



UNIVERSIDADE  
CANDIDO  
MENDES

**UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES - NITERÓI**

**Bárbara Carvalho da Rocha**

**11303033-2**

**Carla Jânia Neves Paixão do Amorim**

**11303025-2**

**Jéssica Cristina de Andrade Pereira**

**11303019-2**

**Juan Fernandes Lopes de Araújo**

**11303029-2**

**Paulo Roberto Baptista de Souza Junior**

**11300033-2**

**SUSTENPARK:**

Um estacionamento com conceito sustentável

PLANO DE NEGÓCIOS

BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE

NITERÓI

NOVEMBRO DE 2016

**Bárbara Carvalho da Rocha**  
**Carla Jânia Neves Paixão do Amorim**  
**Jéssica Cristina de Andrade Pereira**  
**Juan Fernandes Lopes de Araújo**  
**Paulo Roberto Baptista de Souza Junior**

## **SustenPark**

Plano de negócios apresentada à banca examinadora da Universidade Candido Mendes – Niterói, como exigência parcial para a obtenção do grau de bacharel em Administração e Ciências Contábeis.

**Orientador: Prof. Ms. Vladimir Leite Gonçalves**

**NITEROI**

**Novembro/2016**

# Plano de Negócios

---

**Bárbara Carvalho da Rocha**

**Carla Jânia Neves Paixão do Amorim**

**Jéssica Cristina de Andrade Pereira**

**Juan Fernandes Lopes de Araújo**

**Paulo Roberto Baptista de Souza Junior**

## **SUSTENPARK:**

Um estacionamento com conceito sustentável

Plano de negócios apresentada à banca examinadora da Universidade Candido Mendes – Niterói, como exigência parcial para a obtenção do grau de bacharel em Administração e Ciências Contábeis.

Nota: \_\_\_\_\_

Aprovada ( )

Aprovada com louvor ( )

Aprovada com restrições ( )

Reprovada ( )

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

---

Prof. Ms. Vladimir Leite Gonçalves

Universidade Candido Mendes

---

Prof. Ms. Elza Calazans

Universidade Candido Mendes

---

Prof. Ms. Marlice Mattos

Universidade Candido Mendes

# Plano de Negócios

---

## Sumário

<b>1 - Capa.....</b>	<b>8</b>
<b>2 - Sumário Executivo.....</b>	<b>9</b>
2.1 - Produtos e Serviços.....	9
2.2 - Análise de Mercado.....	9
2.3 - Estratégia do Negócio.....	11
2.4 - Planejamento e Organização do Negócio.....	11
2.5 - Planejamento Financeiro.....	12
<b>3 - A Empresa.....</b>	<b>13</b>
3.1 - Logo.....	13
3.2 - Slogan.....	13
3.3 - Missão.....	13
3.4 - Visão.....	13
3.5 - Valores.....	13
<b>4 - Produtos e Serviços.....</b>	<b>14</b>
4.1 - Competidores existentes no mercado e serviços que oferecem.....	14
4.2 - Nosso serviço em comparação aos competidores.....	14
4.3 - Documento com informações dos serviços prestados.....	14
4.4 - Fontes geradoras de inspiração do serviço.....	14
4.5 - Tecnologias usadas nos serviços.....	14
4.6 - Tecnologias Originais da Empresa.....	15
4.7 - Futuros Serviços a serem Produzidos pela Empresa.....	15
4.8 - Perspectivas Futuras da Empresa quanto aos Serviços.....	15
4.9 - Ciclo de vida do serviço/produto.....	15
<b>5 - Análise do Mercado.....</b>	<b>17</b>
5.1 - Pesquisas de mercado.....	17
5.2 - Pesquisas com os clientes.....	22
5.3 - Identificação do mercado.....	29
5.3.1 - Cliente e sua localização.....	29

# Plano de Negócios

---

5.3.2 - Desejos e necessidades dos clientes.....	29
5.3.3 - O custo de se estacionar.....	29
5.3.4 - Decisão de compra.....	30
5.3.5 - Tamanho de mercado através da pesquisa de mercado.....	30
5.3.6 - Segmento de atuação.....	30
5.3.7 - Localização.....	30
5.3.8 - Nicho de mercado.....	31
5.4 - Pesquisas com a concorrência.....	31
5.4.1 - Pesquisa com o concorrente "1".....	31
5.4.2 - Pesquisa com o concorrente "2".....	33
5.4.3 - Pesquisa com o concorrente "3".....	34
5.5 - Análise SWOT dos Concorrentes.....	37
5.5.1 - Conclusão.....	38
5.6 - Análise SWOT da SustenPark.....	39
5.6.1 - Conclusão.....	40
5.7 - 5 Forças de Porter.....	41
<b>6 - Estratégias do Negócio.....</b>	<b>45</b>
6.1 - Como os serviços serão apresentados.....	45
6.2 - Proposta de valor da empresa.....	45
6.3 - Imagem projetada no mercado.....	45
6.4 - Estratégia utilizada (Diferenciação, Liderança, Desenvolvimento do serviço e mercado).....	45
6.5 - Marketing de relacionamento: Social e Digital.....	45
6.5.1 - Marketing Social.....	46
6.5.2 - Marketing Digital.....	46
6.6 - Diferenciais do serviço em relação a concorrências.....	46
6.7 - 4P's – Plano de marketing.....	47
6.8 - Divulgação da empresa.....	48
6.9 - Imagem da empresa.....	49
6.10 - Parcerias e/ou alianças possíveis.....	49

# Plano de Negócios

---

6.11 - Mídias sociais.....	49
6.11.1 - Whatsapp.....	49
6.11.2 - Facebook.....	51
6.12 - Conclusão de marketing.....	52
<b>7 - Planejamento e Organização do Negócio.....</b>	<b>54</b>
7.1 - Equipe gerencial.....	54
7.2 - Plano de RH.....	55
7.2.1 - Cargos e salários.....	55
7.2.2 - Quantitativo de funcionários.....	56
7.3 - Organograma empresarial.....	57
7.4 - Fluxogramas.....	58
7.4.1 - Recepção de cliente.....	58
7.4.2 - Liberação de veículo.....	59
7.4.3 - Lavagem à seco.....	60
7.5 - Layout.....	62
7.6 - Indicadores de desempenho.....	63
7.6.1 - Quantidade de clientes atendidos.....	63
7.6.2 - Quantidade de veículos estacionados.....	64
7.6.3 - Ociosidade das vagas.....	65
7.6.4 - Satisfação dos clientes.....	65
7.6.5 - Market Share.....	65
<b>8 - Planejamento Financeiro.....</b>	<b>66</b>
8.1 - Fluxo de caixa.....	66
8.2 - Demonstração do resultado do exercício - DRE.....	67
8.3 - Balanço Patrimonial - BP.....	68
8.4 - Análise de viabilidade.....	69
8.5 - Indicadores financeiros.....	72
8.6 - Ponto de equilíbrio.....	73
8.7 - Capital de Giro.....	73
8.8 - Composição do investimento inicial.....	74

## Plano de Negócios

---

8.9 - Conclusão Financeira.....	74
9 - Conclusão.....	75
<b>Referências.....</b>	<b>75</b>

### 1 - CAPA:

# SustenPark Estacionamento Ltda.

Rua Mariz e Barros, 319 - Icaraí - Niterói - RJ

CEP: 24220-120

Tel.: (21) 3619-4444 Cel.: (21) 99745-7971



Somamos conscientização, multiplicamos segurança!

Este Plano de Negócios foi elaborado em Novembro de 2016 por:

Paulo Roberto Baptista de Souza Junior; (Sócio)

Carla Jânia Neves Paixão do Amorim; (Sócio)

Jéssica Cristina de Andrade Pereira; (Sócio)

Juan Fernandes Lopes de Araújo; (Sócio)

Bárbara Carvalho da Rocha. (Sócio)

Cópia 1 de 6

## **2 - SUMÁRIO EXECUTIVO:**

### **2.1 - PRODUTOS E SERVIÇOS:**

A grande fonte de inspiração é a necessidade de um serviço de estacionamento eco sustentável, com vagas largas e cobertas no Bairro de Icaraí. Sobre o ciclo de vida do nosso serviço, iremos crescer junto com o serviço, apresentando novidades e agregando valores aos nossos clientes. A maturidade em nossos serviços será em criar novidades aos clientes. Quanto ao declínio não temos a intenção de chegar a esse ponto, porém caso ocorra vamos criar estratégias e mudar nossos serviços prestados.

### **2.2 - ANÁLISE DE MERCADO:**

Com todos os desejos e necessidades dos clientes, vamos estar sempre buscando satisfazê-los, e garantindo o nosso trabalho com segurança e qualidade. Através da pesquisa de mercado identificamos diversos fatores que incomodam e que ainda faltam nos estacionamentos. Vamos ter como meta estes fatores e prestar um serviço diferenciado de nossos concorrentes, porém sempre cativando nossos clientes.

#### **Análise SWOT da Sustenpark:**

Em nossa análise SWOT, estratégias preliminares já aparecem: em nossas forças devemos investir na nossa qualidade e competência do serviço oferecido. Nas fraquezas, buscar mais experiência de empresas concorrentes na área, para alcançar o investimento pretendido. Já nas oportunidades, vamos investir fortemente em parcerias com outras empresas e garantir um serviço sustentável. Por fim as ameaças, iremos apostar fortemente em nosso diferencial sustentável para que as ameaças sejam minimizadas e estreitar relacionamento com estabelecimentos da região para criar vínculo com parceiros.

## Plano de Negócios

---

### **5 Forças de Porter:**

#### **Rivalidade entre concorrentes:**

Possui um nível de alta concorrência. Pois nesse mercado de estacionamento, as empresas são, em sua maioria, são grandes organizações. Logo, vamos criar um ambiente totalmente sustentável, sempre com a devida preocupação com o meio ambiente. Contendo diversos tipos de serviços, como o de manobrista e lavagem á seco.

#### **Produtos/Serviços Substitutos:**

Possui nível médio, pois existem diversos meios de transportes atualmente que podem substituir o automóvel, como o taxi, uber e o transporte público. Temos como meta conquistar os clientes, e garantir promoções, serviços agregados e ideias inovadoras que farão parte de nossa organização.

#### **Poder de Barganha dos Clientes:**

Nível alto no poder de barganha, por causa do preço, a qualidade do serviço prestado, o ambiente e o tempo como principais fatores de escolha. Vamos criar uma campanha de marketing, fazer promoções e entre outras estratégias, com a finalidade de atrair os clientes.

#### **Poder de Barganha dos Fornecedores:**

Nível médio na barganha com os fornecedores, pois apesar de possuímos um ambiente totalmente sustentável, iremos ter um problema com alto investimento. Logo, será necessário fazer cotações de produtos e negociar parcerias junto a fornecedores.

#### **Ameaça de Novos Entrantes:**

## Plano de Negócios

---

Nível médio de ameaça de novos entrantes. Pois apesar de haver a constante mudança e o avanço da tecnologia, utilizaremos a estratégia de nunca se acomodar e sempre estar em busca de novas tecnologias e criações inovadoras.

### **2.3 - ESTRATÉGIA DO NEGÓCIO:**

#### **Posicionamento estratégico de marketing:**

A SUSTENPARK, preocupada com o futuro, proporciona um estacionamento no qual utiliza sistema automatizado de forma sustentável, diferenciada e de qualidade. Com o intuito de focar no marketing de relacionamento através de serviços de fidelização dos clientes. Exploraremos o marketing social, tendo como objetivo associar a nossa marca às boas práticas e preocupação social e o marketing digital, que são os e-mails e mídias sociais (Whatsapp e Facebook).

#### **4ps – Plano de Marketing:**

Nos dias de hoje, para se ter um serviço desejado e atraente deve possuir uma boa localização, logo foi escolhido o município de Niterói-RJ para a construção da SUSTENPARK. Um estacionamento que visa proporcionar um serviço diferenciado dos demais, com segurança, conforto e atendimento de qualidade e diversos tipos de serviços. Procuramos promover parcerias com diversas empresas, assim facilitando os clientes no acesso e garantindo segurança. Com diversos pacotes de preços para os clientes, com alternativas de diárias e mensalidades, assim os nossos clientes escolhem o melhor para seu automóvel e sua renda. O principal interesse é focar no marketing, ônibus e outdoors, pois são lugares que atinge diversas camadas sociais e no planejamento da cobertura, atingiremos o público alvo.

### **2.4 - PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DO NEGÓCIO:**

## Plano de Negócios

---

Em nosso plano de RH, iremos operar com diversos funcionários, como os manobristas, assistente de marketing, operador de caixa, auxiliar de serviços gerais e especialista de lavagem a seco. Todos sendo gerenciados pelos seus gerentes, que serão alocados as suas especialidades. Tendo total assistência de nossos diretores.

### **2.5 - PLANEJAMENTO FINANCEIRO:**

Com análise em nosso plano financeiro, os indicadores nos mostram que é viável o projeto em todos os cenários. No cenário pessimista apresentou ser mais longo que nos outros, mas nada que embate a nossa rentabilidade. Nos índices econômicos a empresa terá capital de giro suficiente para manter os gastos, apresentando um nível de endividamento baixo e logo um bom desempenho no retorno do lucro face aos investimentos. O ponto de equilíbrio indicou que teremos renda suficiente para cobrir nossas despesas variáveis e fixas. Portanto, como mencionado acima o projeto é viável em todos os cenários.

### 3 - A EMPRESA:

#### 3.1 - Logo:



#### 3.2 - Slogan: Somamos conscientização, multiplicamos segurança!

#### 3.3 - Missão:

Ser um estacionamento com ideologia e atitudes eco sustentáveis, com serviços inovadores, que conquistem a confiabilidade do cliente.

#### 3.4 - Visão:

Ser líder na prestação de serviço de estacionamento eco sustentável e ser referência de qualidade na atuação da mobilidade urbana.

#### 3.5 - Valores:

- Excelência
- Confiança
- Responsabilidade sócio ambiental
- Comprometimento
- Satisfação do cliente
- Qualidade de atendimento
- Segurança

## **4 - PRODUTOS E SERVIÇOS:**

### **4.1 - Competidores Existentes no Mercado e Serviços que Oferecem:**

Os competidores do mercado são os prestadores de serviços de estacionamento localizados no Bairro de Icaraí, na qual oferecem somente serviços de guarda veículos.

### **4.2 - Nosso Serviço em Comparação aos Competidores:**

Visamos sobrepor nossos competidores no quesito que, iremos oferecer vagas largas e espaço coberto, disponibilizaremos espaço para estacionar bicicletas e serviço de lavagem de carro a seco.

### **4.3 - Documento com Informações do Serviços Prestados:**

O documento que contém todo detalhamento das estratégias e serviços a serem realizados pela Empresa será o Plano de Marketing.

### **4.4 - Fontes Geradoras de Inspiração do Serviço:**

A grande fonte de inspiração é a necessidade de um serviço de estacionamento eco-sustentável, com vagas largas e cobertas no Bairro de Icaraí. Pois, apesar de existirem muitos estacionamentos na região, nenhum tem os nossos diferenciais. E também identificamos a necessidade de vagas no local, tendo em vista que possuem muitos veículos na rua e pouco lugar para estacionar seguramente.

### **4.5 - Tecnologias Usadas nos Serviços:**

## Plano de Negócios

---

As tecnologias utilizadas serão a utilização das placas solares para a geração de energia interna do estacionamento e também a utilização das telhas para a captação das águas das chuvas, assim reaproveitando a mesma para os serviços do local.

### **4.6 - Tecnologias Originais da Empresa:**

A princípio não teremos nenhuma tecnologia própria a ser utilizada em nosso estacionamento. Podemos sim em um futuro ter essa vantagem em nosso estabelecimento.

### **4.7 - Futuros Serviços a serem Produzidos pela Empresa:**

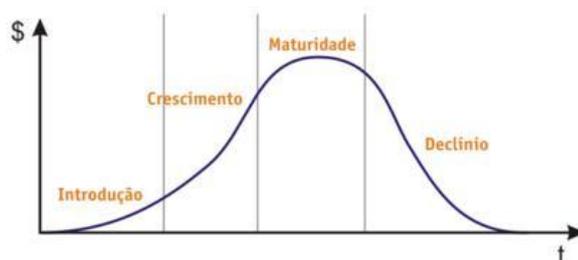
Monitoramento do veículo do cliente por aplicativo, disponibilizando acesso às câmeras do estacionamento. Assim como outros serviços a serem disponibilizados, como exemplo informações do funcionamento do estacionamento, programa de fidelidade e entre outros.

### **4.8 - Perspectivas Futuras da Empresa quanto aos Serviços:**

Nossas perspectivas são de crescimento aliado à entrega de ótimos serviços, agregados à qualidade do atendimento, para assim pensarmos em aumentar nossa abrangência pela cidade.

### **4.9 - Ciclo de Vida do Serviço/Produto:**

### Ciclo de Vida do Produto



Sobre o ciclo de vida do nosso serviço, a SustenPark em seu início de operação se posicionará na introdução, por ser uma empresa nova em um mercado com grandes concorrentes. Esta etapa permanecerá por até um ano de operação.

