	24	2:00	48:00	30	2:00	60:00	36	2:00	72:00	45	2:00	90:00
POLIMENTO DOS FARÓIS - M	24	2:00	48:00	24	2:00	48:00	30	2:00	60:00	36	2:00	72:00	45	2:00	90:00
POLIMENTO DOS FARÓIS - G	24	2:00	48:00	24	2:00	48:00	30	2:00	60:00	36	2:00	72:00	45	2:00	90:00
HIGIENIZAÇÃO COMPLETA EXTERNA E INTERNA INCLUINDO ESTOFOS - P	24	4:00	96:00	24	4:00	96:00	30	4:00	120:00	36	4:00	144:00	45	4:00	180:00
HIGIENIZAÇÃO COMPLETA EXTERNA E INTERNA INCLUINDO ESTOFOS - M	24	5:00	120:00	24	5:00	120:00	30	5:00	150:00	36	5:00	180:00	45	5:00	225:00
HIGIENIZAÇÃO COMPLETA EXTERNA E INTERNA INCLUINDO ESTOFOS - G	24	6:00	144:00	24	6:00	144:00	30	6:00	180:00	36	6:00	216:00	45	6:00	270:00
VIDROS EXTERIORES - P	24	0:40	16:00	24	0:40	16:00	30	0:40	20:00	36	0:40	24:00	45	0:40	30:00
VIDROS EXTERIORES - M	24	1:00	24:00	24	1:00	24:00	30	1:00	30:00	36	1:00	36:00	45	1:00	45:00
VIDROS EXTERIORES - G	24	1:00	24:00	24	1:00	24:00	30	1:00	30:00	36	1:00	36:00	45	1:00	45:00
VIDROS INTERIORES E EXTERIORES - P	24	1:00	24:00	24	1:00	24:00	30	1:00	30:00	36	1:00	36:00	45	1:00	45:00
VIDROS INTERIORES E EXTERIORES - M	24	2:00	48:00	24	2:00	48:00	30	2:00	60:00	36	2:00	72:00	45	2:00	90:00
VIDROS INTERIORES E EXTERIORES - G	24	2:00	48:00	24	2:00	48:00	30	2:00	60:00	36	2:00	72:00	45	2:00	90:00
REMOÇÃO DE CALCÁRIO (VIDROS) - P	24	1:00	24:00	24	1:00	24:00	30	1:00	30:00	36	1:00	36:00	45	1:00	45:00
REMOÇÃO DE CALCÁRIO (VIDROS) - M	24	2:00	48:00	24	2:00	48:00	30	2:00	60:00	36	2:00	72:00	45	2:00	90:00
REMOÇÃO DE CALCÁRIO (VIDROS) - G	24	2:00	48:00	24	2:00	48:00	30	2:00	60:00	36	2:00	72:00	45	2:00	90:00
REMOÇÃO DE CALCÁRIO (PINTURA) - P	24	2:00	48:00	24	2:00	48:00	30	2:00	60:00	36	2:00	72:00	45	2:00	90:00
REMOÇÃO DE CALCÁRIO (PINTURA) - M	24	2:30	60:00	24	2:30	60:00	30	2:30	75:00	36	2:30	90:00	45	2:30	112:30
REMOÇÃO DE CALCÁRIO (PINTURA) - G	24	4:00	96:00	24	4:00	96:00	30	4:00	120:00	36	4:00	144:00	45	4:00	180:00
REVITALIZAÇÃO DE PLÁSTICOS	24	1:00	24:00	24	1:00	24:00	30	1:00	30:00	36	1:00	36:00	45	1:00	45:00
ENCERAMENTO PROFISSIONAL - P	24	1:30	36:00	24	1:30	36:00	30	1:30	45:00	36	1:30	54:00	45	1:30	67:30
ENCERAMENTO PROFISSIONAL - M	24	2:00	48:00	24	2:00	48:00	30	2:00	60:00	36	2:00	72:00	45	2:00	90:00
ENCERAMENTO PROFISSIONAL - G	24	3:00	72:00	24	3:00	72:00	30	3:00	90:00	36	3:00	108:00	45	3:00	135:00
	1.176		1800:00	1.176		1800:00	1.470		2250:00	1.764		2700:00	2.205		3375:00

