



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB**

**CAMPUS I**

**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA DEPARTAMENTO DE  
ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA - DAEC  
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**ADRIANA PEREIRA DE ARAÚJO**

**PLANO DE NEGÓCIOS TIKA MARTELINHO DE OURO**

**CAMPINA GRANDE – PB**

**2024**

**ADRIANA PEREIRA DE ARAUJO**

**PLANO DE NEGÓCIOS TIKA MARTELINHO DE OURO**

Trabalho de conclusão de curso (Artigo) apresentado ao programa de graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento as exigências para a obtenção do grau em bacharel em Administração.

**Orientador:** Prof. Dr. Roberto Ranieri Guimarães Rocha

**CAMPINA GRANDE – PB  
2024**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

A663p Araujo, Adriana Pereira de.  
Plano de negócios Tika Martelinho de Ouro.  
[manuscrito] /Adriana Pereira de Araujo. - 2024.  
56 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2024.

"Orientação : Prof. Dr. Roberto Ranieri Guimarães Rocha, Coordenação do Curso de Administração - CCSA. "

1. Expansão de mercado. 2. diversificação . 3.  
Novos serviços. 4. Qualidade e excelência. I.  
Título

21. ed. CDD 658.8

**ADRIANA PEREIRA DE ARAUJO**

**PLANO DE NEGÓCIOS TIKA MARTELINHO DE OURO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao programa de graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento as exigências para a obtenção do grau em bacharel em Administração

Aprovada em 17 / 06 / 2024

BANCA EXAMINADORA



---

Prof. Dr. Roberto Ranieri Guimarães Rocha (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



---

Profa. Dra. Larissa Ataíde Martins Lins Bezerra  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



---

Prof. Dr. Geraldo Medeiros Júnior  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Canvas Tika de Martelinho de Ouro.....	17
---	----

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Análise SWOT Tika Martelinho de Ouro.....	13
Quadro 2 - Estratégia de Diversificação Vertical.....	20

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Análise da Concorrência.....	15
Tabela 2 - Receitas da Tika martelinho de ouro.....	21
Tabela 3 - Despesas Administrativas mensais.....	21
Tabela 4 – Impostos.....	22

## SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	9
2.	REFEÊNCIAL TEÓRICO.....	10
2.1	Plano de Negócios.....	10
2.2	Diversificação de Serviços.....	10
3.	SEGMENTAÇÃO DE CLIENTES.....	11
3.1	Perfil e Características.....	11
3.2	Foco e Segmentação.....	11
4	PROBLEMA.....	12
4.1	Entender o Contexto e as pessoas envolvidas.....	12
4.2	Definir o problema.....	12
4.3	Validação do problema.....	14
5	PROPOSTA DE VALOR.....	14
5.1	Análise do Setor.....	14
5.2	Análise da Concorrência.....	15
5.3	Diferencial competitivo.....	16
6	SOLUÇÃO.....	16
6.1	Modelo de Negócio.....	16
6.2	Serviços Ofertados.....	18
6.3	Validação da Solução.....	18
7	ESTRATÉGIAS DE MARKETING E DISTRIBUIÇÃO.....	18
7.1	Canais de Distribuição.....	18
7.2	Canais de Comunicação.....	19
7.3	Alternativas Estratégicas.....	19
8	ESTRUTURA DE RECEITAS.....	20
8.1	Mecanismo de monetização.....	20
8.2	Preços e Serviços Ofertados.....	20
8.3	Previsão de Vendas.....	21
9	ESTRUTURA DE CUSTOS.....	21
9.1	Investimento.....	21
9.2	Equipe Própria.....	21

<b>9.3</b>	<b>Remuneração do Empreendedor.....</b>	<b>21</b>
<b>9.4</b>	<b>Impostos.....</b>	<b>22</b>
<b>10</b>	<b>ÍNDICE DE VIABILIDADE ECONÔMICA.....</b>	<b>22</b>
<b>10.1</b>	<b>Taxa de Retorno sobre o Investimento.....</b>	<b>22</b>
<b>10.2</b>	<b>Payback.....</b>	<b>22</b>
<b>11</b>	<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>22</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>23</b>
	<b>ANEXO A.....</b>	<b>27</b>
	<b>ANEXO B.....</b>	<b>28</b>

**PLANO DE NEGÓCIO:**  
**TIKA MARTELINHO DE OURO**

Adriana Pereira de Araújo<sup>1</sup>

**RESUMO**

O empreendimento Tika Martelinho de Ouro é um negócio especializado em serviços de reparos automotivos. No entanto, com o cenário promissor do mercado automotivo observou-se a oportunidade de expansão da receita com a implementação de novos serviços como pintura e o polimento. Com compromisso na qualidade e excelência dos seus serviços a empresa busca se destacar no mercado automotivo na cidade de Campina Grande, Paraíba. Com foco na implementação de novos serviços no negócio, o empreendimento está bem posicionado para crescer e se consolidar como referência no mercado automobilístico. O empreendimento busca diversificar seus serviços para atender as diversas demandas e necessidade dos clientes e com isso satisfazê-los. A diversificação dos serviços, além da técnica de martelinho de ouro, traz para empresa versatilidade e competitividade no mercado. A base da receita do negócio tange os serviços de martelinho de ouro e posteriormente a dos novos serviços com recebimentos à vista. As estratégias de monetização é a vista e a prazo os quais permitem alinhar com as condições do cliente e a saúde financeira do negócio. A estratégia de diversificação visa criar novos serviços para atuais e novos clientes. Os dados financeiros destacam a viabilidade financeira do negócio, tendo em vista a Taxa de rentabilidade de 651.50 % ao ano, assim como o Payback de 4 meses, ou seja, um retorno rápido do investimento inicial, visando perspectiva favorável do negócio. A previsão da receita total é de R\$ 405.886,73 e com um custo total do primeiro ano de R\$ 80.700,00 e a lucratividade anual de R\$ 11.57 %. Diante disso, os recursos necessários para o início do empreendimento será R\$ 7.206,00, esses recursos serão oriundos do próprio empreendedor. Portanto, o negócio tem um potencial considerável para atingir o sucesso e se firmar no mercado automobilístico, estabelecendo-se como referência no setor de reparos automotivos em Campina Grande, Paraíba.