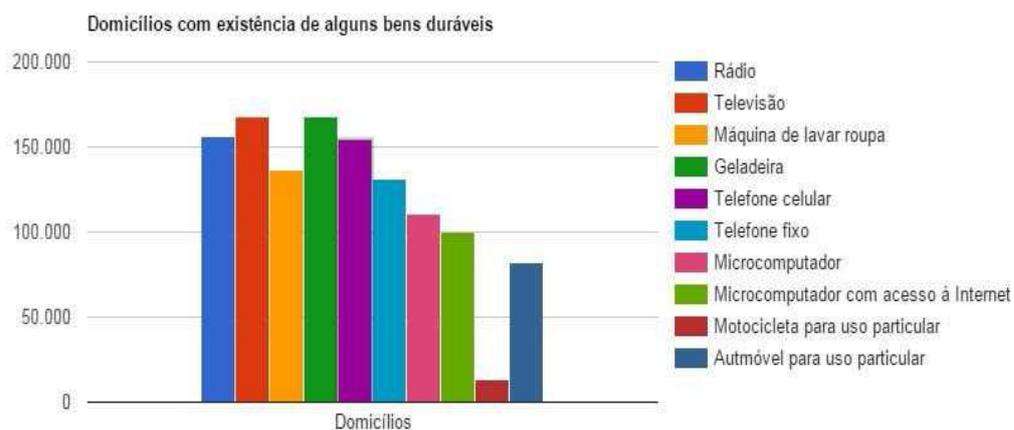
Obteremos o nível de crescimento com o início do serviço, apresentando novidades e agregando valores aos nossos clientes. Por exemplo os serviços de manobrista, lavagem à seco e a guarda de bicicletas. Teremos esse crescimento evidenciado entre um a três anos.

A maturidade do serviço dependerá exclusivamente de muito empenho em criar novidades aos nossos clientes para que haja a manutenção dos ótimos serviços prestados. Como por exemplo a criação do nosso aplicativo para agregar informações e serviços aos nossos fiéis clientes, e assim se manterá por pelo menos mais cinco anos.

E quanto ao declínio do serviço em seu ciclo de vida, não temos a intenção de chegar à esse ponto, pois sempre apresentaremos novidades para agregar valor aos serviços prestados aos nossos clientes. Porém, o mercado é incerto e pode haver um declínio em nossa operação, então teremos mais do que nunca que trabalhar para criar estratégias de curto, médio e longo prazo para absorver essa queda de nosso estacionamento, pensando em mudança de serviços prestados e também na troca do local de operação. E esta etapa da empresa poderá ocorrer depois de oito anos de seu início das atividades.

## 5 - ANÁLISE DE MERCADO:

### 5.1 - Pesquisas de Mercado:



Pela pesquisa do senso do IBGE a cidade de Niterói, possui aproximadamente 100 mil domicílios com uso de automóvel particular.

## Plano de Negócios

---

### ICARAÍ – BAIRRO MAIS POPULOSO DE NITERÓI

Bairro	População	(%)
<u>Icaraí</u>	78.715	16%
<u>Fonseca</u>	52.629	11%
<u>Santa Rosa</u>	30.701	6%
<u>Engenhoca</u>	21.310	4%
<u>Centro</u>	19.349	4%
<u>Barreto</u>	18.133	4%
<u>Ingå</u>	17.220	4%
<u>Piratininga</u>	16.098	3%
<u>Cubango</u>	11.374	2%
<u>Maravista</u>	10.056	2%
<u>Engenho de Mato</u>	10.038	2%
<u>São Francisco</u>	9.712	2%
<u>São Lourenço</u>	9.685	2%
<u>Largo de Batalha</u>	9.252	2%
<u>Serra Grande</u>	9.246	2%
<u>Ititoca</u>	8.592	2%
<u>Cantagalo</u>	8.556	2%
<u>Charitas</u>	8.121	2%
<u>Caramujo</u>	7.980	2%
<u>Santana</u>	7.720	2%
<u>Santa Bárbara</u>	7.417	2%
<u>Sapê</u>	7.194	1%
<u>Ponta D'areia</u>	6.937	1%
<u>Maria Paula</u>	6.741	1%
<u>Itaipu</u>	6.320	1%
<u>Badu</u>	6.198	1%
<u>Ilha de Conceição</u>	5.766	1%
<u>Santo Antônio</u>	4.758	1%
<u>São Domingos</u>	4.727	1%
<u>Viradouro</u>	4.562	1%

## Plano de Negócios

---

<u>Maceió</u>	4.272	1%
<u>Pé Pequeno</u>	4.112	1%
<u>Viçoso Jardim</u>	4.085	1%
<u>Morro de Estado</u>	4.073	1%
<u>Fátima</u>	4.004	1%
<u>Vila Progresso</u>	3.751	1%
<u>Tenente Jardim</u>	3.623	1%
<u>Jacaré</u>	3.563	1%
<u>Vital Brasil</u>	3.299	1%
<u>Cafubá</u>	3.289	1%
<u>Cachoeira</u>	3.171	1%
<u>Camboinhas</u>	3.138	1%
<u>Rio de Ouro</u>	3.085	1%
<u>Várzea das Moças</u>	2.900	1%
<u>Baldeador</u>	2.825	1%
<u>Jurujuaba</u>	2.797	1%
<u>Boa Viagem</u>	2.088	0%
<u>Itacoatiara</u>	1.354	0%
<u>Jardim Imbuí</u>	1.127	0%
<u>Matapaca</u>	1.037	0%
<u>Muriqui</u>	735	0%
<u>Gragoatá</u>	127	0%
<b>TOTAL</b>	<b>487562</b>	<b>100%</b>

### TOTAL DE VEÍCULOS EM NITERÓI

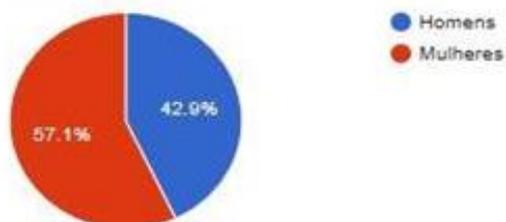
TIPO DE VEICULO	QUANTIDADE	(%)
AUTOMOVEL	184.453	71 %
BONDE	-	0%
CAMINHAO	2.744	1%
CAMINHAO TRATOR	143	0%
CAMINHONETE	11.643	5%
CAMIONETA	13.189	5%
CHASSI PLATAF	-	0%
CICLOMOTOR	229	0%
MICRO-ONIBUS	1.325	1%
MOTOCICLETA	29.681	11 %
MOTONETA	5.026	2%
ONIBUS	2.921	1%
QUADRICICLO	-	0%
REBOQUE	2.487	1%
SEMI-REBOQUE	186	0%
SIDE-CAR	6	0%

OUTROS	30	0%
TRATOR ESTEI	-	0%
TRATOR RODAS	10	0%
TRICICLO	66	0%
UTILITARIO	4.593	2%
<b>TOTAL DE VEICULOS EM NITERÓI</b>	<b>258.732</b>	<b>10 0%</b>

## Homens X Mulheres

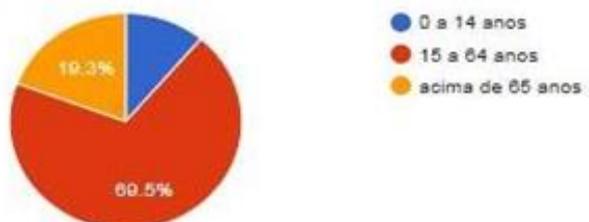
Conforme o Censo 2010 a população de Icaraí - Niterói, RJ é composta por

Icaraí: Homens X Mulheres



## Idade e Faixa Etária

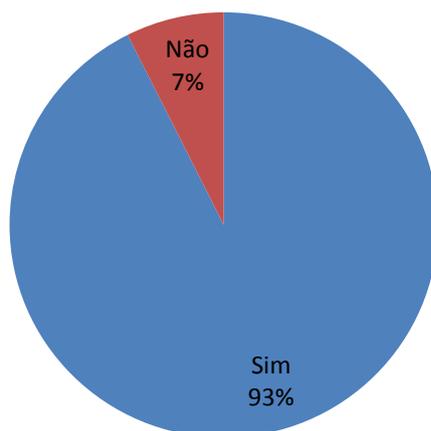
Icaraí: Faixas Etárias



### 5.2 - Pesquisa com o cliente:

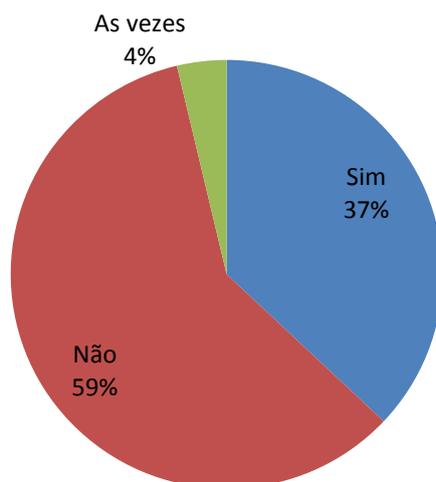
**Número de Participantes: 27**

1) Você tem carro?



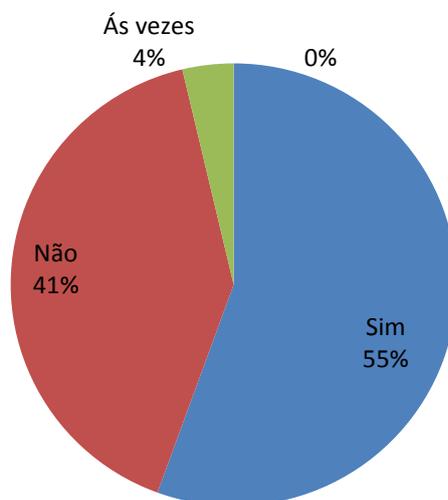
**Aproximadamente 93% dos entrevistados possuem carros.**

2) Você costuma trabalhar de carro? Por quê?



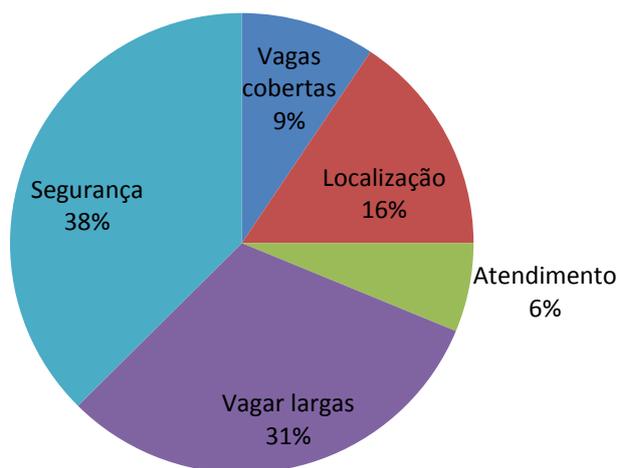
**Os 59% que não trabalham de carro, se justificam pelo alto custo dos combustíveis e por não ter local seguro para estacionar. Já os 37% escolhem ir de automóvel, por este trazer conforto e pelo transporte público ser precário.**

3) Você utiliza estacionamento privado? Por quê?



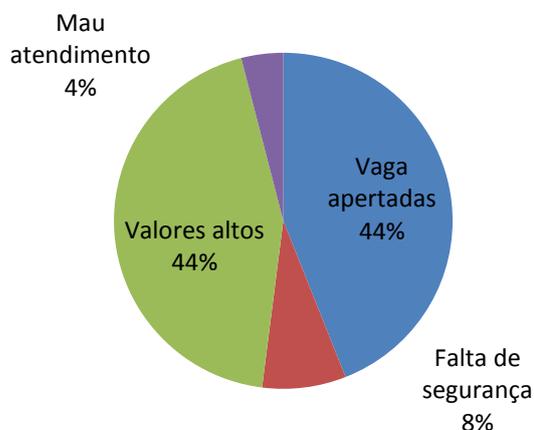
Aproximadamente 55% utilizam o estacionamento privado, pela segurança ser maior do que em deixar o carro em lugar público e também pela falta de vagas nas ruas.

4) O que você mais gosta em um estacionamento?



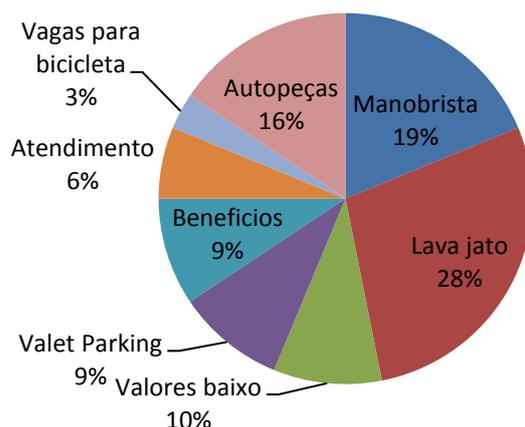
Nesta pergunta aos entrevistados, a segurança e as vagas largas foram o que mais gostariam de ver, pois com as vagas largas o risco de danos nos carros diminuiria.

5) O que você não gosta em um estacionamento?



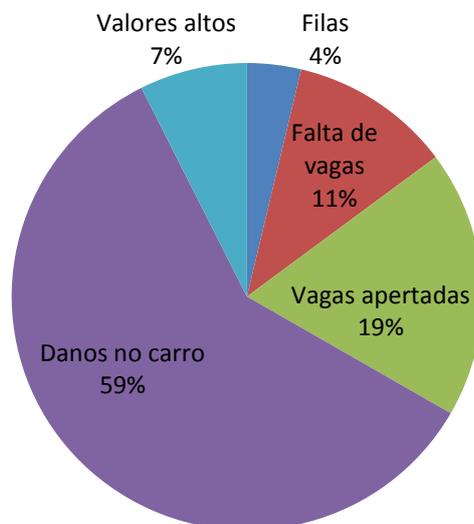
Com 44% os valores altos e as vagas apertadas são o que mais incomodam os frequentadores dos estacionamentos, as vagas por perder muito tempo estacionando pelo seu pequeno espaço e os valores altos com poucos benefícios em troca e muitas das vezes por pouco tempo de uso da vaga.

6) Que tipo de serviço você gostaria que tivesse em um estacionamento? O que te encantaria?



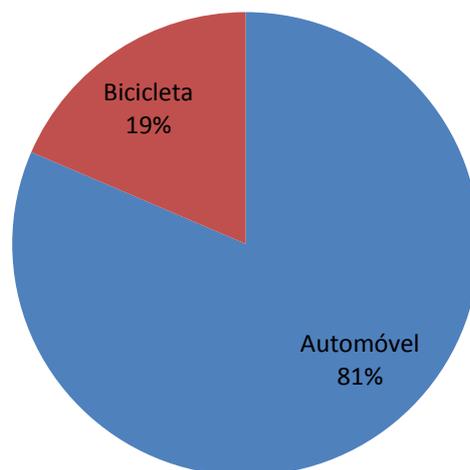
O lava jato foi o serviço em que mais encantaria as pessoas ao estacionar seu carro e ter esse tipo de serviço no mesmo local, pois assim teria tudo em só lugar. Logo, os 19% optariam em ver manobristas, para agilizar o tempo, já que se perde muito tempo para estacionar nas vagas apertadas.

7) Em sua opinião, quais problemas surgem dentro de um estacionamento?



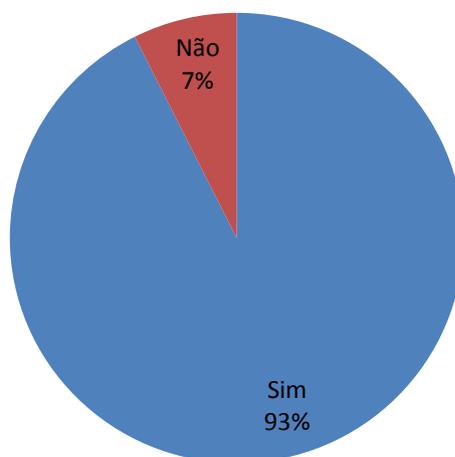
**Dos 27 entrevistados, 59% dizem que o maior problema visto nos estacionamentos são os danos causados nos carros pelas vagas que são muito apertadas e acaba danificando o veículo ao lado na hora de estacionar.**

8) Qual sua preferência, automóvel ou bicicleta?



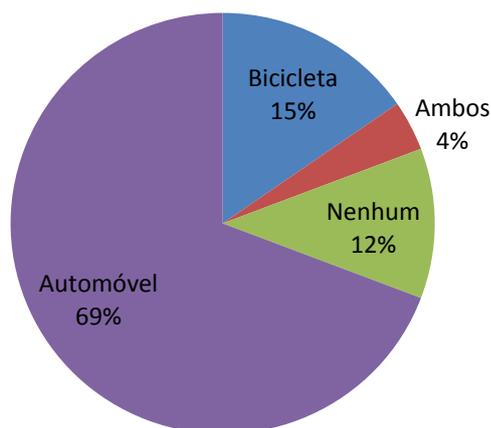
**Aproximadamente 81% dos entrevistados preferem automóveis, pelo conforto que lhe trazem.**

### 9) Estacionamentos deveriam ter espaço para bicicletas



**Dos 27 entrevistados, apenas 7% não concordam em ter espaço para bicicleta, pois dizem que causam danos nos veículos, por muitas das vezes as vagas serem juntas.**

### 10) Caso a empresa onde você trabalha tivesse convênios com algum estacionamento, destinados a automóveis e bicicletas, você optaria ir de que?