ESTOFOS																
SERVIÇOS		ESTUDO DE HORAS - REALIZAÇÃO SERVIÇOS														
		2023			2024			2025			2026			2027		
		Qtde Serviços	Qtde Horas/Serviços	Qtde Horas Serviços por ano	Qtde Serviços	Qtde Horas/Serviços	Qtde Horas Serviços por ano	Qtde Serviços	Qtde Horas/Serviços	Qtde Horas Serviços por ano	Qtde Serviços	Qtde Horas/Serviços	Qtde Horas Serviços por ano	Qtde Serviços	Qtde Horas/Serviços	Qtde Horas Serviços por ano
LIMPEZA DE SOFÁS	Sofá - Medida até 1,60m²	24	3:00	72:00	24	3:00	72:00	30	3:00	90:00	36	3:00	108:00	45	3:00	135:00
	Sofá - Medida até 2,20m²	24	3:30	84:00	24	3:30	84:00	30	3:30	105:00	36	3:30	126:00	45	3:30	157:30
	Sofá - Medida até 2,70m²	24	4:00	96:00	24	4:00	96:00	30	4:00	120:00	36	4:00	144:00	45	4:00	180:00
	Sofá - Medida até 3,20m²	24	4:30	108:00	24	4:30	108:00	30	4:30	135:00	36	4:30	162:00	45	4:30	202:30
IMPERMEABILIZAÇÃO DE SOFÁS	Sofá - Medida até 1,60m²	24	3:00	72:00	24	3:00	72:00	30	3:00	90:00	36	3:00	108:00	45	3:00	135:00
	Sofá - Medida até 2,20m²	24	3:30	84:00	24	3:30	84:00	30	3:30	105:00	36	3:30	126:00	45	3:30	157:30
	Sofá - Medida até 2,70m²	24	4:00	96:00	24	4:00	96:00	30	4:00	120:00	36	4:00	144:00	45	4:00	180:00
	Sofá - Medida até 3,20m²	24	4:30	108:00	24	4:30	108:00	30	4:30	135:00	36	4:30	162:00	45	4:30	202:30
LIMPEZA DE TAPETES E CARPETES		24	2:00	48:00	24	2:00	48:00	30	2:00	60:00	36	2:00	72:00	45	2:00	90:00
IMPERMEABILIZAÇÃO DE TAPETES E CARPETES		24	2:00	48:00	24	2:00	48:00	30	2:00	60:00	36	2:00	72:00	45	2:00	90:00
LIMPEZA E HIGIENIZAÇÃO DE COLCHÕES	Solteiro	24	3:00	72:00	24	3:00	72:00	30	3:00	90:00	36	3:00	108:00	45	3:00	135:00
	Casal	24	3:30	84:00	24	3:30	84:00	30	3:30	105:00	36	3:30	126:00	45	3:30	157:30
	Queen	24	4:00	96:00	24	4:00	96:00	30	4:00	120:00	36	4:00	144:00	45	4:00	180:00
	King	24	4:30	108:00	24	4:30	108:00	30	4:30	135:00	36	4:30	162:00	45	4:30	202:30
LIMPEZA DE CADEIRAS		24	0:30	12:00	24	0:30	12:00	30	0:30	15:00	36	0:30	18:00	45	0:30	22:30
IMPERMEABILIZAÇÃO DE CADEIRAS		24	0:40	16:00	24	0:40	16:00	30	0:40	20:00	36	0:40	24:00	45	0:40	30:00
		384		1204:00	384		1204:00	480		1505:00	576		1806:00	720		2257:30

Anexo V – Inquérito

Perguntas Respostas **85** Configurações

85 respostas

Não está aceitando respostas

Mensagem para os participantes

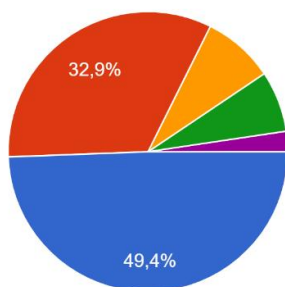
Este formulário não aceita mais respostas

Resumo Pergunta Individual

CARACTERÍSTICAS DO INQUIRIDO

1) Faixa Etária:

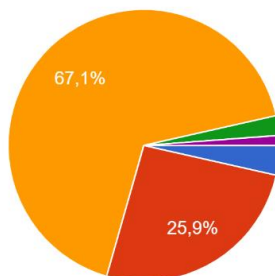
85 respostas



- 18 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 a 64 anos
- 65 anos ou mais