**PALAVRAS-CHAVES:** Expansão. Diversificação. Novos serviços. Qualidade e Excelência.

**ABSTRACT**

The Tika Martelinho de Ouro enterprise is a business specializing in automotive repair services. However, with the promising scenario of the automotive market, an opportunity has been observed to expand revenue by implementing new services such as painting and polishing. With commitment, quality, and excellence in its services, the company aims to stand out in the automotive market in the city of Campina Grande, Paraíba. Focusing on the implementation of new services in the business, the enterprise is well-positioned to grow and consolidate itself as a reference in the automotive market. The business seeks to diversify its services to meet the various demands and needs of customers and thereby satisfy them. The diversification of services, in addition to the "martelinho de ouro" technique, brings versatility and

---

<sup>1</sup> Adriana Pereira de Araújo é Graduada em Administração pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Contato: [adriana.araujo@aluno.uepb.edu.br](mailto:adriana.araujo@aluno.uepb.edu.br)

competitiveness to the company in the market. The business's revenue base touches on "martelinho de ouro" services and subsequently on the new services with cash payments. The monetization strategies are cash and credit, allowing alignment with customer conditions and the financial health of the business. The diversification strategy aims to create new services for current and new customers. Financial data highlight the business's financial feasibility, considering the Internal profitability Rate of 651.50% per year, as well as the Payback of 4 months, indicating a quick return on initial investment, thus aiming at a favorable business perspective. The total revenue forecast is R\$ 405,886.73 with a total cost for the first year of R\$ 80.700,00 and an annual profitability of 11.57%. Therefore, the resources needed to start the business will be R\$ 7,206.00, these resources will come from the entrepreneur himself. Thus, the business has considerable potential to achieve success and establish itself in the automotive market, establishing itself as a reference in the automotive repair sector in Campina Grande, Paraíba.

**KEYWORDS:** Expansion. Diversification. New Service. Quality and Excellence.

## 1. INTRODUÇÃO

O mercado automotivo representa um cenário dinâmico e em constante evolução, onde a busca por excelência e diversificação de serviços se torna essencial para o crescimento de empreendimentos dedicados aos reparos automotivos. O presente trabalho se propõe a analisar o caso do empreendimento Tika Martelinho de Ouro, localizado em Campina Grande, Paraíba, que inicialmente se destacou pelos serviços especializados em martelinho de ouro e agora investe na implementação de novos serviços como pintura e polimento. Com um compromisso firmado com a qualidade e excelência, o negócio busca não apenas expandir sua base de serviços, mas também consolidar sua posição como referência no mercado automobilístico regional. A estratégia de diversificação adotada visa atender às crescentes demandas dos clientes, proporcionando-lhes soluções abrangentes e competitivas. Esta iniciativa não apenas amplia a versatilidade da empresa, mas também fortalece sua posição competitiva no mercado.

O empreendimento busca diversificar seus serviços para atender as diversas demandas e necessidade dos clientes e com isso satisfazê-los. A base da receita do negócio tange os serviços de martelinho de ouro e posteriormente a dos novos serviços com recebimentos à vista. As estratégias de monetização é a vista e a prazo os quais permitem alinhar com as condições do cliente e a saúde financeira do negócio.

O Plano de negócios visa projeções mais assertivas para o empreendimento. Os dados financeiros indicam alta viabilidade, com uma taxa de rentabilidade de 651,50% ao ano e um payback de 4 meses, prometendo um rápido retorno do investimento inicial. A previsão de receita total é de R\$ 405.886,73, com custos de R\$ 80.700,00 no primeiro ano e uma lucratividade anual de 11,57%. O investimento inicial necessário é de R\$ 7.206,00, provenientes do próprio empreendedor. Dessa forma, o negócio tem grande potencial de sucesso e de se tornar referência em reparos automotivos em Campina Grande, Paraíba.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Plano de Negócios**

O plano de negócio é uma ferramenta que ajuda o empreendedor a planejar o seu negócio antes mesmo de iniciar, bem como também auxiliar a sua expansão com visão ampla do negócio. Visto que é um documento que analisa de maneira criteriosa o ambiente do negócio, detalhando diversas informações como, por exemplo, o seu segmento, os serviços ou produtos, os concorrentes, os pontos fracos e fortes do empreendimento, entre outros. Para Maximiano (2011), o plano de negócio é "uma descrição detalhada da empresa, de seu funcionamento e do que é necessário para sua instalação". Ou seja, o plano de negócio é a definição da empresa, antes mesmo da sua existência.

Um plano de negócios é um documento fundamental para empreendedores que buscam estruturar suas ideias, avaliar a viabilidade de novos empreendimentos, bem como a expansão dos empreendimentos na atuação no mercado e definir estratégias para atingir suas metas e as estratégias elaboradas. Segundo Hisrich e Peters (2018), sua função primordial é fornecer um guia detalhado que orienta todas as etapas do desenvolvimento e operação do negócio. A importância do plano de negócios reside na sua capacidade de proporcionar direcionamento estratégico, facilitar o acesso a financiamento externo ao demonstrar viabilidade e retorno do investimento, e servir como instrumento contínuo de monitoramento e controle do desempenho empresarial.