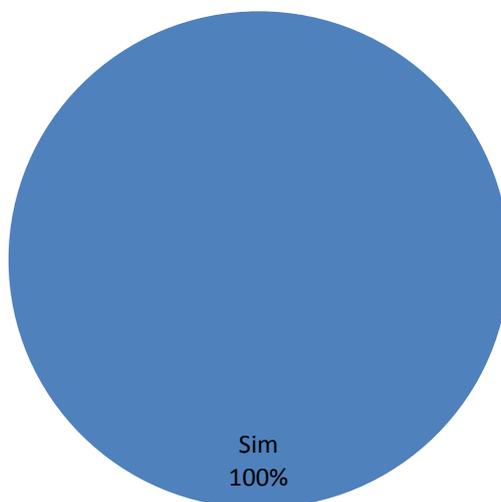


**Se a empresa possuísse benefícios para quem tem carro, 69% optariam em ir de carro.**

## Plano de Negócios

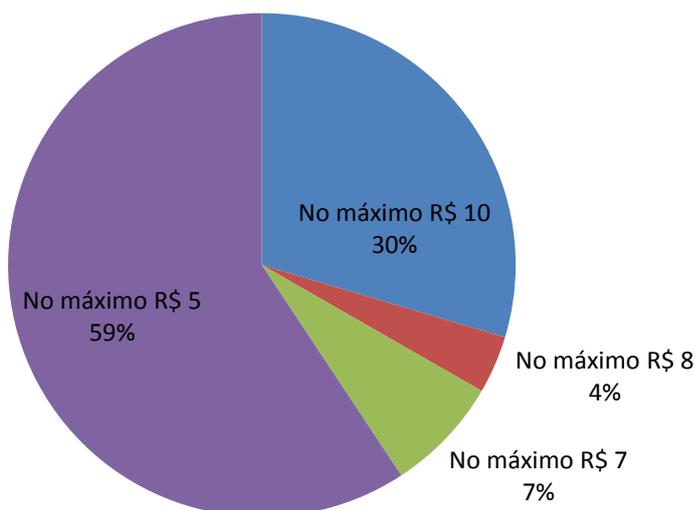
---

11) Você acha importantes os estacionamentos terem parcerias com restaurantes, empresas, casas de shows e festas?



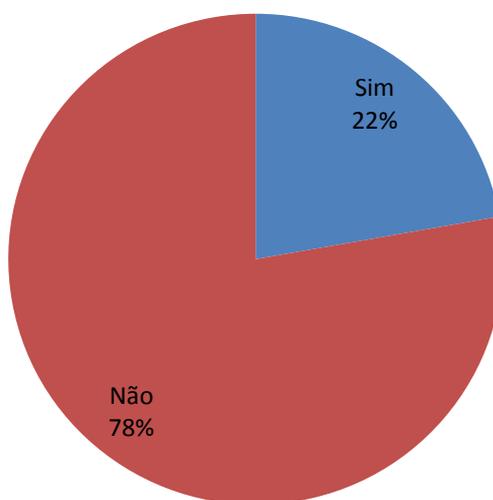
**Todos concordam com parcerias em restaurantes, casas de show e etc, pois acabava trazendo o conforto, segurança e praticidade.**

12) Até quanto você pagaria em uma hora de estacionamento?



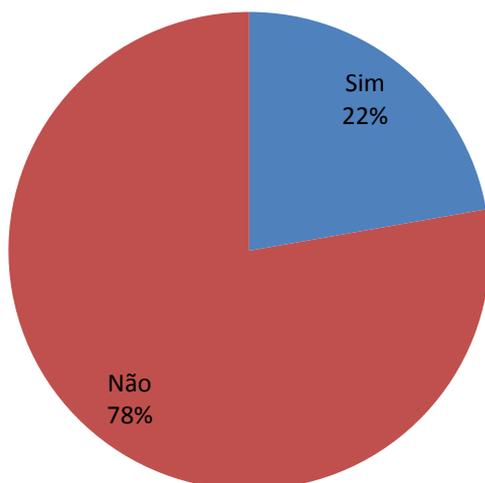
**Em uma hora de uso de estacionamento, muitos pagariam uma faixa de preço de R\$ 5,00 a R\$ 10,00.**

13) Você já viu alguma Publicidade relacionada a algum estacionamento?



**Os 22% que já viram alguma publicidade sobre estacionamento, disseram que nenhuma propaganda os chamou a atenção para frequentá-los.**

14) Você se lembra de alguma marca de estacionamento?



**Apenas 22% lembraram de alguma marca de estacionamentos, evidenciando assim a plena importância de divulgação da nossa marca para nosso público alvo.**

### **5.3 - Identificação do Mercado:**

#### **5.3.1 - Clientes e sua localização:**

Nossos clientes são todos aqueles que residem, trabalham e frequentam o bairro e regiões ao redor de Icaraí, no município de Niterói-RJ. Bairro de classe média alta e mais populoso de Niterói, bastante frequentado e movimentado. Portanto, quem estiver nesta região no período diurno quanto noturno terá o privilégio de guardar seu veículo na Sustenpark. Tendo segurança, conforto e um atendimento de qualidade ao estacionarem seu carro, moto ou bicicleta. Nossa empresa busca proporcionar um serviço diferenciado dos demais, com isso trazendo mais tranquilidade a nossos clientes.

#### **5.3.2 - Desejos e necessidades dos clientes:**

Os clientes possuem as necessidades e desejos de um espaço amplo, com vagas espaçosas e cobertas, para diminuir os danos em seus veículos, de possuir manobrista para garantir mais segurança, conforto e agilidade na hora de estacionar. O lava jato foi o serviço em que mais encantaria as pessoas ao estacionar seu carro e ter esse tipo de serviço no mesmo local, pois assim teria tudo em só lugar. Logo, com todos esses benefícios os clientes aceitariam pagar o preço adequado para o uso da vaga, já que muitos se sentem incomodadas com os valores altos e poucos benefícios em troca e muitas das vezes por pouco tempo de uso da vaga.

#### **5.3.3 - O custo de se estacionar:**

Conforme pesquisa realizada, aproximadamente 59% prezam por valores mais baixos, porém existe uma faixa de clientes de 30% que pagariam até R\$ 10,00

## Plano de Negócios

---

por hora. Sendo assim, temos a oportunidade e a margem para praticar preços acessíveis aos nossos clientes.

### **5.3.4 - Decisão de Compra:**

O consumidor deve levar em consideração suas variáveis e percepções com relação ao nosso serviço oferecido. Ele reconhece a necessidade, a busca de informação, a avaliação das alternativas disponíveis, a compra e a experiência pós-compra.

### **5.3.5 - Tamanho de Mercado Através da Pesquisa de Mercado:**

A área de atuação da empresa é viável, pois nos baseamos nas pesquisas de campo realizadas in loco que evidenciaram grandes deficiências nos serviços dos concorrentes e que será um diferencial do nosso serviço, além da falta de segurança e dificuldade de vagas nas ruas, relatando as necessidades dos clientes através da pesquisa de mercado.

### **5.3.6 - Segmento de Atuação:**

O segmento de estacionamentos é bem concorrido, porém na região de Icaraí-Niterói, local onde se encontra nosso projeto, há um déficit de empresas do ramo e de vagas públicas disponíveis. Utilizamos também de nosso diferencial para atrair clientes da localidade.

### **5.3.7 - Localização:**

O ponto comercial está localizado em ruas de grande fluxo de pessoas e veículos, como grandes avenidas e cruzamentos, para onde fluem pessoas de diversas regiões da cidade.

## Plano de Negócios

---

### 5.3.8 - Nicho de Mercado:

O serviço oferecido atenderá a clientes que buscam necessidades particulares como serviços que oferecem comodidade, conforto, segurança e comprometimento com o meio ambiente.

### 5.4 - Pesquisa com a Concorrência:

#### 5.4.1 - Pesquisa com o concorrente "1":

Estacionamento: Terreno plano e vagas subterrâneas com mais 500 vagas.

Funcionamento: 24 horas

Tipo de serviço: Rotativo em sua maioria, muitos mensalistas e bastantes diaristas.

- 1) Qual o tempo de retorno do investimento inicial?  
– **5 anos.**
- 2) O que é mais rentável, rotativo ou diário?  
– **Depende do mercado, da localidade, mas todas as estratégias podem ser adotadas.**
- 3) Quais as principais despesas geradas?  
– **Despesas Fixas, mão de obra, manutenção preventiva, seguro.**
- 4) E as principais estratégias para a diminuição das despesas?  
– **Automação do local, adaptação e realocação da mão de obra.**
- 5) Que estratégia pode ser utilizada para aumento da receita?  
– **Campanha de publicidade em peso.**
- 6) Qual foi o valor do terreno?

## Plano de Negócios

---

- 24.00/m<sup>2</sup> em Icaraí; 18,00 a 20,00/m<sup>2</sup> no centro; 16,00/m<sup>2</sup> no Fonseca.**
  
- 7) Quantos funcionários são necessários?
  - Depende do volume de carros, do quanto de automação terá no espaço.**
  
- 8) Qual a margem de lucro?
  - Depende das estratégias de margem de lucro que deseja adotar, nem cobrar muito e local vazio, nem cobrar pouco, local cheio, mas pouca margem.**
  
- 9) Qual o nível de risco de estacionar em local fechado?
  - Risco quase nenhum, o seguro cobre tudo menos fenômenos da natureza.**
  
- 10) Como gerenciar a segurança do local?
  - Contratos de segurança e obtenção de seguro.**
  
- 11) Você tem parceiras com outras empresas? Como funciona? O retorno é desejável?
  - Não.**
  
- 12) Que estratégia você tem para manter e atrair clientes?
  - Bom atendimento, publicidade.**
  
- 13) Que estratégias de publicidades foram utilizadas?
  - Banners, panfletos.**
  
- 14) Com o que seu cliente fica mais insatisfeito?
  - Mau atendimento.**
  
- 15) Em sua opinião, porque seu cliente escolhe este estacionamento?

– **Preço dentro do mercado, espaço com seguro, comércio perto, bom atendimento, conforto.**

16) Qual o maior problema que se enfrenta hoje?

– **Manutenções em geral e a mão de obra.**

17) Que sugestões você daria para quem está abrindo um estacionamento hoje?

– **Ótimo negócio, atrativo, mobilidade urbana precária, falta de espaços para a grande demanda, Niterói ser o 2º maior em proporção de automóveis por pessoa.**

### 5.4.2 - Pesquisa com o concorrente “2”:

Estacionamento: Edifício Garagem, com 17 andares e 281 vagas.

Funcionamento: 24 horas

Tipo de Serviço: Mensalistas apenas.

1) Quais as principais despesas geradas?

– **Energia e manutenção do elevador.**

2) Quantos funcionários são necessários?

– **São 11 funcionários, sendo 9 manobristas, 1 ASG e 1 Administrativo.**

3) Qual o nível de risco de estacionar em local fechado?

– **Risco de o manobrista bater ou arranhar o carro e de o elevador do local parar de funcionar por falta de energia ou manutenção.**

4) Como gerenciar a segurança do local?

– **Câmeras que captam todo o espaço e 1 vigia no período noturno.**

## Plano de Negócios

---

- 5) Você tem parceiras com outras empresas? Como funciona? O retorno é desejável?  
- **O estacionamento é controlado por uma empresa Administradora.**
- 6) Com o que seu cliente fica mais insatisfeito?  
- **Falha do equipamento e na demora do serviço no horário de Rush.**
- 7) Em sua opinião, porque seu cliente escolhe este estacionamento?  
- **Pela boa localização, estando perto das barcas e de ser bem no Centro de Niterói.**
- 8) Qual o maior problema que se enfrenta hoje?  
- **Falta de energia, pois não há gerador para emergências.**
- 9) Que sugestões você daria para quem está abrindo um estacionamento hoje?  
- **Que se for projetar um edifício garagem, que seja com rampas e não de elevadores.**

### 5.4.3 - Pesquisa com o concorrente "3":

Estacionamento: Terreno plano com 500 metros quadrado e com 25 vagas.

Funcionamento: 08 às 19:00 horas

Tipo de Serviço: Rotativo em sua maioria, poucos mensalistas e alguns diaristas também.

- 1) Qual o tempo de retorno do investimento inicial?  
- **Em torno de 3 anos.**
- 2) O que é mais rentável, rotativo ou diário?  
- **Rotativo, visto que o estacionamento possui apenas 25 vagas.**

## Plano de Negócios

---

- 3) Quais as principais despesas geradas?  
– **Água, luz, aluguel e manutenção geral do espaço.**
- 4) E as principais estratégias para a diminuição das despesas?  
– **Automação do local e sistematização.**
- 5) Que estratégia pode ser utilizada para aumento da receita?  
– **Campanha de publicidade, bom relacionamento com o cliente e assim o terá de volta e também será indicado a mais clientes e o preço competitivo.**
- 6) Qual foi o valor do terreno?  
– **O terreno é alugado, com espaço de 12m de frente por 40 de fundo, totalizando 480 metros quadrados.**
- 7) Quantos funcionários são necessários?  
– **São apenas 3, sendo 2 sócios que trabalham em alguns horários e um manobrista integral.**
- 8) Qual a margem de lucro?  
– **O estacionamento tem seus meses bons e ruins, porém a margem de lucro gira na média de 40 a 50%.**
- 9) Qual o nível de risco de estacionar em local fechado?  
– **Risco apenas do erro humano do manobrista em bater ou arranhar o carro.**
- 10) Como gerenciar a segurança do local?  
– **Segurança da “Rua” e três câmeras que captam todo o ambiente.**
- 11) Você tem parceiras com outras empresas? Como funciona? O retorno é desejável?  
– **Sim, com restaurantes e estaleiros.**

12)Quais os benefícios que s clientes possuem com essas parcerias?

- **Cortesia de 50% do valor de uma hora.**

13)Que estratégia você tem para manter e atrair clientes?

- **Boa qualidade no atendimento, publicidade. E está se tornando cada vez mais difícil de manter clientes por causa da crise financeira, pelo corte de custos dos clientes.**

14)Que estratégias de publicidades foram utilizadas?

- **Nenhuma apenas placa em frente ao estacionamento.**

15)Com o que seu cliente fica mais insatisfeito?

- **Pouco espaço e com eventuais falhas dos manobristas.**

16)Em sua opinião, porque seu cliente escolhe este estacionamento?

- **Preço dentro do mercado, espaço totalmente coberto, bom atendimento.**

17)Qual o maior problema que se enfrenta hoje?

- **Concorrência, crise econômica e pequeno espaço com apenas 25 vagas.**

18)Que sugestões você daria para quem está abrindo um estacionamento hoje?

- **Ótimo ramo de atuação, precisaria de no mínimo de 40 vagas para atuar bem no rotativo.**

### 5.5 - Análise SWOT – Concorrentes:

#### **Forças**

- Boa localização
- Bom conhecimento do ramo por parte da Administradora do local
- Segurança constante
- Bom atendimento
- Conforto
- Local automatizado
- Espaço totalmente coberto
- Parceria com restaurante
- Boa margem de lucro

#### **Fraquezas**

- Não possui gerador em caso de falta de energia
- Falhas constantes no elevador (estacionamentos com elevadores)
- Demora na execução do serviço em período de Rush
- Não oferece serviços agregados
- Não possui manobrista
- Mão de obra
- Espaço pequeno
- Falhas constantes do manobrista

## Plano de Negócios

---

### 5.5.1 - Conclusão:

Aliaremos parcerias como nosso ponto de força, bares, restaurantes, casa de festas, etc.

Disponibilizaremos espaço amplo, vagas espaçosas e cobertas, de boa localização com manobrista para garantir mais segurança, conforto e agilidade na hora de estacionar.

Estratégias para driblar fraquezas dos concorrentes:

-Investiremos em parcerias com outros estabelecimentos, além de serviços extras em nosso estacionamento, o que permitirá maior rapidez e praticidade para o cliente resolver seus problemas. Serviços como lavagem a seco, troca de óleo, manobrista.

-Criaremos vagas largas, que hoje é um dos maiores problemas de um estacionamento. Com isso, disponibilizaremos mais conforto e agilidade na hora do cliente estacionar, além de evitar possíveis arranhões e batidas.

-Trabalharemos com funcionários treinados na área, capacitados em atendimento, que possam prestar um serviço de maior qualidade e eficiência com foco em excluir qualquer inconveniência.

Ao conhecer as forças, oportunidades, fraquezas e ameaças que influem nos negócios é possível planejar-se e projetar soluções competitivas mais eficientes.

### 5.6 - Análise SWOT da Sustenpark:

#### **Forças**

- Qualidade do serviço oferecido
- Vagas espaçosas
- Competência
- Conceito sustentável
- Localização
- Baixo consumo de energia
- Oferecer manobrista

#### **Fraquezas**

- Alto custo de investimento inicial
- Pouca experiência da administração

#### **Oportunidades**

- Grande potencial de crescimento
- Parcerias
- Fator climático
- Proposta inovadora (sustentável)

#### **Ameaças**

- Novos competidores (concorrência)
- Crise externa
- Preço
- Facilmente copiável

### 5.6.1 - Conclusão:

Em face da atual situação econômica que o mundo se encontra, as empresas para sobreviver devem preocupar-se com o seu posicionamento no mercado em que estão sujeitos ao aumento diário da competitividade. Assim, agora e mais que nunca estas devem analisar bem o ambiente onde estão inseridas, utilizando as ferramentas mais adequadas para analisar a informação e tomar as melhores decisões com o objetivo alcançar o sucesso empresarial.

Logo, após a análise SWOT, estratégias preliminares já aparecem: maximizar as forças e resolver as fraquezas, explorar as oportunidades e evitar as ameaças.

**Forças:** devemos investir na nossa qualidade e competência do serviço oferecido.

**Fraquezas:** buscar mais experiência de empresas concorrentes na área, para maior conhecimento de nosso investimento pretendido.