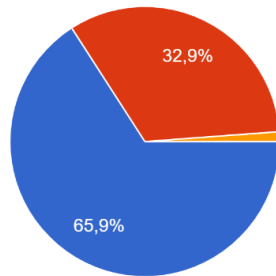
2) Escolaridade:

85 respostas



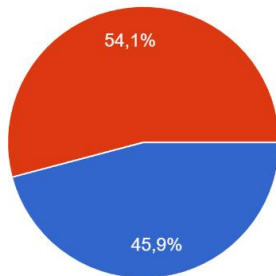
- Ensino Básico
- Ensino Secundário
- Ensino Superior
- Nível Superior
- Nível Secundário

3) Sexo:
85 respostas



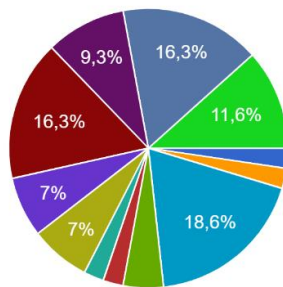
- Feminino
- Masculino
- Prefiro não responder

4) Exerce alguma atividade econômica?
85 respostas



- Sim
- Não

5) Se sim, em que ramo de atividade?
43 respostas

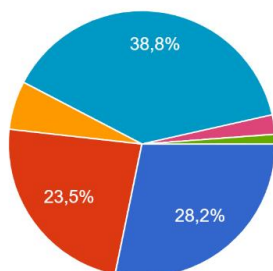


- A - Agricultura, produção animal, caça...
- B - Indústrias extractivas
- C - Indústrias transformadoras
- D - Electricidade, gás, vapor, água qu...
- E - Captação, tratamento e distribuiçã...
- F - Construção
- G - Comércio por grosso e a retalho; r...
- H - Transportes e armazenagem

▲ 1/3 ▼

6) O seu rendimento líquido médio mensal é?

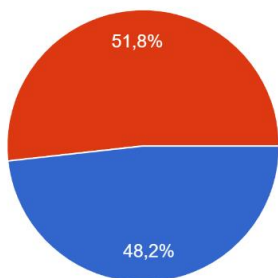
85 respostas



- Até 800 euros
- De 801 a 1.500 euros
- De 1.501 a 2.500 euros
- De 2.501 a 3.500 euros
- De 3.501 euros em diante
- Não trabalho
- Só Estudo
- Até 10.000 euros

7) Possui viatura própria?

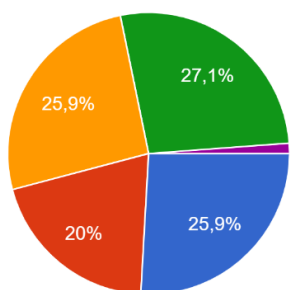
85 respostas



- Sim
- Não

8) Faz uso da viatura própria para o trabalho?

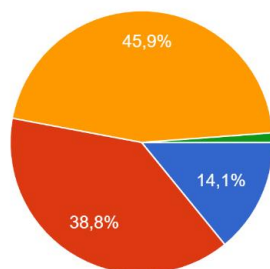
85 respostas



- Sim
- Não
- Eu não trabalho
- Não tenho viatura própria
- Só estudo

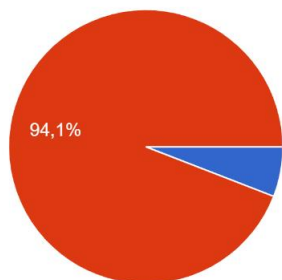
9) Faz uso da viatura da empresa em que trabalha?

85 respostas



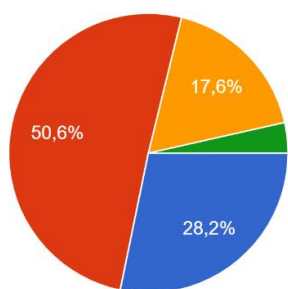
10) Possui um estabelecimento comercial?

85 respostas



11) Vive em casa própria ou arrendada?