### **2.2 Diversificação de Serviços**

A diversificação de serviços é uma estratégia empresarial que visa expandir a oferta de serviços além dos tradicionalmente oferecidos por uma empresa, buscando aumentar a competitividade e explorar novas oportunidades de mercado. Segundo Costa (2011), essa estratégia pode ser impulsionada pela necessidade de adaptar-se às mudanças nas preferências dos consumidores e às dinâmicas competitivas do mercado.

A diversificação de serviços é uma estratégia que pode ajudar as empresas a expandir suas operações, reduzir riscos e aumentar sua competitividade no mercado. Ao compreender os benefícios, estratégias de implementação e desafios associados à diversificação de serviços, as empresas podem desenvolver planos de ação eficazes que promovam o crescimento sustentável e a adaptação às mudanças no ambiente empresarial contemporâneo. Dessa forma, um portfólio diversificado é crucial para manter a reputação da empresa e a satisfação dos clientes. Essa diversificação de serviços não apenas amplia o leque de opções disponíveis para os proprietários de veículos, mas também permite que as empresas se destaquem da concorrência e fortaleçam sua posição no mercado.

A implantação de novos serviços é um processo estratégico crucial para empresas que buscam expandir suas operações e se manter competitivas no mercado atual. Requer um planejamento meticuloso que abrange desde a análise de mercado e identificação das necessidades dos clientes até a alocação de recursos adequados e o treinamento da equipe. Ao introduzir novos serviços, as empresas não apenas diversificam suas ofertas para atrair uma base de clientes mais ampla, mas também têm a oportunidade de inovar, melhorar a experiência do cliente e fortalecer sua posição como líderes no setor de atuação.

No dinâmico cenário automobilístico atual, a introdução de novos serviços

desempenha um papel crucial não apenas na satisfação do cliente, mas também na diferenciação competitiva das empresas. De acordo com Day (1994), a inclusão de novos serviços não se limita apenas a aumentar a receita, mas também a mitigar os riscos associados à dependência de um único serviço ou segmento de mercado, promovendo uma maior estabilidade financeira.

Assim, a diversificação de serviços emerge não apenas como uma estratégia de crescimento, mas como uma abordagem estratégica essencial para adaptar-se às dinâmicas complexas e competitivas do mercado atual. Com isso, o empreendimento ao diversificar seus serviços a empresa não apenas amplia suas fontes de receita, mas também fortalece sua competitividade ao se diferenciar no mercado local. A capacidade de oferecer serviços complementares aumenta a conveniência para os clientes, que podem encontrar soluções integradas em um único local, resultando em maior fidelização e satisfação.

### **3. SEGMENTAÇÃO DE CLIENTES**

#### **3.1 Perfil e Características**

De acordo com Kotler (2023), os clientes são tão importantes para uma empresa que devem ser considerados como um dos principais recursos para o funcionamento de uma organização. Diante disso, as empresas precisam considerar seus clientes como ativos financeiros, já que eles são fundamentais para o crescimento da empresa, bem como para a maximização dos resultados positivos dos negócios. Ainda segundo Kotler (2023)

O cliente é nosso visitante mais importante. Ele não depende de nós – nós é que dependemos dele. Não é um estranho em nosso negócio – é parte dele. Não prestamos nenhum favor aos clientes quando os servimos [...] ao contrário, ele é que nos presta um favor, ao dar-nos a oportunidade de servi-lo.

Nesse contexto, antes da abertura de um negócio é necessário o empreendedor inserir os clientes no alto nível estratégico do negócio. Uma vez que se conhece as características dos seus clientes de forma assertiva, torna-se mais fácil atender as suas necessidades e satisfazê-los. Além disso, o atual cenário no campo do empreendedorismo com a alta concorrência, um empreendedor que definir bem o perfil do seu público por meios de ações estratégicas que criem parceria e confiança com os clientes, poderá haver mais chance de sucesso para o negócio.

Nesse sentido, com um olhar empreendedor e analisando o cenário econômico da cidade de Campina Grande, Paraíba. Os clientes da empresa Tika Martelinho de Ouro estão localizados na cidade de Campina Grande e região, os quais são proprietários de veículos das classes média/alta, que buscam serviços da remoção de amassado na lataria dos carros sem perder a originalidade do veículo.

#### **3.2 Foco e Segmentação.**

O foco e segmentação dos clientes da empresa Tika Martelinho de Ouro tange o público de ambos os gêneros, os quais são proprietários de automóveis que buscam serviço de remoção de amassados mantendo a originalidade do veículo. A segmentação de mercado é conduzida por meio de uma abordagem metódica, combinando observações detalhadas e análise documental da empresa.

Além disso, é realizada uma análise minuciosa dos registros de clientes e das demandas de serviços, entre outros dados relevantes. Nessa conjuntura, a empresa

anteriormente mencionada serve como ponto de referência prático para a aplicação desses métodos. Essa análise criteriosa do perfil do cliente possibilita a formulação de estratégias de relacionamento personalizadas, visando tanto a manutenção da fidelidade dos clientes existentes quanto a atração de novos clientes. Este processo baseia-se em uma abordagem empiricamente fundamentada, contribuindo para a eficácia das decisões estratégicas no contexto do plano de negócios.