**Oportunidades:** investir fortemente em parcerias com outras empresas e principalmente em nossa proposta sustentável que mostra diferencial em relação às demais.

**Ameaças:** apostar fortemente em nosso diferencial sustentável para que as ameaças sejam minimizadas e estreitar relacionamento com estabelecimentos da redondeza para fortalecer vínculo com parceiros.

### 5.7 - 5 Forças de Porter:

#### **Rivalidade entre concorrentes**

Nível: alta concorrência

Nesse mercado de estacionamentos, as empresas são, em sua maioria, grandes organizações, bem estruturadas e consolidadas administrativamente nesse ramo de negócio.

Um importante fator é a marca, ou seja, a imagem que a empresa passa para o cliente, seus conceitos e ideais, logo, um estacionamento mais antigo na região, já conquistou seus clientes com a boa localização e também a fidelização para um determinado público alvo.

#### **Soluções:**

Visto que o mercado apresenta grandes concorrentes, a fim de superar essa alta força, iremos criar um ambiente totalmente no conceito da sustentabilidade, do nome da empresa até o papel reciclado, ou seja, com a devida preocupação com nosso meio ambiente como um todo.

É importante também acrescentar que nosso estacionamento terá um local reservado para a guarda de bicicletas, totalmente seguro, com preços acessíveis e promocionais.

Teremos um ambiente totalmente assegurado contra imprevistos ou pequenos incidentes que ocorram no local e contará também com câmeras que abrangerão 100% do espaço, trazendo assim a confiabilidade do serviço prestado ao cliente.

Nosso estacionamento contará com serviços de lavagem à seco, dentro do conceito de sustentabilidade. Serviço de manobrista, onde estará passando maior comodidade ao nosso público.

#### **Produtos/Serviços Substitutos:**

Nível: médio

## Plano de Negócios

---

Não devemos apenas nos preocupar com os concorrentes, mas também é muito importante pensarmos e controlarmos os serviços alternativos ou substitutos que podem vir a impactar na diminuição da frequência de nossos clientes.

Atualmente, temos o transporte público, que a grande massa da população utiliza. E com esse serviço tendo melhoras quanto às vias de circulação, linhas e frequências de passagens dos ônibus, podemos ter uma diminuição de automóveis em circulação nas ruas e em consequência menos vagas a serem utilizadas.

No mercado possui o tradicional taxi, que pode ser um escape para pequenos percursos, não necessitando de estacionar ou para os grandes gastos dos clientes em manter um automóvel (IPVA, seguro, combustível, manutenção, financiamento, etc.), ou seja, se o cliente fizer as contas e constatar que é mais muito caro manter um automóvel do que ter os gastos com o taxi, com certeza teremos diminuição dessa demanda específica em nosso estacionamento.

E ainda, mais novo no mercado, com os princípios parecidos do taxi, temos o Uber, que mostra ser mais confortável e cômodo para o cliente, em não ter que pagar nada na hora ao motorista e sendo executado o pagamento estritamente pelo App. E o Uber possui tipos de classes onde é possível encontrar carros mais qualificados e luxuosos, atendendo às comodidades dos clientes. Ou seja, assim como o taxi, o Uber pode vir a conquistar uma fatia importante do mercado.

### **Soluções:**

As possíveis soluções para esses serviços substitutos são de apresentarmos ideias e conceitos inovadores, que já farão parte da essência de nossa organização.

Apresentar serviços agregados ao principal que é o de guarda de automóveis com a total segurança, como por exemplo, o de lavagem a seco.

Criar promoções, pacotes e programas de fidelidade a fim de reter nosso cliente e conquistá-lo mais ainda com inovações.

### **Poder de Barganha dos Clientes:**

Nível: poder alto.

## Plano de Negócios

---

Todo cliente procura o melhor custo benefício na hora de decidir por qualquer compra de produtos ou realização de serviços. Sendo assim, os clientes aliam, por exemplo, o preço como principal vertente de escolha, a qualidade do serviço prestado, o ambiente, o tempo e entre outros fatores determinantes.

Portanto, com a grande concorrência que enfrentaremos, os clientes têm em consequência disso, um maior poder de decisão de onde estacionar seu automóvel.

### **Soluções:**

Possíveis soluções quanto a esse posicionamento dos clientes diante do mercado são de criarmos programas de relacionamento, trazendo esse público a participar de um ambiente com consciência totalmente ecológica, através de uma grande campanha de marketing.

Temos planos para fazer promoções diárias, pacotes mensais, e um programa de fidelidade, por exemplo, se o cliente estacionar por um determinado período de dias, terá como recompensa, descontos ou abonos de tarifas.

Contudo, todas essas estratégias são com a finalidade de reter nosso público e atrair os clientes ainda indecisos ou os preocupados em guardar seu bem em um local seguro e que também seja atrativo.

### **Poder de Barganha dos Fornecedores:**

Nível: poder médio.

Os fornecedores possuem o poder de ofertarem mais ou menos de acordo com a grande ou pequena demanda do mercado, ou seja, seus preços são refletidos nas empresas compradoras se seus materiais.

Nossos fornecedores serão essenciais na construção do nosso ambiente ecológico e reciclado, como por exemplo, o asfalto reciclado dos pneus e também o telhado, produzido de material ecológico. E também serão de suma importância para a realização da manutenção preventiva do estacionamento.

Contudo, esses fornecedores que produzem materiais ecológicos ainda são uma minoria no mercado, logo teremos um investimento maior por não termos tantos concorrentes para negociar. Apesar de esse mercado estar em expansão,

## Plano de Negócios

---

visto que no mundo, cada vez mais se faz necessário ter novas ideias sustentáveis, a fim de amenizar o alto impacto ambiental que ocorre diariamente.

### **Soluções:**

Para resolver esse problema do alto investimento, será necessário fazer grandes cotações dos produtos ecológicos essenciais, inclusive em outros estados se preciso, visando a diminuição dos gastos.

Teremos de negociar parcerias junto a fornecedores, com o intuito de receber insumos com menores preços e assim diminuir o alto investimento que se fará necessário em ter no início.

### **Ameaça de Novos Entrantes:**

Nível: ameaça média.

Com o mundo se voltando para as preocupações ambientais e ecológicas cada vez mais, novos negócios em todos os ramos do mercado, vêm sendo iniciados com grandes ideias, aliando valores e conceitos inovadores que os tornam com grande poder de diferencial em relação à concorrência.

Os novos players no nosso mercado podem vir a ser consideradas ameaças, pois virão certamente com criações e inovações como vantagem competitiva para atrair os clientes.

### **Soluções:**

A grande estratégia a se adotar é de nunca se acomodar e sempre estar em busca de novas tecnologias, criações inovadoras e caminhos que nos levem a ter a vantagem competitiva superior aos novos entrantes.

Portanto, temos que investir em novas ideias com o intuito de não só criar um diferencial perante o concorrente, mas também de conquistar novos clientes.

### **6 - ESTRATÉGIAS DO NEGÓCIO:**

#### **6.1 - Como os Serviços serão Apresentados:**

Nossos serviços serão apresentados através da guarda do veículo nas vagas espaçosas e também através da fidelização dos clientes, pois vendemos um serviço que está diretamente relacionado com a segurança e conforto dos que utilizam. Exploraremos as seguintes ferramentas:

#### **6.2 - Proposta de valor da Empresa:**

A SustenPark, preocupada com o futuro, proporciona um estacionamento sustentável onde se faz uso de materiais renováveis e reutilizáveis e minimiza as agressões e os resíduos eliminados junto ao meio ambiente.

#### **6.3 - Imagem projetada no mercado:**

A enorme utilização dos veículos como meio de transporte diário, juntamente com a falta de investimentos públicos em transportes coletivos, e o aumento da poluição desacertada, nos impulsionou na criação do SUSTENPARK que focará na capacitação, tecnologia, infraestrutura e responsabilidade social, para ser associada às boas práticas, preocupação social e por oferecer um serviço diferenciado e justo.

#### **6.4 - Estratégia Utilizada (Diferenciação, Liderança, Desenvolvimento do serviço e mercado):**

Um estacionamento especializado, que sai do tradicional e simples terreno comercial para empreendimento sofisticado no qual utiliza sistema automatizado de forma sustentável, diferenciada e de qualidade.

#### **6.5 - Marketing de Relacionamento: Social e Digital:**

## Plano de Negócios

---

Nosso intuito é focar no marketing de relacionamento através de serviços de fidelização dos clientes, pois, vendemos um serviço que está diretamente relacionado com a segurança e conforto dos que utilizam.

Exploraremos as seguintes ferramentas:

### **6.5.1 - Marketing Social:**

Temos como objetivo associar a nossa marca às boas práticas e preocupação social, incentivando a utilização de bicicletas, reciclagem e a economia de água. Utilizaremos enquetes no estabelecimento e contatos diretos com os clientes para coletar opiniões e sugestões.

### **6.5.2 - Marketing Digital:**

**E-mail Marketing:** Uma das formas mais eficientes de se manter próximo dos clientes, com custo baixo e sem poluição.

**Mídias Sociais:** Criaremos conta para a empresa no Whatsapp e Facebook, pois é uma opção mais informal de continuar em contato com o público e menos íntimo que o e-mail, e tem a vantagem de ser mais facilmente espalhado.

Outro ponto positivo é a facilidade de interações e pela possibilidade de abrir a conversa para todos que quiserem participar.

### **6.6 - Diferenciais do serviço em relação a concorrências:**

Os diferenciais do serviço da Sustenpark em relação aos nossos concorrentes serão:

- Vagas espaçosas
- Oferecer manobrista, trazendo maior comodidade aos nossos clientes
- Guarda de bicicletas, totalmente seguro, com preços acessíveis e promocionais
- Serviços de lavagem à seco, dentro do conceito de sustentabilidade
- Promoções, pacotes e programas de fidelidade a fim de reter nossos clientes

### **6.7 - 4P's – Plano de Marketing:**

#### **Produto/Serviço:**

- Estacionamento para carros, motos e bicicletas.
- Serviço eco sustentável
- Valet Service no local
- Valet Service em boates
- Valet Service em bares e restaurantes
- Valet Service em hospitais e clínicas
- Lavagem de carros a seco.
- Espaço coberto
- Vagas largas
- Autoatendimento
- Serviço 24 horas
- Segurança do veículo

#### **Praça:**

- Redes sociais (canal virtual)
- Localizado em Icaraí - Niterói, devido ao grande número de pessoas que trabalham em tal lugar.
- Serviços diurnos e noturnos
- Localizado perto de hospitais, clínicas, boates, bares e restaurantes.

#### **Preço:**

- Rotativo para carros – Preço por hora: R\$ 10,00
- A partir de 1 hora, a hora passa a ser R\$ 5,00.
- Diária para carro: R\$ 40,00
- Mensal carro: R\$ 500,00
- Rotativo para motos – Preço por hora: R\$ 3,00

## Plano de Negócios

---

- A partir de 1 hora, a hora passa a ser R\$ 1,50.
- Diária de motos: R\$ 15,00
- Mensal de moto: R\$ 150,00
- Clientes fidelidade – 10% de desconto no total da conta
- Carros GNV ou elétricos – 20% de desconto no total da conta
- Rotativo para bicicleta – Preço por hora: R\$ 1,00
- A partir de 1 hora, a hora passa a ser R\$ 0,50.
- Diária de bicicleta: R\$ 5,00
- Mensal de bicicleta: R\$ 50,00
- Parceria com restaurantes – 30% de desconto no total da conta
- Parceria com boates – 30% de desconto no total da conta
- Manobrista - incluso no preço cobrado
- Valet Service - incluso no preço cobrado

### **Promoção:**

- Placas
- Publicidade online
- Mídias sociais
- Outdoor
- Busdoor
- Mala direta eletrônica
- Catálogo

### **6.8 - Divulgação da empresa:**

Pretendemos divulgar nossa empresa, através dos meios de comunicação mais aceitos pelo mercado e que são viáveis na localidade onde atuaremos. Nosso intuito é diversificar as formas de divulgação da nossa marca, prezando pelos meios sustentáveis existentes do mercado e escolhendo empresas de fornecimento em linha com as normas vigentes do meio ambiente.

## Plano de Negócios

---

### **6.9 - Imagem da empresa:**

Com a grande utilização de veículos e a precariedade dos transportes coletivos, surgiu-se então a ideia da construção da Sustenpark. Uma empresa com objetivo de fornecer um serviço diferencial e de qualidade, sendo ele um estacionamento sustentável em que utiliza materiais reutilizáveis e renováveis para diminuir resíduos eliminados ao meio ambiente.

Nosso intuito é transmitir uma imagem de uma empresa ambientalmente responsável com a prática de ações que minimizem os impactos ambientais e promovam a sustentabilidade do negócio.

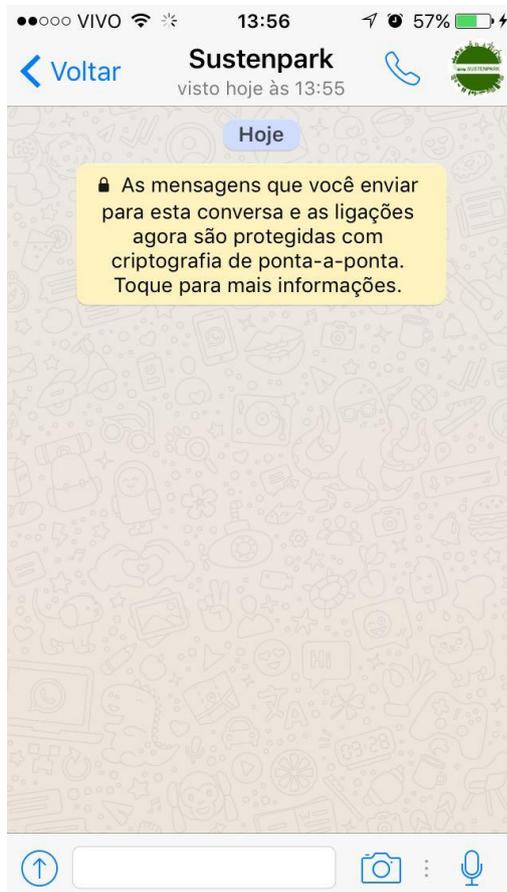
### **6.10 - Parcerias e/ou alianças possíveis:**

Procuramos promover parcerias com hospitais, clínicas, restaurantes, bares e boates, para assim, facilitar os clientes no acesso e na segurança. Com diversos pacotes de preços para os clientes, com alternativas de diárias e mensalidades. Iremos oferecer o “valetservice”, que é um serviço em que um manobrista profissional recebe, guarda e busca o veículo a fim de oferecer comodidade para nossos clientes. Nossos manobristas estarão alocados, estrategicamente, próximos aos estabelecimentos parceiros devidamente identificados e uniformizados tornando o serviço mais seguro.

### **6.11 - Mídias Sociais:**

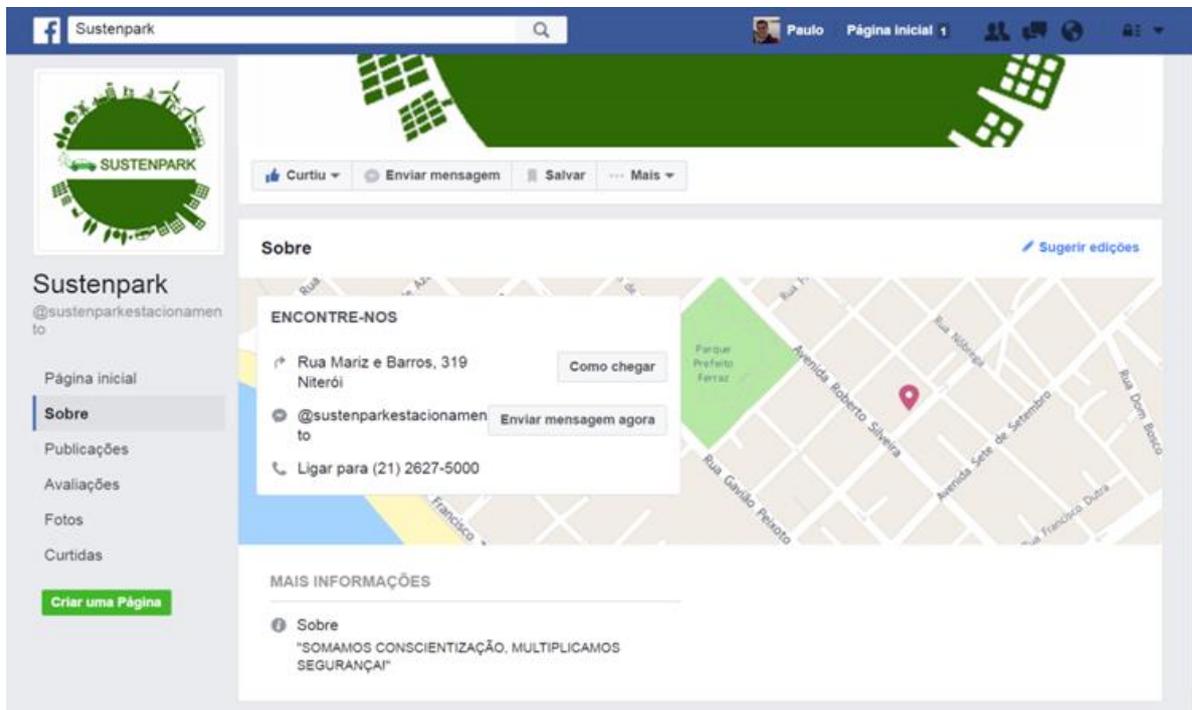
#### **6.11.1 - Whatsapp:**

# Plano de Negócios



# Plano de Negócios

## 6.11.2 - Facebook:





### 6.12 - Conclusão de Marketing:

Com a grande utilização de veículos e a precariedade dos transportes coletivos, surgiu-se então a ideia da construção da Sustenpark. Uma empresa com objetivo de fornecer um serviço diferencial e de qualidade, sendo ele um estacionamento sustentável em que utiliza materiais reutilizáveis e renováveis para diminuir resíduos eliminados ao meio ambiente.