85 respostas

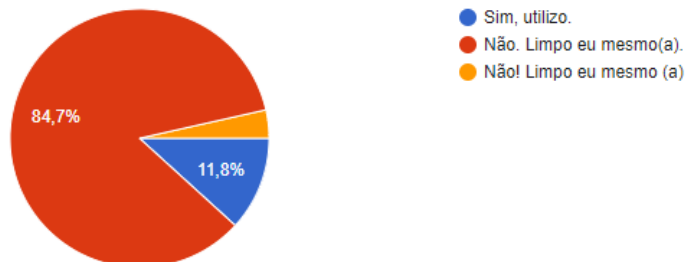


COTIDIANO DO INQUÉRITO

12) Utiliza com frequência alguma prestadora de serviço para lavagem de viatura e estofos de uma forma geral (como colchões, sofás, poltronas, etc)?

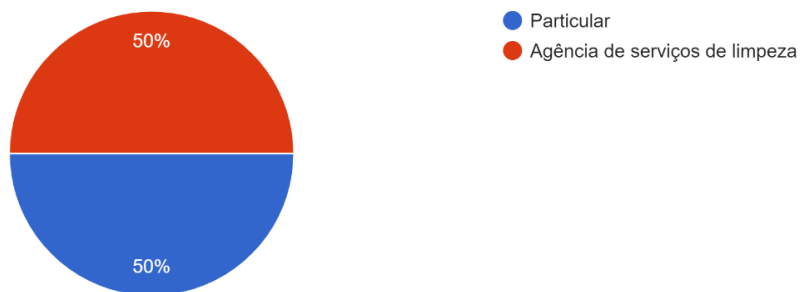


85 respostas



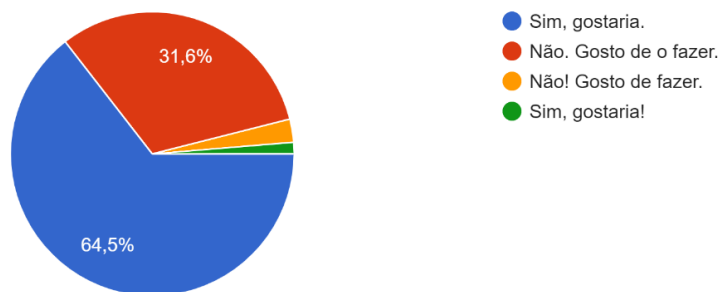
13) Se utiliza um prestador de serviço, este é particular ou uma agência de serviços de limpeza?

26 respostas

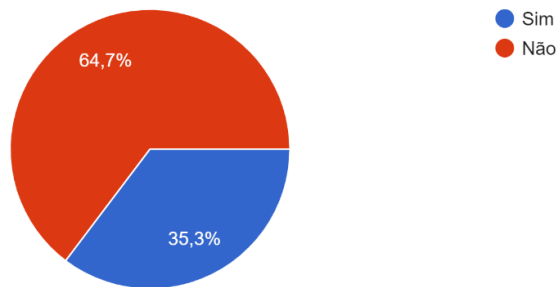


14) Se limpa você mesmo(a), não gostaria que uma empresa fizesse isso por si, para que tenha mais tempo livre?

76 respostas



15) Já contratou um serviço de limpeza para sua casa ou estabelecimento comercial ou viatura?
85 respostas

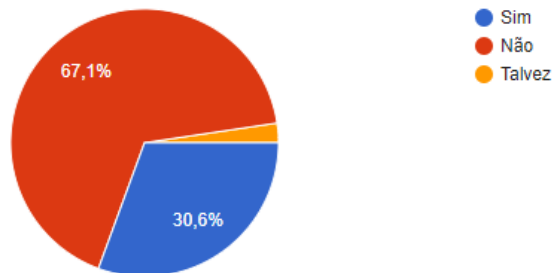


CONHECIMENTO SOBRE LIMPEZA ECOLÓGICA

16) Conhece o sistema de limpeza ecológica ou já ouviu falar?

 Copiar

85 respostas



A lavagem a seco é um método de limpeza que gasta pouquíssima água, além de ser mais eficiente, prática e econômica. É muito mais benéfica em termos ambientais pela economia de água. Este tipo de lavagem surgiu da necessidade de se economizar água em tempos de racionamento. Assim, em vez de usar jatos de água sobre o carro, ela é feita com toalhas específicas (de microfibras) e um produto próprio para este tipo de limpeza, de modo que o atrito com a lataria diminua e não arranhe o veículo.