Assim, a empresa Tika Martelinho Ouro foca na excelência e no comprometimento da prestação de serviço de qualidade no âmbito do seu segmento de martelinho de ouro. Segundo o site (RGOLDEN, 2024) o mercado de martelinho de ouro é promissor tanto no cenário atual quanto para o futuro, pois conforme o site Rgolden a projeção para o ano de 2034 é de 93,2 milhões de carros em circulação no Brasil, o que torna o mercado atrativo. Além disso, muitos fatores contribuem e influenciam para o consumo desse serviço, tais como: chuva de granizo, colisões cotidianas e até mesmo impactos de pedras. Assim, o negócio busca contribuir de forma significativa com a economia local e construir uma história de sucesso na cidade de Campina Grande.

## **4. PROBLEMA**

### **4.1 Entender o contexto e as pessoas envolvidas**

Segundo o último censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021) a cidade de Campina Grande é a segunda mais populosa do interior do Nordeste, com o PIB *per capita* em 2021 de R\$ 25.066,11. Dessa forma, considera-se um município relevante para o estado da Paraíba, uma vez que existem empresas de grandes portes que aquece a economia local, como a São Braz, Bun, Duraplast e Tess, essas são empresas que se destacam no ranking de faturamento na cidade (ECONODATA, 2024).

O seu desempenho econômico é um ponto de atenção para abertura de novos negócios. Diante disso, viu-se que o empreendimento Tika Martelinho de Ouro pode obter sucesso na região, visto que a cidade tem potencial para oferecer o público almejado pela empresa, já que o PIB da cidade é 10,4 bilhões de reais, sendo que 53,9% desse valor advém dos serviços, e 23,5% da administração pública e em sequência a indústria com 22,5% e 0,4% da agropecuária (CARAVELA, 2020). A empresa vem se destacando no setor automobilístico, pela prestação do serviço de martelinho de ouro, pois é um serviço com poucos profissionais na cidade, contendo aproximadamente 13 profissionais na cidade (INPE, 2024).

### **4.2 Definir o problema**

Diante do atual cenário no empreendimento observou-se uma certa carência com relação aos serviços prestados, já que atualmente é realizado apenas o serviço de Martelinho de ouro, técnica usada para reconstituir a lataria de forma original do carro, sem a necessidade da pintura. Assim, por ser prestado unicamente esse serviço, limita a capacidade de atender variadas necessidades dos clientes, a exemplo de pinturas e polimentos. Dessa forma, a implantação de novos serviços no empreendimento, pode suprir as demais necessidades dos clientes, além de aumentar o lucro da empresa, traz diversificação de serviço. A diversidade bem sucedida pode ocasionar um crescimento significativo da lucratividade para as empresas (MURRAY; O'DRISCOOL, 1996).

A diversificação é uma forma de expandir ou criar algo no mercado que seja

diferente do que já existe na empresa ou no mercado (JOHNSON; SCHOLLES,2002). Dessa forma, considerando que diversificação dos serviços é uma estratégia de crescimento para uma empresa, já que se pode explorar novas oportunidades que colabore com o crescimento e à rentabilidade do negócio.

Diante do exposto, realizou-se uma análise com a ferramenta de análise SWOT a qual é umas das ferramentas que permite detectar forças e fraquezas no âmbito interno, bem como oportunidades e ameaças externas (RIBEIRO NETO, 2011).

Segue abaixo o Quadro 1, contendo a análise SWOT:

<b>FORÇAS</b>	<b>FRAQUEZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Experiências profissional do empreendedor</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Falta de diversificação de serviços</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Qualificação do Empreendedor</b></li> <li>• <b>Boa Localização do negócio Tika martelinho de ouro</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Limitação da capacidade de atendimento aos clientes</b></li> </ul>
<b>AMEAÇAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Os Preços mais acessíveis da Concorrência Cenário econômico negativo</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Demandas por novos serviços</b></li> <li>• <b>Possibilidades de Parcerias Estratégicas</b></li> <li>• <b>Marketing Digital</b></li> </ul>

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Assim, identificou-se como forças a experiência e a qualificação, uma vez que o empreendedor possui mais de 10 anos de experiência em uma multinacional Volkswagen no estado de São Paulo. Além disso, tem cursos de qualificação em escolas conceituadas como o SENAI/SP. Além do mais, a análise dos aspectos situacionais revela que a localização da oficina detém um caráter estratégico, contribuindo significativamente para a ampliação da visibilidade e, conseqüentemente, para a captação de clientes potenciais.

Contudo, ao considerar os pontos de fragilidade identificados, destaca-se a ausência de diversificação nos serviços oferecidos pela empresa, que se limitam atualmente ao serviço de martelinho de ouro. Diante disso, emerge a oportunidade de expansão do portfólio de serviços, visando atender às variadas demandas e expectativas dos clientes, o que potencialmente fortalecerá a competitividade da empresa no mercado local.

Por conseguinte, encontrou-se como oportunidades de diversificar os serviços, adicionando serviços complementares como polimento e a pintura, o que pode maximizar a receita, além das parcerias com concessionárias de automóveis e oficinas mecânicas. Viu-se também o Marketing digital como oportunidade, uma vez que atualmente é um forte aliado na prospecção de cliente e no sucesso de uma empresa. Já como ameaças verificou-se os preços mais acessíveis da concorrência, pois alguns oferecem preços mais baixos como, por exemplo, um amassado que a empresa em questão cobra em média 300 reais, a concorrência oferta por 250,00 R\$.