Um serviço desejado e atraente deve ser num lugar acessível, e então escolhido o bairro Icaraí, localizado no município de Niterói-RJ. Bairro de classe média alta e mais populoso de Niterói, sendo bastante frequentado e movimentado, tanto no período diurno quanto noturno, por ter muitos comércios e ter uma noite movimentada.

Um estacionamento que visa proporcionar um serviço diferenciado dos demais, com segurança, conforto e atendimento de qualidade. Nosso projeto contará com câmeras de segurança em toda a área e seguros para os automóveis dos clientes, trazendo maior tranquilidade aos nossos clientes.

## Plano de Negócios

---

Procuramos promover parcerias com hospitais, clínicas, restaurantes, bares e boates, para assim, facilitar os clientes no acesso e na segurança. Com diversos pacotes de preços para os clientes, com alternativas de diárias e mensalidades. Iremos oferecer o “valet service”, que é um serviço em que um manobrista profissional recebe, guarda e busca o veículo a fim de oferecer comodidade para nossos clientes. Nossos manobristas estarão alocados, estrategicamente, próximos aos estabelecimentos parceiros devidamente identificados e uniformizados tornando o serviço mais seguro.

O principal interesse é focar no marketing, divulgando ao máximo na internet, como criação de sites, redes sociais como o Whatsapp e o Facebook, por serem os canais mais acessados nos dias de hoje, onde estaremos ligados diretamente com o cliente.

Focaremos anúncios em ônibus e outdoors, pois são lugares que atinge diversas camadas sociais e no planejamento da cobertura, atingiremos o público alvo. Além de divulgar, reforça abundantemente a marca e o serviço anunciado. Por sermos uma empresa focada no eco sustentável, não faremos panfletagem para evitar a poluição na cidade.

# Plano de Negócios

---

## 7 - PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DO NEGÓCIO:

### 7.1 - Equipe Gerencial:

#### **Diretor Geral:**

Formação Superior – Administração de Empresas

Pós Graduação – Gestão Empresarial, Gestão Financeira;

Especialidades:

- Dirige, planeja, controla e auxilia as áreas da empresa;
- Desenvolve o planejamento estratégico;
- Responsável pela captação e alocação de recursos financeiros;
- Responsável pela captação de recursos para aplicação em novos investimentos;
- Implantação e controle de políticas na empresa;
- Vivência em planejamento financeiro da empresa;
- Elaboração e Implantação de Plano de Cargos e Salários – Critérios de Participação nos Lucros;
- Analisa o resultado operacional da empresa.

#### **Gerente de Marketing:**

Formação Superior - Administração de Empresas

Pós Graduação - Gestão de Marketing; Gestão Empresarial.

Especialidades –

- Planejamento estratégico e orçamentário;
- Gerenciamento de equipe;
- Direcionamento de Branding (agência de publicidade, website, mídia social e assessoria de imprensa);
- Gestão de Projetos Integrados do Empreendimento;
- Pesquisa de mercado;
- Mensurações e análises;
- Projeto Qualidade;

## Plano de Negócios

---

- Reporte à Superintendência e Diretoria.

### **.Gerente Operacional:**

Formação – Administração

Especialidades –

- Responsável pela gestão e administração das atividades operacionais;
- Gerar relatórios no sistema;
- Gestão dos colaboradores
- Supervisionar a equipe de trabalho, se está tudo de acordo.

### **.Gerente ADM/Financeiro:**

Formação - Ciências Contábeis.

Pós Graduação - Gestão Empresarial; Gestão Financeira.

Especialidades –

- Rotinas operacionais financeiras;
- Tesouraria;
- Contas a pagar;
- Contas a receber;
- Fechamentos mensais e relatórios gerenciais, gerando informação para a Diretoria;

## **7.2 - Plano de RH:**

### **7.2.1 - Cargos e Salários:**

#### **.Assistente de Marketing: R\$1.672,95**

Auxilia o gerente no acompanhamento dos serviços prestados e clientes, presta suporte no contato com agência de propaganda, apoia em negociações, implementação de campanhas publicitárias e de vendas. Elabora parceria com o gerente de marketing em campanhas e promoções.

#### **.Manobrista de veículos: R\$1.548,16**

Profissional responsável por manobrar os veículos no estacionamento, organizando e zelando o local. Tem a responsabilidade de controlar o fluxo de

## Plano de Negócios

---

entrada e saída de veículos do estacionamento, manobrar cada veículo, em seguida deixar a chave em local seguro, impedir acidentes, verificar se os clientes validaram seus tíquetes de estacionamento antes de se dirigirem para saída do estacionamento zelando sempre pela qualidade do serviço prestado.

### **.Operador de Caixa: R\$1.565,08**

Responsável por controlar o acesso de veículos no estacionamento, orienta os clientes e manobristas e presta informações quanto a preços e horário de funcionamento. Emite os tickets para pagamento e fica responsável pelo recebimento de pagamentos dos mesmos.

### **.Auxiliar de serviços gerais: R\$ 1.201,03**

Tem a função de executar a limpeza interna e externa do local de trabalho; verificar o funcionamento de componentes de iluminação, encanamento e energia elétrica; repor componentes como papel higiênico e sabonete; realizar vistorias com frequência para garantir o bom funcionamento de todos os itens que ficam sob sua responsabilidade; verificar o funcionamento de materiais de segurança (como extintores e interfones dos elevadores) e executar a possível substituição de peças.

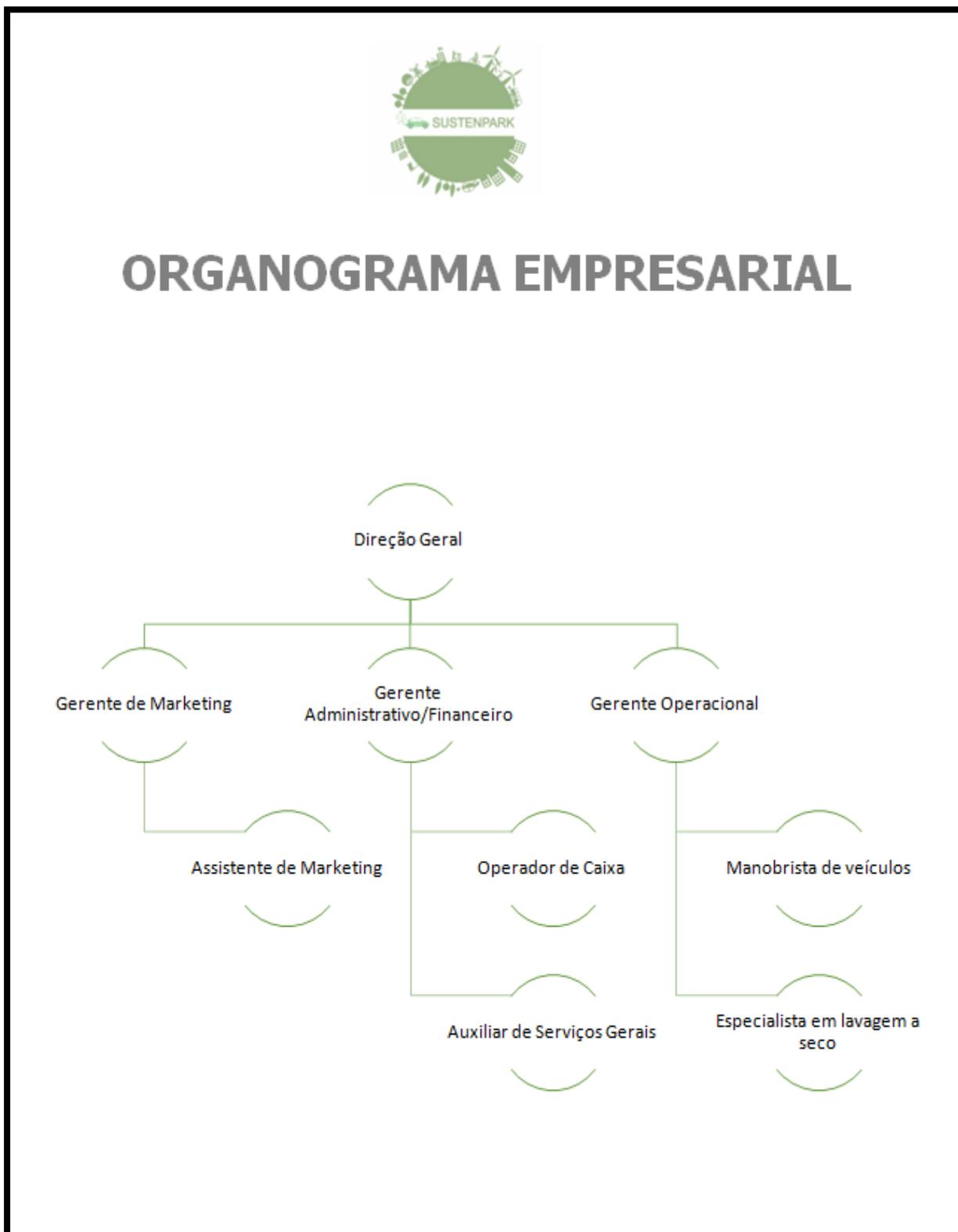
### **.Especialista em Lavagem à Seco: R\$1.537,08**

Profissional responsável pela lavagem dos carros utilizando o serviço de lavagem à seco.

## **7.2.2 - Quantitativo de Funcionários:**

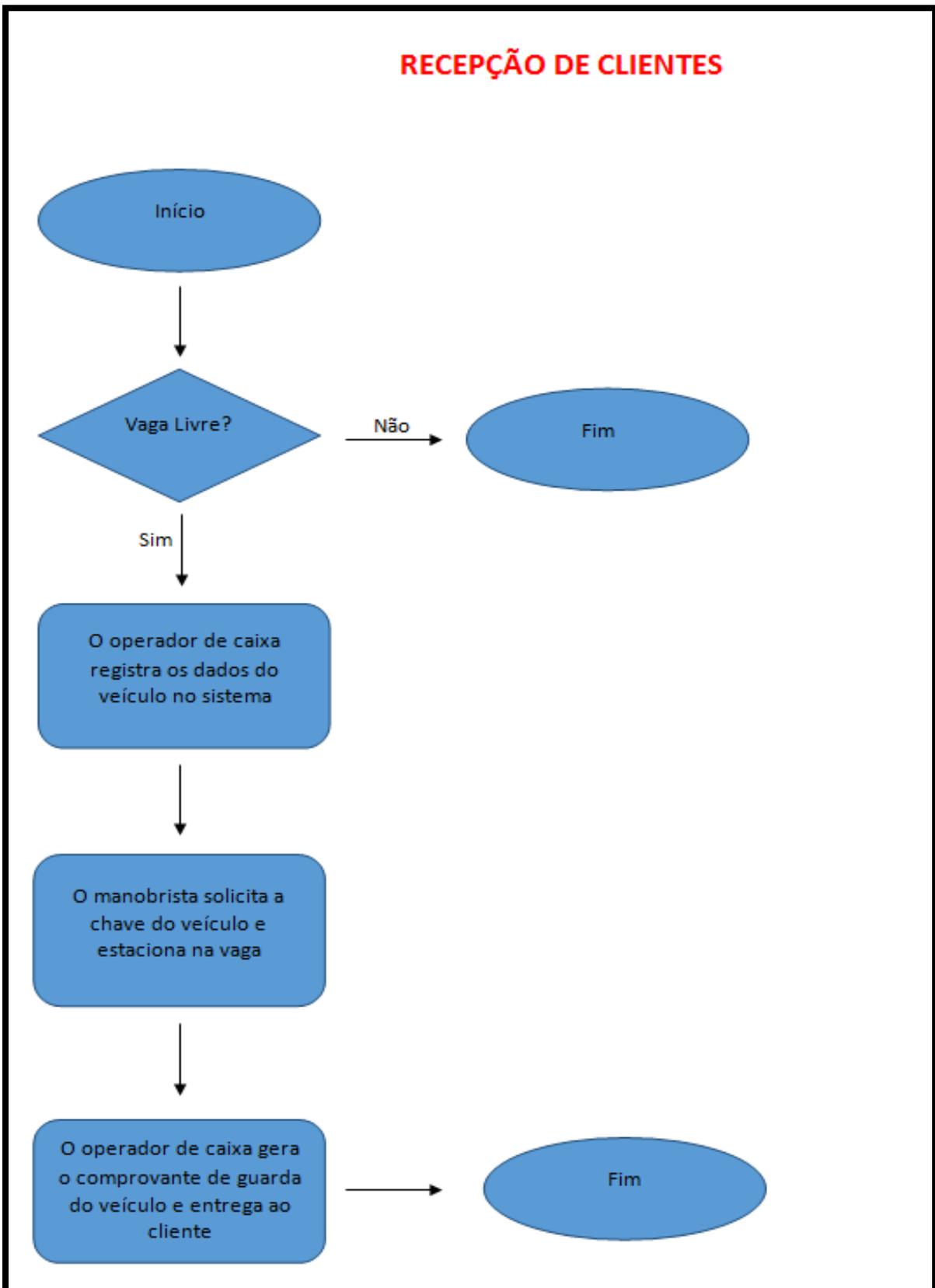
- 1 Diretor
- 3 Gerentes
- 1 Assistente de Marketing
- 2 Manobristas (1 para cada turno)
- 2 Operadores de Caixa (1 para cada turno)
- 1 Profissional de Lavar carro
- 1 Auxiliar de Serviços Gerais