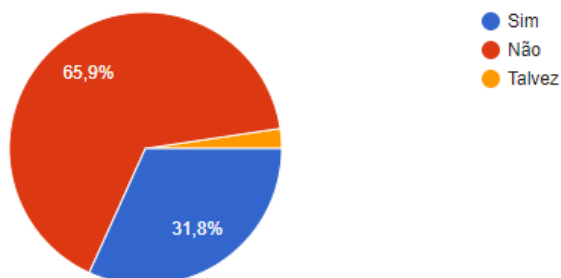
Ativa
Acesse

A lavagem a seco é um método de limpeza que gasta pouquíssima água, além de ser mais eficiente, prática e econômica. É muito mais benéfica em termos ambientais pela economia de água. Este tipo de lavagem surgiu da necessidade de se economizar água em tempos de racionamento. Assim, em vez de usar jatos de água sobre o carro, ela é feita com toalhas específicas (de microfibras) e um produto próprio para este tipo de limpeza, de modo que o atrito com a lataria diminua e não arranhe o veículo.

17) Conhece os benefícios da limpeza ecológica de viaturas e estofos?

 Copiar

85 respostas

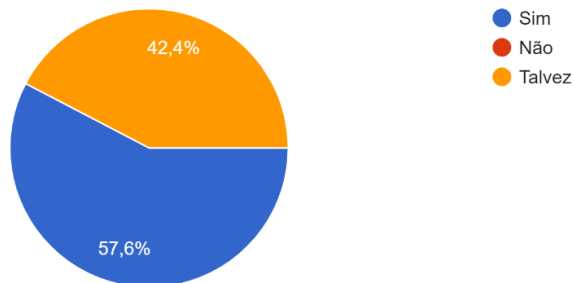


De um modo geral, tudo o que uma limpeza com água faz, uma lavagem a seco também faz. Além disso, ainda apresenta outras vantagens.

É possível aplicar este tipo de lavagem não apenas na lataria do veículo, mas no seu interior também. É um método de limpeza mais recomendável e seguro porque ao utilizar o produto apropriado, dispensando o uso da água, não se corre o risco de prejudicar a densidade da espuma no estofamento do veículo, por exemplo, nem de causar danos (oxidação, principalmente) à armação dos bancos. Também traz grande economia de água, oferece rapidez, proporciona maior proteção da lataria, ajuda a prevenir o mofo e apresenta um excelente custo-benefício.

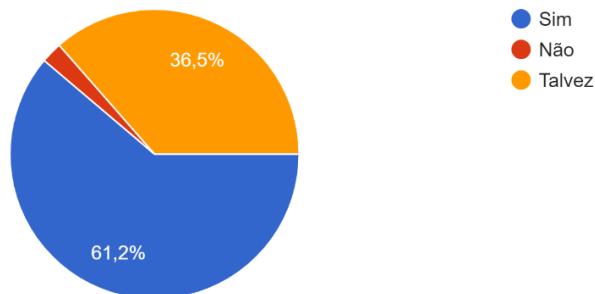
18) Depois destas informações sobre a limpeza ecológica, acha que algum dia contrataria um serviço de limpeza com estas características?

85 respostas



19) A ideia de uma empresa prestadora de serviços de limpeza ecológica realizar todos estes serviços na sua morada agrada-lhe?

85 respostas



SE O SERVIÇO AGRADAR:

20) Para a limpeza ecológica da sua viatura e/ou da viatura da empresa para qual trabalha, quanto estaria disposto a pagar (por um serviço no domicílio)?

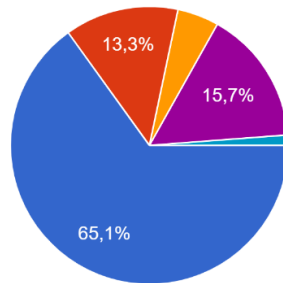
Copiar

83 respostas



21) Para a limpeza ecológica de estofos de uma forma geral (sofás, colchões, poltronas, etc), quanto estaria disposto a pagar?

83 respostas



- Até 50 euros
- De 51 a 70 euros
- De 71 a 90 euros
- De 91 a 110 euros
- Pago o valor que custar, pois prezo o meu tempo e conforto
- Pago o valor que custar, pois prezo pelo meu tempo e conforto