Além das flutuações econômicas em casos sazonais, a exemplo da pandemia da Covid 19, que acabam enfraquecendo a procura pelo serviço, já que é não serviço

necessário. O empreendimento Tika Martelinho de Ouro pode usar as forças para superar as suas fraquezas, utilizando a sua experiência e localização para diversificar seus serviços com a implementação dos novos serviços como o polimento e a pintura de forma gradual e expandir sua visibilidade no mercado através das parecerias com as oficinas e revendedoras de carros. Do mesmo modo, usar suas oportunidades para mitigar as ameaças variando os serviços para atender novas demandas. Com isso, reduzir suas fraquezas e aumentar a competitividade irá promover o sucesso da empresa ao longo prazo.

Diante disso, desenvolver uma estratégia consolidada para capitalizar suas forças, reduzir suas fraquezas, explorar e aproveitar às oportunidades e enfrentar as ameaças será primordial para fortalecer a competitividade e sucesso da empresa.

### **4.3 Validação do problema.**

A especialidade do empreendimento é o serviço de martelinho de ouro, no entanto, isso limita o crescimento do faturamento do negócio. Pois, perde-se a oportunidade de atender de forma mais ampla as necessidades da manutenção automotivas.

Portanto, observou-se que o negócio pode englobar novos serviços no estabelecimento, como o polimento e a pintura, visto que, a empresa atende em média 40 clientes por mês e muitos desses veículos necessitam de outros serviços, além dos reparos, que pode ser ofertados, e com isso, suprir mais de uma necessidade do cliente. Tais necessidades foram validadas com o relato do próprio empreendedor através de análise documental, feedback dos clientes e das demandas.

Diante disso, após uma análise do ambiente interno do negócio, através de uma observação de feedbacks direto com os atuais clientes relatado pelo empreendedor, foi validado que a falta de diversificação de serviços limita à expansão de receita para o negócio. Logo, com mais diversidade de serviços o negócio terá maior probabilidade de crescimento em decorrência de novas fontes de receitas.

## **5 PROPOSTA DE VALOR**

O empreendimento Tika Martelinho de ouro tem como proposta de valor proporcionar experiência excepcional em reparo automotivo que vá além da expectativa do cliente. Prestando serviços com técnicas avançadas, qualidade e inovação para corrigir os danos com precisão e eficiência, de forma que facilite a vida dos seus clientes.

A empresa tem como compromisso a satisfação do cliente, oferecendo custo-benefício e garantindo que cada veículo saia da empresa restaurado e em perfeitas condições, pois a empresa considera que o veículo não é apenas um meio de transporte, mas também a extensão da personalidade do proprietário e um investimento valioso. Assim, a sua proposta não é apenas reparos de alta qualidade, mas também uma experiência completa que transmita confiança e satisfação aos seus clientes.

### **5.1 Análise do setor**

O negócio está inserido no setor automobilístico, esse setor vem crescendo constantemente no Brasil. Segundo a Associação de Veículos Automotores (ANFAVEA, 2014) a estimativa para frota de carros no Brasil crescerá 140% em 20 anos. De acordo com essa mesma fonte em 2013 o Brasil possuía 39,7 milhões de

veículos e a estima é que em 2034 o país chegue a 95,2 milhões de veículos. Com o aumento desses veículos circulando nas ruas, aumentará a incidência de batidas cotidianas, sendo esse, um dos fatores que favorece o mercado de Martelinho de Ouro. Assim, percebe-se que o setor de martelinho de ouro é considerado lucrativo, visto que um profissional da área pode chegar a ganhar 14 mil mensais, no entanto, depende das demandas.

Após analisar o contexto econômico e o setor o qual o empreendimento estar inserido, na cidade de Campina Grande, a qual foi considerada a terceira cidade mais inovadora do país e a primeira do Nordeste Índice das cidades Empreendedoras (ICE) da Escola Nacional de Administração (ENA, 2023). Logo, uma cidade com potencial para esse negócio, caracterizada como porte médio, possuindo aproximadamente cerca de 419.379 mil habitantes, com área territorial de 245,840km, com densidade demográfica de 591,658/km, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022) Mediante o exposto, segundo dados do Departamento de Trânsito da Paraíba (DENTRAN/PB, 2023) a cidade possui uma frota de veículos de aproximadamente 146.086. Isso mostra que o cenário é favorável para o crescimento e rentabilidade do negócio, haja vista ter pouca oferta desses serviços na região, confirmada após uma análise do mercado que revela que a cidade tem em média 13 profissionais do ramo (INPE, 2024). Sendo considerado pouco para quantidades de veículos existente na cidade.

## 5.2 Análise da Concorrência

Para realizar uma análise de concorrência, primeiramente, é necessário conhecer a própria empresa antes de olhar para os concorrentes. Antes de tudo é essencial entender as próprias características da empresa, especialmente, o que ela tem a oferecer, seu porte, o local e a sua capacidade de atendimento (SEBRAE/SP, 2015). Diante disso, foi realizado uma análise do mercado na cidade de Campina Grande através do site (INPE, 2024) explorando os principais concorrentes diretos, os quais estão descritos na Tabela 1, abaixo:

**Tabela 1:** Análise da Concorrência

Concorrente	Preço Aproximado (Reparo Médios)		Localidade
	Concorrente R\$	Empresa R\$	
<b>Giliar Martelinho de Ouro</b>	R\$ 200,00	R\$ 300,00	<b>R. Janúncio Ferreira, 600 - Centro</b>
<b>Nino Martelinho de Ouro</b>	R\$ 200,00	R\$ 300,00	<b>R. Abdísio Militão Prazeres dos Santos, 277-Vila Cabral</b>
<b>Quirino Martelinho de Ouro</b>	R\$ 200,00	R\$ 300,00	<b>R. João da Silva Pimentel-Centro</b>
<b>Emanoel Martelinho de Ouro</b>	R\$ 200,00	R\$ 300,00	<b>Tv José Marcos da Silva, 12 – Santa Teresinha</b>
<b>Wallace Martelinho de Ouro</b>	<b>R\$ 200,00</b>	<b>R\$ 300,00</b>	<b>R. Quinze de Novembro, 34- Palmeiras</b>