## 7.3 - Organograma:

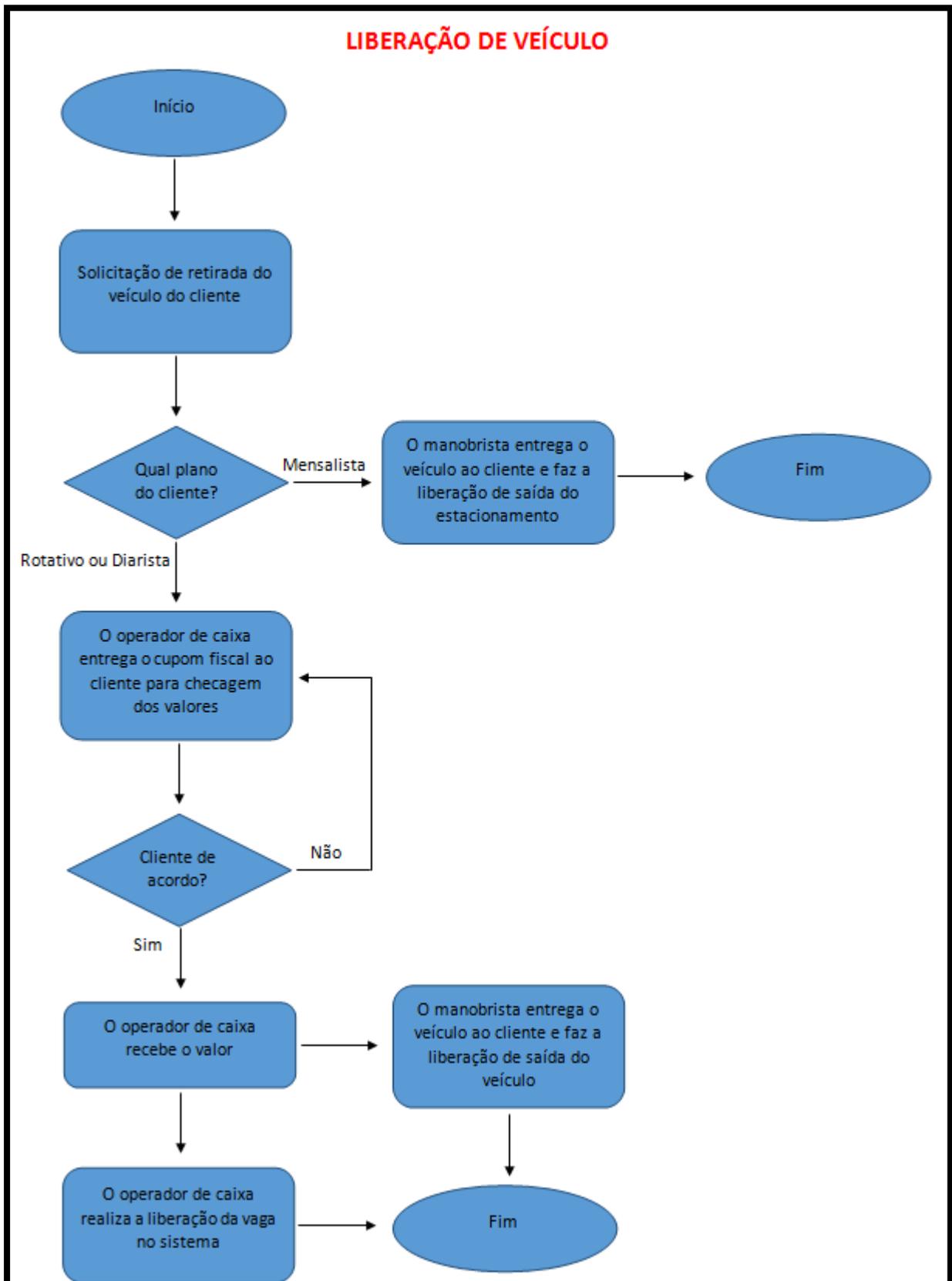


## 7.4 - Fluxograma:

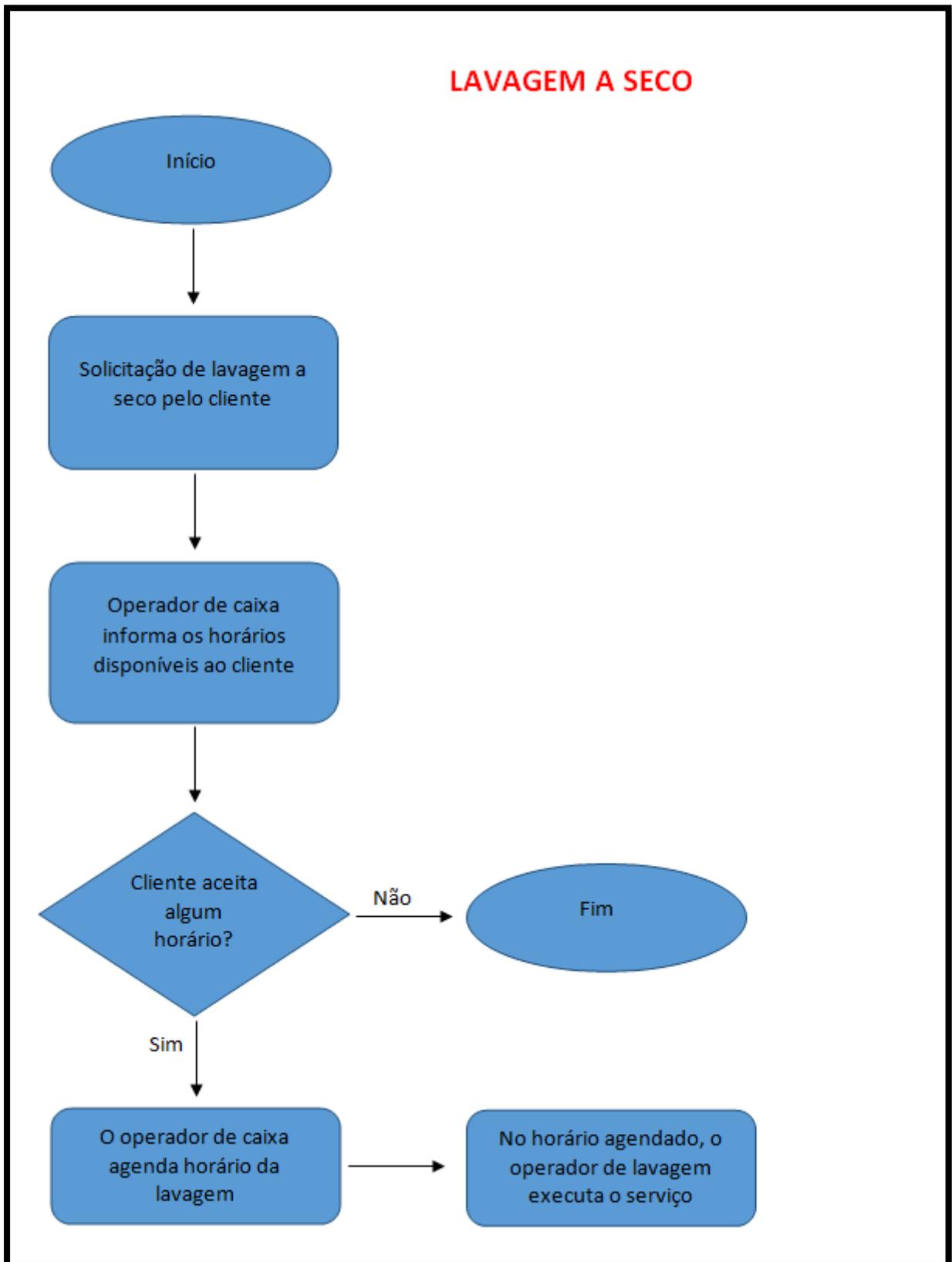
### 7.4.1 - Recepção de Clientes:

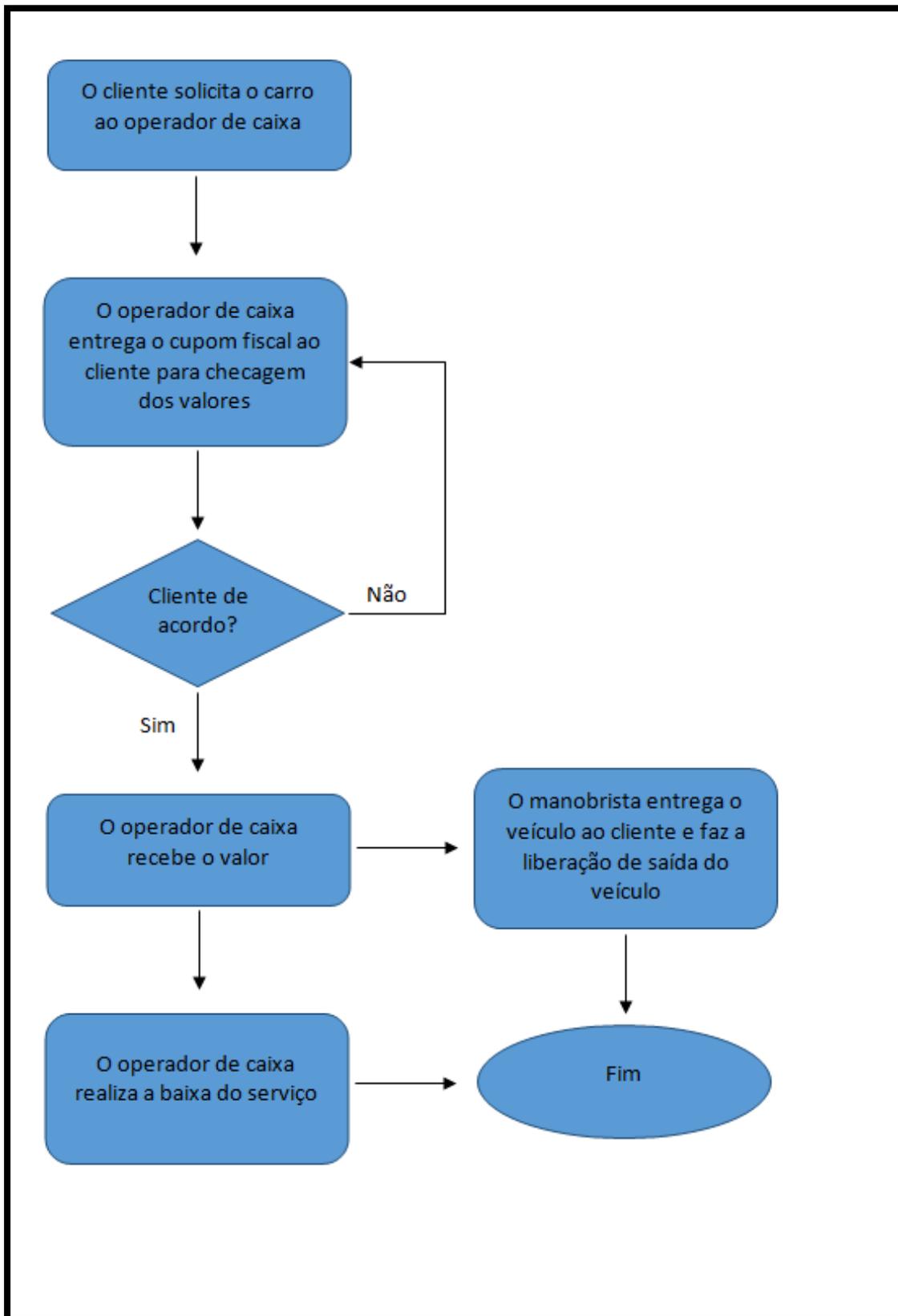


## 7.4.2 - Liberação de veículo:



## 7.4.3: Lavagem à Seco:



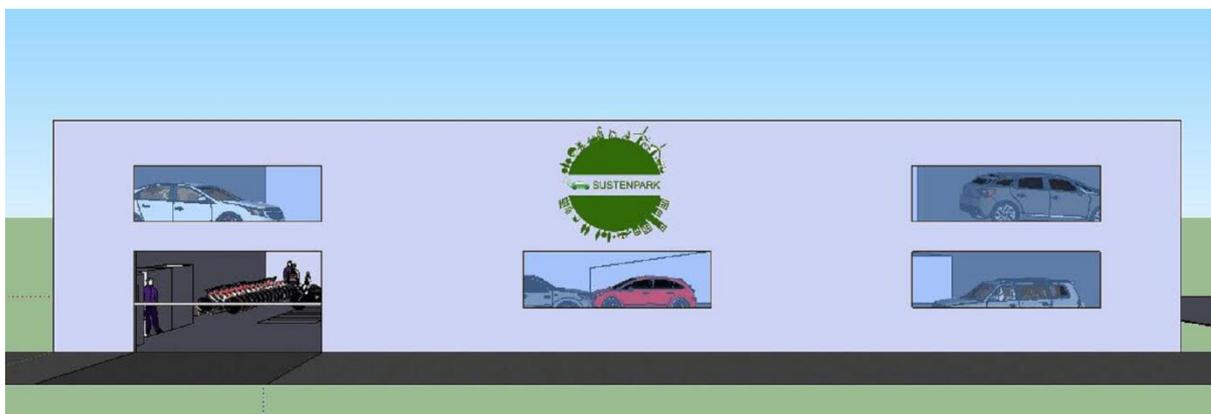


# Plano de Negócios

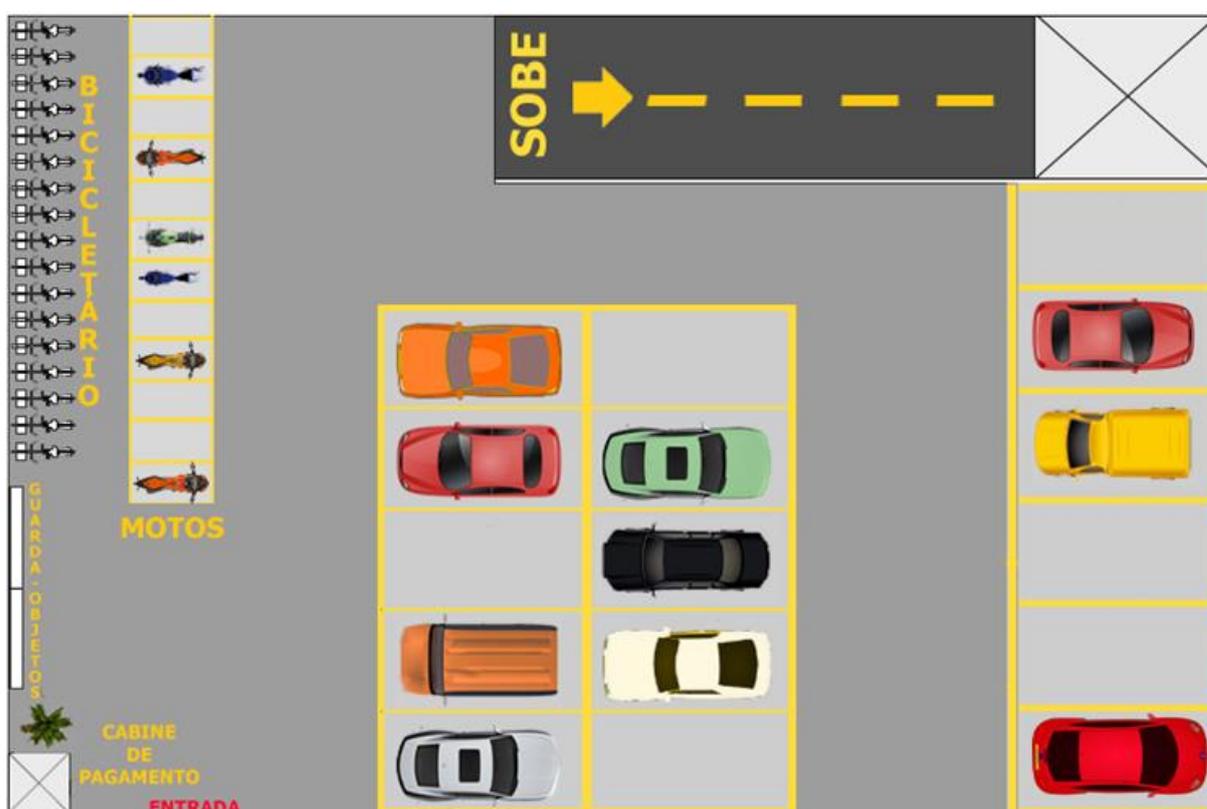
---

## 7.5 - Layout:

### Fachada 3D:

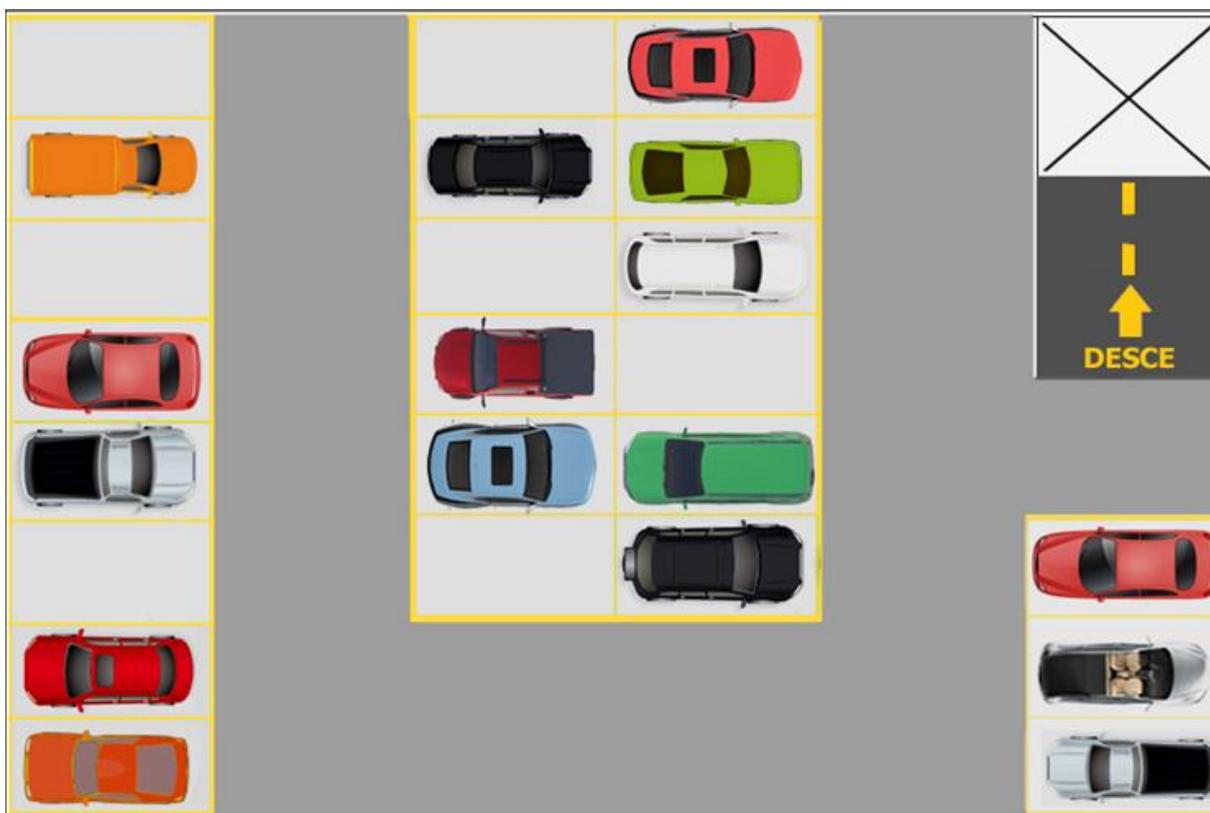


### 1º Pavimento:



# Plano de Negócios

## 2º Pavimento:



## 7.6 - Indicadores de Desempenho:

### 7.6.1 - Quantidade de Clientes Atendidos:

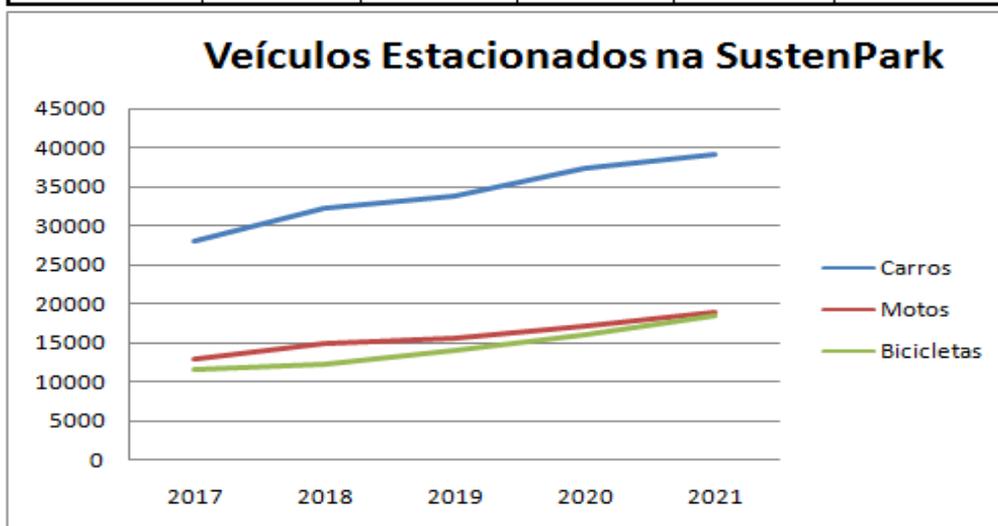
Indicadores de Desempenho					
Quantidade de Clientes Atendidos na SustenPark					
	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Total de Clientes</b>	35010	39490	42270	46960	50950