**Fonte:**Elaboração do autor (2024).

A Tabela 1 demonstra os concorrentes da empresa Tika Martelinho de ouro na cidade de Campina Grande. Além disso, apresenta a comparação com relação aos preços médios e a localidade entre a empresa e os seus concorrentes. Com relação à comparação de preço foi observado e analisado por meio de análise de feedback dos clientes no ato dos orçamentos realizado na empresa.

Com essa análise observamos que o preço dos concorrentes seria uma ameaça, visto que tem alguns concorrentes que possuem preços mais acessíveis. No entanto, utilizamos da nossa qualidade e experiência para atacar essa ameaça, o que vem trazendo resultados significativos para empresa. Por outro lado, levando em consideração a nossa localidade, observou-se que temos um ponto forte diante dos nossos concorrentes, pois, a empresa tem uma ótima localização com grande fluxo de carros e com fácil acesso.

### **5.3 Diferencial Competitivo**

O empreendimento Tika Martelinho se destaca no mercado automotivo através do compromisso com a busca constante pela qualidade e excelência em cada aspecto do serviço prestado. Pois, cada detalhe é avaliado minuciosamente para garantir o máximo de satisfação aos clientes. Além disso, outro diferencial são as parcerias e rede de contatos os quais a empresa possui, como as revendedoras de automóveis e oficinas mecânicas, já que o empreendimento recebe vários clientes por indicações de terceiros.

Tais diferenciações tornam-se cada vez mais relevante no contexto competitivo, que prioriza a qualidade e excelência nos serviços, assim como essas parcerias chave elevam a confiança e a credibilidade da empresa. Assim, tornando o negócio sólido no mercado e atraindo novos clientes.

As parcerias chave principais da empresa na cidade são: Toyomits, Abel Veículos, Maison Veículos, New car e Arte e risco as quais são lojas que desempenham um papel fundamental na construção de vantagem competitiva no mercado. Essas parcerias não somente fortalecem a posição no mercado, mas também abrem portas para novos clientes e expansão do negócio. Tais parcerias elevam a visibilidade e aumentam o nível de competitividade entre seus concorrentes, ou seja, são fundamentais para o crescimento do negócio.

## **6 SOLUÇÃO**

Como solução irá ser implementado de forma gradual os novos serviços como o polimento e a pintura no empreendimento, com um prazo estimado para um ano. Essa implantação será realizada de forma minuciosa para manter o compromisso com a qualidade e excelência nos serviços oferecidos no empreendimento, de modo que atenda às variadas necessidades dos clientes.

Os métodos utilizados para validar essa solução foi a observação através das demandas no próprio estabelecimento, bem como os feedbacks dos clientes e análise documental da carteira de cliente.

### **6.1 Modelo de Negócio**

O modelo de negócio é baseado na especialidade nos serviços de reparos de amassados na lataria dos veículos com técnicas avançadas de martelinho de ouro, esse serviço é oferecido em venda direta com o cliente, bem como por indicação de terceiros e por mídias sociais como a página no google e Instagram.

O empreendimento possui os reparos de porte médio como a principal fonte de receita, pois são os que detêm mais demandas, ou seja, o que gera mais lucro para o negócio. Além disso, o negócio também é sustentado por parcerias com outras empresas do setor automotivo, tais como lojas revendedoras de veículos e oficinas mecânica, entre elas estão Toyomits, Abel Veículos, Maison Veículos, New car e Arte e risco, entre outros.

As fontes de receitas do negócio incluem a taxa dos serviços cobradas pelos reparos automotivos do martelinho de ouro, bem como as taxas que serão cobradas nos novos serviços de polimento e pintura os quais serão inclusos. Segue exemplificado na Figura 1 o Canvas do negócio Tika Martelinho de Ouro.

**Figura 1** - Canvas Tika de Martelinho de Ouro



**Fonte:** Elaboração do autor (2024).

O Canvas de Tika Martelinho de ouro apresenta uma visão abrangente do seu negócio, sinalizando de forma clara os recursos que formam o empreendimento. A segmentação do cliente é abordada de forma precisa a qual demonstra o público atendido que são pessoas tanto do gênero masculino quanto do feminino, proprietários de veículos de Campina Grande e região, que buscam remover amassados dos seus automóveis sem retirar a originalidade do veículo.

A relação com os clientes é elaborada minuciosamente de forma presencial e por meio dos canais de comunicação como as redes sociais. A proposta de valor ressalta a importância de proporcionar uma experiência excepcional, bem como, a qualidade e excelência no serviço. As atividades chave, considerando como a principal é a remoção dos amassados dos veículos sem a necessidade da pintura.

Os canais de comunicação são os atendimentos presenciais, via telefone e redes sociais. A estrutura de custo evidencia a infraestrutura, a mão de obra e gastos

básicos como água, energia e aluguel. A fonte de receita é variável conforme as demandas dos serviços prestados. As parcerias-chaves são oficinas mecânicas e revendedoras de carros. Com isso, o Canva demonstra um panorama com estratégias precisas do empreendimento.