## Plano de Negócios

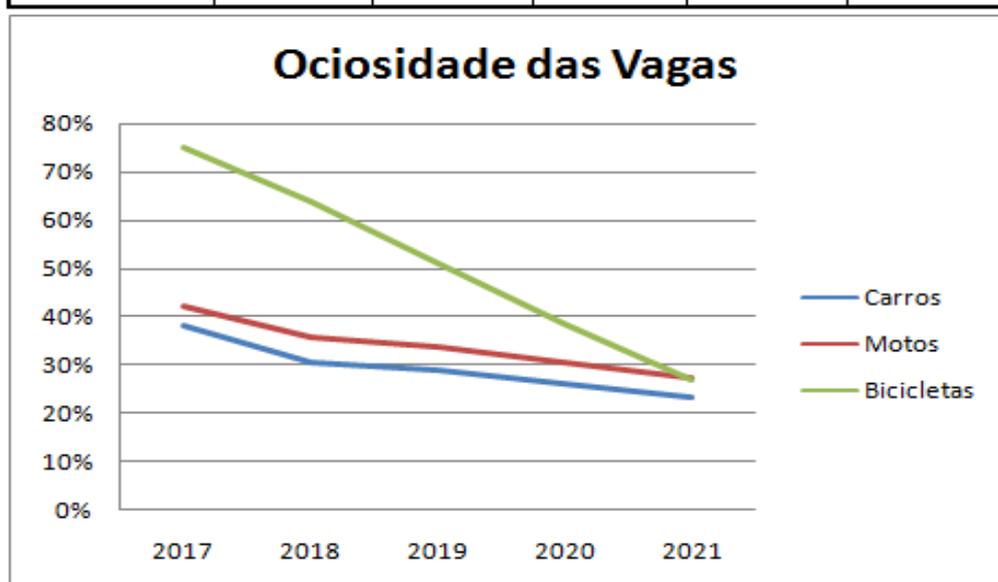
### 7.6.2 - Quantidade de Veículos Estacionados:

Indicadores de Desempenho					
Quantidade de Veículos Estacionados na SustenPark					
Veículos	2017	2018	2019	2020	2021
Carros	28000	32200	33810	37191	39051
Motos	12960	14904	15649	17214	18936
Bicicletas	11520	12096	13910	15997	18397



### 7.6.3 - Ociosidade das Vagas:

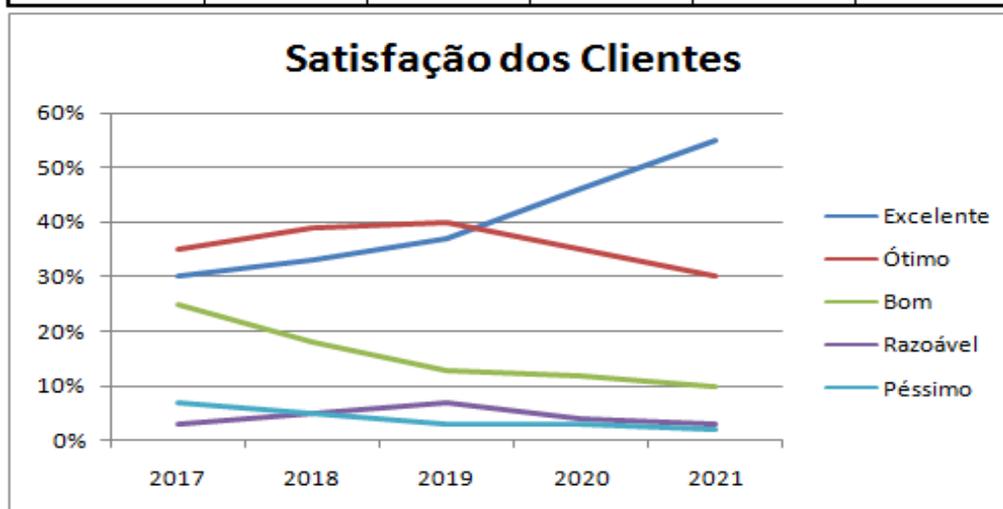
Indicadores de Desempenho					
Ociosidade das Vagas na SustenPark					
Veículos	2017	2018	2019	2020	2021
Carros	38%	30%	29%	26%	23%
Motos	42%	36%	34%	31%	27%
Bicicletas	75%	64%	51%	38%	27%



# Plano de Negócios

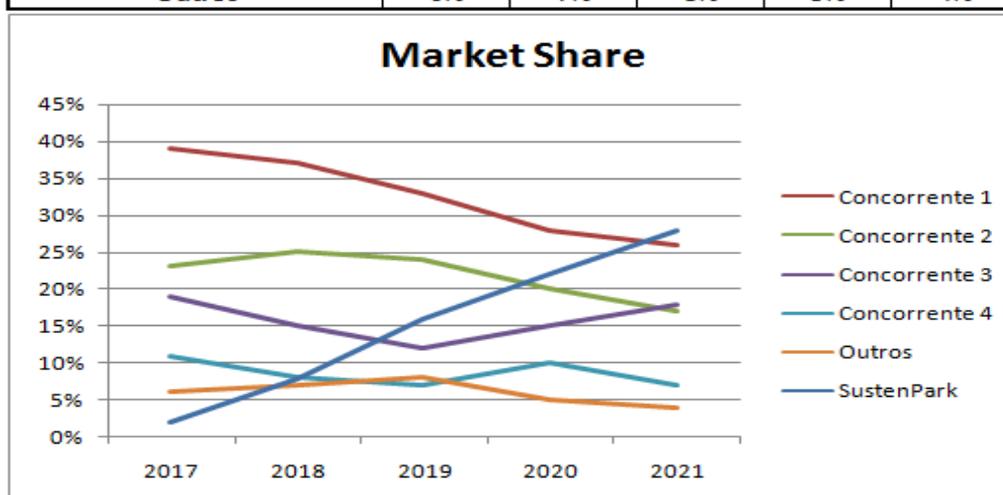
## 7.6.4 - Satisfação dos Clientes:

Indicadores de Desempenho					
Satisfação dos Clientes					
Satisfação	2017	2018	2019	2020	2021
Excelente	30%	33%	37%	46%	55%
Ótimo	35%	39%	40%	35%	30%
Bom	25%	18%	13%	12%	10%
Razoável	3%	5%	7%	4%	3%
Péssimo	7%	5%	3%	3%	2%



## 7.6.5 - Market Share:

Indicadores de Desempenho					
Market Share dos Estacionamento de Icarai					
Empresas	2017	2018	2019	2020	2021
SustenPark	2%	8%	16%	22%	28%
Concorrente 1	39%	37%	33%	28%	26%
Concorrente 2	23%	25%	24%	20%	17%
Concorrente 3	19%	15%	12%	15%	18%
Concorrente 4	11%	8%	7%	10%	7%
Outros	6%	7%	8%	5%	4%



# Plano de Negócios

## 8 - Planejamento Financeiro:

### 8.1 - Fluxo de caixa:

FLUXO DE CAIXA - PESSIMISTA					
	Previsão	Previsão	Previsão	Previsão	Previsão
	2017	2018	2019	2020	2021
<b>1 SALDO INICIAL</b>		R\$ 635.479,74	R\$ 640.272,03	R\$ 656.420,17	R\$ 692.063,98
1.1 Caixa e equivalentes de caixa	R\$ -	R\$ 635.749,74	R\$ 640.272,03	R\$ 656.420,17	R\$ 692.063,98
<b>2 RECEBIMENTOS PREVISTOS</b>	R\$ 1.670.454,37	R\$ 1.055.971,57	R\$ 1.196.552,67	R\$ 1.398.082,40	R\$ 1.760.155,55
2.1 Vendas à vista	R\$ 985.235,37	R\$ 1.020.772,10	R\$ 1.156.506,01	R\$ 1.351.253,59	R\$ 1.701.075,32
2.2 Duplicatas a Receber	R\$ 35.186,97	R\$ 35.199,47	R\$ 40.046,66	R\$ 46.828,81	R\$ 59.080,23
2.3 Integralização Capital	R\$ 650.032,03	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
<b>3 TOTAL DAS ENTRADAS (1+2)</b>	R\$ 1.670.454,37	R\$ 1.691.451,31	R\$ 1.836.824,70	R\$ 2.054.502,57	R\$ 2.452.219,53
<b>4 PREVISÃO DE PAGAMENTOS</b>	R\$ 1.034.974,63	R\$ 1.051.179,28	R\$ 1.180.404,53	R\$ 1.362.438,59	R\$ 1.716.822,47
4.1 Despesas Operacionais	R\$ 52.460,72	R\$ 52.576,56	R\$ 62.352,90	R\$ 68.912,86	R\$ 107.138,95
4.2 Fornecedores	R\$ 90.389,97	R\$ 28.172,40	R\$ 31.248,77	R\$ 34.916,26	R\$ 39.336,08
4.3 Impostos e taxas	R\$ 122.181,12	R\$ 145.809,51	R\$ 151.282,43	R\$ 178.257,57	R\$ 239.684,58
4.4 Dividendos a distribuir	R\$ 284.463,88	R\$ 289.345,60	R\$ 312.108,21	R\$ 351.238,08	R\$ 408.873,55
4.5 Salários	R\$ 195.083,94	R\$ 231.387,21	R\$ 293.967,10	R\$ 376.103,97	R\$ 521.512,14
4.6 Investimento	R\$ 14.875,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
4.7 Outros (Custos fixos e variáveis)	R\$ 275.520,00	R\$ 303.888,00	R\$ 329.445,12	R\$ 353.009,85	R\$ 400.277,17
<b>TOTAL DAS SAÍDAS</b>	R\$ 1.034.974,63	R\$ 1.051.179,28	R\$ 1.180.404,53	R\$ 1.362.438,59	R\$ 1.716.822,47
<b>5 SALDO DE CAIXA (3-4)</b>	R\$ 635.479,74	R\$ 640.272,03	R\$ 656.420,17	R\$ 692.063,98	R\$ 735.397,06

FLUXO DE CAIXA - REALISTA					
	Previsão	Previsão	Previsão	Previsão	Previsão
	2017	2018	2019	2020	2021
<b>1 SALDO INICIAL</b>		R\$ 502.700,30	R\$ 512.188,74	R\$ 507.445,92	R\$ 511.852,72
1.1 Caixa e equivalentes de caixa	R\$ -	R\$ 502.700,30	R\$ 512.188,74	R\$ 507.445,92	R\$ 511.852,72
<b>2 RECEBIMENTOS PREVISTOS</b>	R\$ 1.560.404,28	R\$ 979.930,38	R\$ 1.074.908,98	R\$ 1.217.904,50	R\$ 1.493.719,30
2.1 Vendas à vista	R\$ 967.722,96	R\$ 947.331,45	R\$ 1.038.967,25	R\$ 1.177.147,16	R\$ 1.443.617,17
2.2 Duplicatas a Receber	R\$ 34.561,53	R\$ 32.598,93	R\$ 35.941,73	R\$ 40.757,34	R\$ 50.102,13
2.3 Integralização Capital	R\$ 558.119,79	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
<b>3 TOTAL DAS ENTRADAS (1+2)</b>	R\$ 1.560.404,28	R\$ 1.482.630,68	R\$ 1.587.097,72	R\$ 1.725.350,42	R\$ 2.005.572,02
<b>4 PREVISÃO DE PAGAMENTOS</b>	R\$ 1.057.703,98	R\$ 970.441,94	R\$ 1.079.651,80	R\$ 1.213.497,70	R\$ 1.463.058,82
4.1 Despesas Operacionais	R\$ 43.568,03	R\$ 40.690,81	R\$ 101.264,17	R\$ 105.783,21	R\$ 112.313,30
4.2 Fornecedores	R\$ 88.675,97	R\$ 26.257,92	R\$ 27.860,17	R\$ 30.073,17	R\$ 33.004,87
4.3 Impostos e taxas	R\$ 119.544,92	R\$ 135.951,85	R\$ 134.560,45	R\$ 153.499,60	R\$ 201.450,03
4.4 Dividendos a distribuir	R\$ 397.482,82	R\$ 325.880,71	R\$ 307.375,27	R\$ 338.894,53	R\$ 384.056,39
4.5 Salários	R\$ 168.825,28	R\$ 195.786,90	R\$ 247.250,28	R\$ 312.535,02	R\$ 429.428,95
4.6 Investimento	R\$ 13.607,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
4.7 Outros (Custos fixos e variáveis)	R\$ 225.999,96	R\$ 245.873,75	R\$ 261.341,46	R\$ 272.712,17	R\$ 302.805,28
<b>TOTAL DAS SAÍDAS</b>	R\$ 1.057.703,98	R\$ 970.441,94	R\$ 1.079.651,80	R\$ 1.213.497,70	R\$ 1.463.058,82
<b>5 SALDO DE CAIXA (3-4)</b>	R\$ 502.700,30	R\$ 512.188,74	R\$ 507.445,92	R\$ 511.852,72	R\$ 542.513,20

## Plano de Negócios

FLUXO DE CAIXA - OTIMISTA					
	Previsão	Previsão	Previsão	Previsão	Previsão
	2017	2018	2019	2020	2021
<b>1 SALDO INICIAL</b>		R\$ 444.281,59	R\$ 490.127,79	R\$ 594.823,70	R\$ 737.021,38
1.1 Caixa e equivalentes de caixa	R\$ -	R\$ 444.281,59	R\$ 490.127,79	R\$ 594.823,70	R\$ 737.021,38
<b>2 RECEBIMENTOS PREVISTOS</b>	R\$ 1.458.183,37	R\$ 976.719,79	R\$ 1.088.400,26	R\$ 1.248.883,79	R\$ 1.554.463,64
2.1 Vendas à vista	R\$ 941.282,37	R\$ 944.199,01	R\$ 1.052.028,43	R\$ 1.207.073,04	R\$ 1.502.303,20
2.2 Duplicatas a Receber	R\$ 33.617,22	R\$ 32.520,78	R\$ 36.371,83	R\$ 41.810,75	R\$ 52.160,44
2.3 Integralização Capital	R\$ 483.283,78	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
<b>3 TOTAL DAS ENTRADAS (1+2)</b>	R\$ 1.458.183,37	R\$ 1.421.001,38	R\$ 1.578.528,05	R\$ 1.843.707,49	R\$ 2.291.485,02
<b>4 PREVISÃO DE PAGAMENTOS</b>	R\$ 1.013.901,78	R\$ 930.873,59	R\$ 983.704,35	R\$ 1.106.686,11	R\$ 1.337.438,81
4.1 Despesas Operacionais	R\$ 48.527,82	R\$ 50.437,96	R\$ 55.014,23	R\$ 57.997,34	R\$ 61.742,13
4.2 Fornecedores	R\$ 86.969,40	R\$ 25.864,92	R\$ 26.930,48	R\$ 28.035,25	R\$ 29.193,01
4.3 Impostos e taxas	R\$ 115.819,64	R\$ 134.331,94	R\$ 136.629,08	R\$ 156.745,26	R\$ 222.571,83
4.4 Dividendos a distribuir	R\$ 383.137,45	R\$ 316.976,83	R\$ 306.638,42	R\$ 342.731,74	R\$ 393.982,77
4.5 Salários	R\$ 168.622,47	R\$ 191.959,94	R\$ 237.292,02	R\$ 293.355,31	R\$ 381.021,69
4.6 Investimento	R\$ 12.225,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
4.7 Outros (Custos fixos e variáveis)	R\$ 198.600,00	R\$ 211.302,00	R\$ 221.200,12	R\$ 227.821,21	R\$ 248.927,38
<b>TOTAL DAS SAÍDAS</b>	R\$ 1.013.901,78	R\$ 930.873,59	R\$ 983.704,35	R\$ 1.106.686,11	R\$ 1.337.438,81
5 Aplicações Financeiras					R\$ 267.161,29
<b>6 SALDO DE CAIXA (3-4-5)</b>	R\$ 444.281,59	R\$ 490.127,79	R\$ 594.823,70	R\$ 737.021,38	R\$ 686.884,92