## 6.2 Serviços ofertados

Os serviços ofertados pelo empreendimento são:

**Martelinho de ouro:** Esse é o principal serviço ofertado, pois é o motivo da existência do negócio. É uma técnica altamente eficaz, sendo capaz de restaurar a forma original da lataria, mantendo a pintura intacta e preservando a originalidade do veículo.

**Polimento:** Esse é um processo para restaurar e melhorar a aparência da pintura do veículo, removendo pequenos arranhões, machas e imperfeições superficiais do veículo. Além disso, deixa a pintura lisa, brilhante e com a aparência renovada. Tal serviço será adicionado no portfólio de serviço do negócio.

**Pintura:** A pintura é crucial na aparência do veículo, visto que ela protege e agrega valor ao veículo. Assim, levando isso em consideração, bem como também o fato de que alguns veículos mesmo com serviço do martelinho de ouro também necessitam desse procedimento, será de suma importância adicioná-lo ao nosso portfólio.

## 6.3 Validação da solução

A validação da solução foi a implementação gradativamente dos novos serviços como o polimento e a pintura, a qual foi baseada através de feedback coletados em conversas diretas com os clientes durante atendimentos na oficina. Então, com essas conversas pode-se garantir que a implantação de novos serviços serão bem-vindos ao negócio, de modo que agregará valor tanto para a empresa quanto para os clientes proprietários dos veículos.

## 7. ESTRATÉGIAS DE MARKETING E DISTRIBUIÇÃO

É de suma importância criar uma estratégia de marketing e distribuição eficaz para divulgação, bem como promover os serviços oferecidos pelo negócio. E com isso, abranger um público maior de clientes e aumentar seu potencial competitivo no mercado automotivo. Assim, para isso foram adotadas algumas estratégias que serão mencionadas a seguir:

### 7.1 Canais de Distribuição

**Loja física:** o local físico é principal canal, pois, é a onde os clientes podem levar os seus veículos para realizar uma avaliação direta com o prestador de serviços. Podendo, já após a análise realizar os serviços.

**Lojas e Concessionárias de carros:** estabelecer parcerias com lojas e concessionárias de automóveis para referências e encaminhamentos de clientes em trocas de benefícios mútuos.

**Programas de indicação:** Criar um programa de indicação onde os clientes existentes ganhem desconto por indicarem novos clientes para a empresa.

## 7.2 Canais de Comunicações

**Redes sociais:** Utilizar das redes sociais, como Instagram e Whatsapp que são mais usados pelo público-alvo para promover os serviços da empresa, compartilhar conteúdos importantes acerca dos serviços prestados e interagir com os clientes, bem como criar anúncios pagos para alcançar um público específico.

**Boca a boca:** Esse é um canal tradicional e eficaz de marketing, especialmente, no setor automotivo, pois a confiança é fundamental. À vista disso, esse canal é o que mais traz resultados para o negócio, uma vez que muitos clientes procuramos serviços através de indicação de amigos, familiares, entre outros.

**Eventos e patrocínios:** Participar e patrocinar eventos locais ou regionais pode aumentar a visibilidade da empresa no mercado. Pois, do mesmo modo que a empresa patrocina o evento ela também está sendo divulgada, e com isso, expandindo seu reconhecimento na região.

Diante do exposto, ao integrar uma estratégia com esses canais de comunicação e distribuição, o negócio pode construir uma existência sólida no mercado automotivo. Com isso, destacando-se ainda mais na região, bem como aumentando a fidelização dos seus clientes existentes e atraindo novos clientes.

## 7.3 Alternativas Estratégicas

À medida que o negócio busca se diferenciar no mercado automobilístico, é primordial considerar as estratégias alternativas que possam impulsionar sua expansão e sucesso contínuo. A essência da estratégia está em criar e sustentar vantagens competitivas mais rápidas do que os concorrentes (SANTANA, 2005).

A seguir estão algumas abordagens das estratégias que a empresa pode considerar:

**Estratégia de diversificação:** É uma estratégia com processo sistemático de busca de novas oportunidades de atuação da empresa, partindo daquilo que ela já faz bem no hoje (COSTA 2007). Essa estratégia conceitua 3 modelos de estratégias que são elas: Vertical, Horizontal e Diagonal e aborda 4 focos que são:

Foco 1: fornecimento de serviços ou produtos atuais para clientes ou público- alvo atuais;

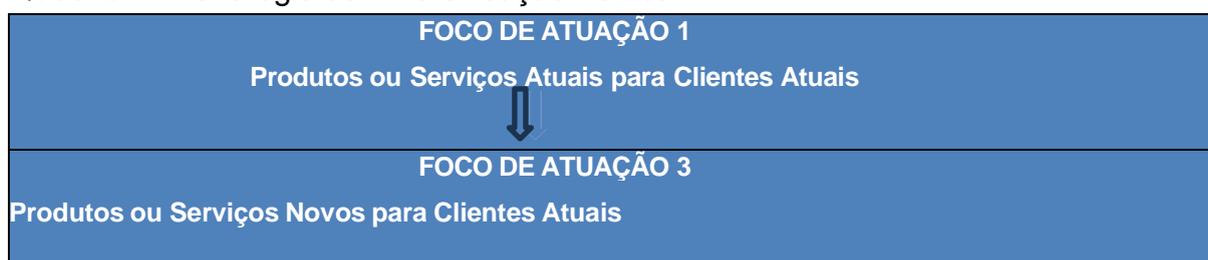
Foco 2: fornecimento de serviços ou produtos atuais para clientes ou público alvo novos;

Foco 3: fornecimento de serviços ou produtos novos para clientes ou público- alvo atuais;

Foco 4: fornecimento de serviços ou produtos novos para clientes ou público- alvo novos;

Portanto, para o empreendimento Tika Martelinho de Ouro será utilizado a estratégia de diversificação vertical e o foco 3 que será de novos serviços para os atuais clientes. Contudo, deixando claro que um foco não exclui os demais. Segue abaixo o Quadro 2 de diversificação vertical:

## Quadro 2 - Estratégia de Diversificação Vertical



**Fonte:** Costa, 2007, p.173.

Essa estratégia tem um alto índice de probabilidade de sucesso, pois oferece serviços ou produtos novos para clientes atuais e fiéis, que já conhecem e confiam na seriedade e qualidade dos nossos serviços.