### 8.2 - Demonstração do resultado do exercício - DRE:

Demonstração do resultado do exercício - DRE - REALISTA					
	2017	2018	2019	2020	2021
Receita bruta de vendas	1.036.846	977.968	1.078.252	1.222.720	1.503.064
CMV	(500.945)	(484.567)	(542.091)	(623.333)	(777.929)
<b>Lucro operacional Líquido</b>	<b>535.901</b>	<b>493.401</b>	<b>536.161</b>	<b>599.387</b>	<b>725.135</b>
Despesas Administrativas	(26.873)	(23.190)	(30.101)	(31.363)	(34.490)
Despesas Comerciais	(17.900)	(18.706)	(72.368)	(75.625)	(79.028)
Resultado Financeiro, líquido	-	47.698	56.939	68.389	77.738
<b>Resultado antes do IR e CSLL</b>	<b>491.128</b>	<b>499.203</b>	<b>490.631</b>	<b>560.787</b>	<b>689.354</b>
DAS	(128.776)	(121.464)	(133.919)	(153.329)	(203.665)
<b>Resultado do Exercício</b>	<b>362.352</b>	<b>377.740</b>	<b>356.712</b>	<b>407.458</b>	<b>485.689</b>

## Plano de Negócios

### 8.3 - Balanço Patrimonial - BP:

BALANÇO PATRIMONIAL - REALISTA					
ATIVO					
	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
<b>Ativo circulante</b>	<b>934.745</b>	<b>989.968</b>	<b>794.447</b>	<b>835.780</b>	<b>912.003</b>
Caixa e equivalentes de caixa	502.700	512.189	507.446	511.853	542.513
Aplicação financeira	397.483	445.181	251.060	283.170	319.388
Contas a receber	34.562	32.599	35.942	40.757	50.102
Estoque	-	-	-	-	-
<b>Ativo não circulante</b>	<b>11.806</b>	<b>10.006</b>	<b>259.265</b>	<b>293.742</b>	<b>333.462</b>
RLP	-	-	-	-	-
Investimentos	-	-	251.060	287.338	328.858
<b>Imobilizado</b>	<b>11.806</b>	<b>10.006</b>	<b>8.205</b>	<b>6.404</b>	<b>4.604</b>
<i>Máquinas e equipamentos</i>	13.607	13.607	13.607	13.607	13.607
<i>(-) Depreciação</i>	(1.801)	(3.601)	(5.402)	(7.203)	(9.004)
Intangível	-	-	-	-	-
<b>TOTAL ATIVO</b>	<b>946.551</b>	<b>999.974</b>	<b>1.053.712</b>	<b>1.129.522</b>	<b>1.245.465</b>

BALANÇO PATRIMONIAL - REALISTA					
PASSIVO					
	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
<b>Passivo circulante</b>	<b>351.960</b>	<b>335.018</b>	<b>370.939</b>	<b>423.347</b>	<b>525.112</b>
Fornecedores a pagar	-	-	-	-	-
Proventos e encargos a pagar	14.388	16.491	19.780	25.329	35.356
Tributos a recolher	960	1.030	1.105	1.185	1.272,19
Contas a pagar	-	-	-	-	-
Impostos e taxas a pagar	10.731	10.122	11.160	12.777	16.972
<i>Provisão DAS</i>	10.731	10.122	11.160	12.777	16.972
Dividendos a distribuir	325.881	307.375	338.895	384.056	471.511
<b>Passivo não circulante</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
ELP	-	-	-	-	-
<b>Patrimonio Liquido</b>	<b>594.591</b>	<b>664.956</b>	<b>682.773</b>	<b>706.175</b>	<b>720.353</b>
Capital social	558.120	558.120	558.120	558.120	558.120
Reserva de lucros	-	-	-	-	-
Lucros acumulados	36.471	106.836	124.653	148.055	162.233
<b>TOTAL PASSIVO</b>	<b>946.551</b>	<b>999.974</b>	<b>1.053.712</b>	<b>1.129.522</b>	<b>1.245.465</b>

## Plano de Negócios

### 8.4 - Análise de viabilidade:

<b>Indicadores Financeiros - Pessimista</b>			
<b>PAYBACK SIMPLES</b>			
Anos	Retorno	Saldo	
Investimento Inicial	- 650.032,03	- 650.032,03	
1	289.345,60	- 360.686,43	
2	312.108,21	- 48.578,22	
3	349.796,40	301.218,18	
4	407.431,87	708.650,05	
5	473.779,98	1.182.430,03	
Payback	2	Anos	
	1	Meses	
	20	Dias	
Payback Simples com retorno do investimento em 2 anos, 1 mês e 20 dias.			
<b>PAYBACK DESCONTADO</b>			
Custo do Capital	12%		
Anos	Retorno	Retorno Desc.	Saldo
Investimento Inicial	- 650.032,03	- 650.032,03	- 650.032,03
1	289.345,60	R\$ 258.344,29	- 391.687,75
2	312.108,21	R\$ 248.810,75	- 142.876,99
3	349.796,40	R\$ 248.978,17	106.101,18
4	407.431,87	R\$ 258.930,32	365.031,49
5	473.779,98	R\$ 268.835,48	633.866,98
Payback	2	Anos	
	6	Meses	
	27	Dias	
Payback Descontado com retorno do investimento em 2 anos, 6 meses e 27 dias.			

<b>VPL</b>	
Custo do Capital	11%
Anos	Retorno
Investimento Inicial	- 650.032,03
1	289.345,60
2	312.108,21
3	349.796,40
4	407.431,87
5	473.779,98
Valor Presente	669.275,17
VPL	19.243,13
Análise: VPL > 0, aceitar o projeto, logo é viável.	

<b>TIR</b>	
TMA	14%
Anos	Retorno
Investimento Inicial	- 650.032,03
1	289.345,60
2	312.108,21
3	349.796,40
4	407.431,87
5	473.779,98
TIR	43%
Análise: TIR > TMA, aceitar o projeto, logo é viável	

<b>Indicadores Financeiros - Realista</b>			
<b>PAYBACK SIMPLES</b>			
Anos	Retorno	Saldo	
Investimento Inicial	- 558.119,79	-	558.119,79
1	362.352,06	-	195.767,73
2	414.211,24		218.443,51
3	463.547,75		681.991,26
4	532.111,40		1.214.102,66
5	633.744,11		1.847.846,77
<b>Payback</b>		<b>1</b>	<b>Anos</b>
		<b>5</b>	<b>Meses</b>
		<b>20</b>	<b>Dias</b>
<b>Payback Simples com retorno do investimento em 1 ano, 5 meses e 20 dias.</b>			

<b>PAYBACK DESCONTADO</b>			
Custo do Capital	12%		
Anos	Retorno	Retorno Desc.	Saldo
Investimento Inicial	- 558.119,79	- 558.119,79	- 558.119,79
1	362.352,06	R\$ 323.528,63	- 234.591,16
2	414.211,24	R\$ 330.206,66	95.615,50
3	463.547,75	R\$ 329.944,14	425.559,64
4	532.111,40	R\$ 338.166,41	763.726,05
5	633.744,11	R\$ 359.603,43	1.123.329,48
<b>Payback</b>		<b>1</b>	<b>Anos</b>
		<b>8</b>	<b>Meses</b>
		<b>16</b>	<b>Dias</b>
<b>Payback Descontado com retorno do investimento em 1 ano, 8 meses e 16 dias.</b>			

<b>VPL</b>	
Custo do Capital	10%
Anos	Retorno
Investimento Inicial	- 558.119,79
1	362.352,06
2	414.211,24
3	463.547,75
4	532.111,40
5	633.744,11
Valor Presente	1.218.829,28
<b>VPL</b>	<b>660.709,49</b>
<b>Análise: VPL &gt; 0, aceitar o projeto, logo é viável.</b>	

<b>TIR</b>	
TMA	14%
Anos	Retorno
Investimento Inicial	- 558.119,79
1	362.352,06
2	414.211,24
3	463.547,75
4	532.111,40
5	633.744,11
<b>TIR</b>	<b>70%</b>
<b>Análise: TIR &gt; TMA, aceitar o projeto, logo é viável</b>	

<b>Indicadores Financeiros - Otimista</b>			
<b>PAYBACK SIMPLES</b>			
Anos	Retorno	Saldo	
Investimento Inicial	- 483.283,79	-	483.283,79
1	362.587,52	-	120.696,27
2	461.727,78		341.031,51
3	630.550,98		971.582,49
4	846.030,73		1.817.613,21
5	1.144.241,16		2.961.854,37
Payback		1	Anos
		3	Meses
		4	Dias
Payback Simples com retorno do investimento em 1 ano, 3 meses e 4 dias.			
<b>PAYBACK DESCONTADO</b>			
Custo do Capital	12%		
Anos	Retorno	Retorno Desc.	Saldo
Investimento Inicial	- 483.283,79	- 483.283,79	- 483.283,79
1	362.587,52	R\$ 323.738,86	- 159.544,93
2	461.727,78	R\$ 368.086,56	208.541,63
3	630.550,98	R\$ 448.813,73	657.355,36
4	846.030,73	R\$ 537.667,82	1.195.023,18
5	1.144.241,16	R\$ 649.273,16	1.844.296,34
Payback		1	Anos
		5	Meses
		6	Dias
Payback Descontado com retorno do investimento em 1 ano, 5 meses e 6 dias.			

<b>VPL</b>	
Custo do Capital	9%
Anos	Retorno
Investimento Inicial	- 483.283,79
1	362.587,52
2	461.727,78
3	630.550,98
4	846.030,73
5	1.144.241,16
Valor Presente	2.067.921,13
VPL	1.584.637,34
Análise: VPL > 0, aceitar o projeto, logo é viável.	

<b>TIR</b>	
TMA	14%
Anos	Retorno
Investimento Inicial	- 483.283,79
1	362.587,52
2	461.727,78
3	630.550,98
4	846.030,73
5	1.144.241,16
TIR	96%
Análise: TIR > TMA, aceitar o projeto, logo é viável	

## Plano de Negócios

### 8.5 - Indicadores financeiros:

Indicadores Financeiros - Realista					
Índices de Liquidez Corrente					
	2017	2018	2019	2020	2021
Ativo Circulante	934.744,66	989.968,42	794.447,34	835.780,28	912.003,03
Passivo Circulante	351.959,81	335.018,26	370.938,92	423.347,50	525.111,97
<b>Índice</b>	<b>2,66</b>	<b>2,95</b>	<b>2,14</b>	<b>1,97</b>	<b>1,74</b>
Análise: Mostra que a empresa consegue em todos os anos superar as receitas em face das despesas.					
Índices de Liquidez Geral					
	2017	2018	2019	2020	2021
Ativo Circulante	934.744,66	989.968,42	794.447,34	835.780,28	912.003,03
Realizável de Longo Prazo	-	-	-	-	-
Passivo Circulante	351.959,81	335.018,26	370.938,92	423.347,50	525.111,97
Passivo Exequível de Longo Prazo	-	-	-	-	-
<b>Índice</b>	<b>2,66</b>	<b>2,95</b>	<b>2,14</b>	<b>1,97</b>	<b>1,74</b>
Análise: Mostra que a viabilidade de longo e médio prazo da empresa em saldar seus compromissos está ótima.					
Giro do Ativo					
	2017	2018	2019	2020	2021
Venda Líquida	1.036.846,03	977.967,76	1.078.251,78	1.222.720,11	1.503.064,10
Ativo	946.550,96	999.974,02	1.053.711,93	1.129.522,30	1.245.464,66
<b>Índice</b>	<b>1,10</b>	<b>0,98</b>	<b>1,02</b>	<b>1,08</b>	<b>1,21</b>
Análise: Apresenta um bom desempenho na geração de receita sobre cada real do Ativo.					
Rentabilidade do Ativo					
	2017	2018	2019	2020	2021
Lucro Líquido	362.352,06	377.739,88	356.711,78	407.458,18	485.689,10
Ativo	946.550,96	999.974,02	1.053.711,93	1.129.522,30	1.245.464,66
<b>Índice</b>	<b>0,38</b>	<b>0,38</b>	<b>0,34</b>	<b>0,36</b>	<b>0,39</b>
Análise: Indica um bom desempenho no retorno do lucro face aos investimentos.					
Rentabilidade do Patrimônio Líquido					
	2017	2018	2019	2020	2021
Lucro Líquido	362.352,06	377.739,88	356.711,78	407.458,18	485.689,10
Patrimônio Líquido Médio	594.591,14	664.955,76	682.773,01	706.174,80	720.352,69
<b>Índice</b>	<b>0,61</b>	<b>0,57</b>	<b>0,52</b>	<b>0,58</b>	<b>0,67</b>
Análise: Indica um bom desempenho no retorno do lucro face aos investimentos dos sócios.					

## Plano de Negócios

### 8.6 - Ponto de equilíbrio:

Ponto de Equilíbrio - Realista					
Contábil					
	2017	2018	2019	2020	2021
Custo Fixo	296.715,84	322.603,96	344.911,65	363.882,06	403.075,94
Preço Unitário Vendido	2.801,44	2.710,06	3.030,99	3.484,23	4.346,70
Custo Unitário Variável	570,65	453,24	551,07	724,05	1.044,61
<b>Ponto de Equilíbrio</b>	<b>133</b>	<b>143</b>	<b>139</b>	<b>132</b>	<b>122</b>
Econômico					
	2017	2018	2019	2020	2021
Custo Fixo	296.715,84	322.603,96	344.911,65	363.882,06	403.075,94
Preço Unitário Vendido	2.801,44	2.710,06	3.030,99	3.484,23	4.346,70
Custo Unitário Variável	570,65	453,24	551,07	724,05	1.044,61
Capital Próprio	558.119,79	558.119,79	558.119,79	558.119,79	558.119,79
Custo de Oportunidade	5%	5%	5%	5%	5%
<b>Ponto de Equilíbrio</b>	<b>146</b>	<b>155</b>	<b>150</b>	<b>142</b>	<b>131</b>
Financeiro					
	2017	2018	2019	2020	2021
Custo Fixo	296.715,84	322.603,96	344.911,65	363.882,06	403.075,94
Preço Unitário Vendido	2.801,44	2.710,06	3.030,99	3.484,23	4.346,70
Custo Unitário Variável	570,65	453,24	551,07	724,05	1.044,61
Depreciações	1.800,70	3.601,40	5.402,10	7.202,80	9.003,50
Amortizações	-	-	-	-	-
<b>Ponto de Equilíbrio</b>	<b>132</b>	<b>141</b>	<b>137</b>	<b>129</b>	<b>119</b>

### 8.7 - Capital de Giro:

Capital de Giro					
	2017	2018	2019	2020	2021
Ativo Circulante	934.744,66	989.968,42	794.447,34	835.780,28	912.003,03
Passivo Circulante	351.959,81	335.018,26	370.938,92	423.347,50	525.111,97
<b>Índice</b>	<b>582.784,84</b>	<b>654.950,16</b>	<b>423.508,42</b>	<b>412.432,78</b>	<b>386.891,06</b>
Análise: Em todos os anos a empresa terá capital de giro suficiente para manter os gastos.					

### 8.8 - Composição do investimento inicial:

Composição do Investimento Inicial		
Sócios	Valor	Participação
Bárbara Carvalho	111.624,00	20%
Carla Amorim	111.624,00	20%
Jéssica Andrade	111.624,00	20%
Juan Fernandes	111.624,00	20%
Paulo Souza	111.624,00	20%
<b>Total</b>	<b>558.120,00</b>	<b>100%</b>

### 8.9 - Conclusão Financeira:

A SustenPark, apresenta diante dos três cenários analisados e para uma projeção dos próximos cinco anos:

- . Um balanço patrimonial e uma DRE, saudáveis;
- . O fluxo de caixa confortável para os gastos previstos nos anos;
- . As análises de viabilidade (VPL, TIR e Payback), sempre com taxas superiores ao ideal em todos os cenários e também com retorno do investimento rápido.
- . Os indicadores financeiros, a liquidez, giro do ativo e a rentabilidade do negócio; sempre com ótimos desempenhos e retornos consideráveis em todos os cenários;
- . Capital de giro suficiente para manter os gastos e
- . Os pontos de equilíbrio indicaram que teremos renda suficiente para cobrir nossas despesas variáveis e fixas com ótimos resultados apresentados.

Portanto, nosso empreendimento, em todos os índices e indicadores, mesmo no pior cenário, se mostrou viável ao investidor que almeja obter retornos superiores ao que o mercado financeiro pode oferecer.

## Plano de Negócios

---

### **9 - Conclusão:**

A SustenPark, um estacionamento eco sustentável, com uma visão de futuro e preocupação ambiental, vem para o mercado a fim de oferecer serviços diferenciais e de qualidade, utilizando materiais reutilizáveis e renováveis para diminuir resíduos eliminados ao meio ambiente.

Proporcionaremos serviços desejados pelos clientes exigentes em uma região acessível e movimentada durante os períodos diurno e noturno, por ter muitos comércios e ter uma noite movimentada na localidade.

Ou seja, uma empresa que será criada para somar conscientização sustentável na população e multiplicar total segurança aos nossos clientes trazendo maior tranquilidade.

Portanto, após as análises de mercado, do produto/serviço e da estratégia adotada, todas dentro do marketing, apresentaram conceitos coesos para a melhor evolução do nosso serviço oferecido aos clientes. Também é importante ressaltar que todas as análises financeiras realizadas, demonstrando os índices e indicadores, apresentaram ótimos resultados e essenciais avaliações positivas.

Logo, uma empresa que podemos comprovar a total viabilidade do projeto e assim garantimos a abertura e um bom começo no mercado competitivo dos estacionamentos, sempre mostrando nossos diferenciais e obtendo assim a vantagem competitiva necessária para a concorrência com os demais players.

### **REFERÊNCIAS:**

[www.censo2010.ibge.gov.br](http://www.censo2010.ibge.gov.br)

<http://www.brasilsabido.com.br/populacao/niteroi-rj-1236.html>

<http://www.denatran.gov.br/>