Uma outra estratégia que será abordada é a estratégia de Mídias Sociais, pois atualmente as pessoas buscam cada vez mais por serviços através das Mídias sociais, o ramo automotivo não é diferente. Diante disso, a empresa pode estabelecer uma presença ativa nas principais plataformas de Mídias sociais como Instagram, Facebook, entre outras, compartilhando diariamente conteúdos relevantes, como fotos de serviços concluídos, atualizações da empresa. Ademais, interagir com os seguidores, respondendo perguntas, comentários de forma direta, rápida e personalizada.

Essas estratégias enfatizam diversos benefícios que a empresa pode obter com as suas implementações no negócio. Com isso, possibilita alcançar novos patamares de sucesso, assim como impulsiona o crescimento e fortalecimento no setor automotivo.

## 8. ESTRUTURA DE RECEITAS

Com base na estratégia de marketing da empresa Tika Martelinho de Ouro, a previsão inicial para o crescimento do negócio acontece de forma gradual com as projeções de vendas e prestações de serviços, conforme a expansão das vendas dos serviços.

A comercialização dos serviços dependerá da política de pagamentos a qual é através de vendas à vista dos serviços de martelinho de ouro, polimento e pintura. Diante disso, é fundamental o controle das receitas para atender as necessidades dos clientes e o planejamento financeiro do empreendimento.

### 8.1 Mecanismo de monetização

O negócio Tika Martelinho de ouro gera receita por meio de três mecanismos de monetização. Como principal está o serviço de martelinho de ouro, e posteriormente o polimento e a pintura. Esses mecanismos oferecem diversificação de mecanismo monetização para a receita do negócio.

### 8.2 Preços dos Serviços Ofertados

Segue abaixo a Tabela 2 informando a descrição do serviço, a quantidade, preço da venda e o valor total. Com um resumo da receita do empreendimento Tika Martelinho de ouro.

**Tabela 2 – Receitas da Tika martelinho de ouro.**

serviço	Quantidade	Preço	Valor Total mensal	porcentagem
<b>Martelinho de ouro</b>	35	300	R\$10.500	<b>60%</b>
<b>Polimento</b>	15	400	R\$6000	<b>20%</b>
<b>Pintura</b>	15	500	R\$7.500	<b>20%</b>
<b>Total</b>			<b>R\$24.000</b>	<b>100%</b>

**Fonte:** Elaborado pelo autor (2024).

As informações descritas acima das projeções das possibilidades de receitas do empreendimento.

### 8.3 Previsão de Vendas

A previsão de vendas para o empreendimento Tika Martelinho de Ouro considera um aumento progressivo no decorrer dos meses, com uma taxa de crescimento anual de 5% no primeiro ano de atuação. As projeções anuais apontam um faturamento total próximo de R\$ 405.886,73 no primeiro ano. Vale ressaltar que essas projeções podem alterar conforme a performance real do negócio e mudanças econômicas do mercado.

## 9. ESTRUTURA DE CUSTOS

### 9.1 Investimento

O Investimento do empreendimento Tika Martelinho de Ouro investirá um valor R\$7.206,00 no que tange aos investimentos fixos, pré-operacionais, estoque inicial e capital de giro.

### 9.2 Equipe Própria

O negócio Tika Martelinho de ouro será composto por 1 colaborador CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas), assim, totalizando uma despesa mensal de R\$ 3.620,50 com encargos sociais e benefícios inclusos.

### 9.3 Remuneração do empreendedor

A remuneração do empreendedor será estimada através do pró-labore com estimativa de R\$ 8.000, 00 mensais com base nos lucros.

**Tabela 3:** Despesas Administrativas mensais

DESPESA	VALOR
<b>Água</b>	<b>R\$ 300,00</b>
<b>Luz</b>	<b>R\$ 150,00</b>
<b>Aluguel</b>	<b>R\$ 50,00</b>
<b>Telefone</b>	<b>R\$ 65,00</b>
<b>Encargos sociais sobre salários</b>	<b>R\$ 820,50</b>

<b>Encargos sobre pró-labore</b>	<b>R\$ 200,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 565,00</b>

**Fonte:** Elaboração do autor (2024).

As despesas mencionadas na tabela acima é suma importância para a gestão financeira, bem como para o planejamento das despesas mensais do negócio.

## 9.4 Impostos

**Tabela 4 - Impostos**

Receita	Percentual	Total
<b>R\$ 405.886,73</b>	<b>5 %</b>	<b>R\$ 2.438,21</b>

**Fonte:** Elaboração do autor (2024).

Conforme a tabela acima o negócio Tika Martelinho de Ouro se enquadra no Simples Nacional, tendo com projeção para sua receita anual de R\$ 405.886,73 assim estando sujeita alíquota de 5% sobre a sua receita. Dessa forma, o valor a ser pago de impostos será de R\$ 2.438,21.

## 10. INDICE DE VIABILIDADE ECONÔMICA

### 10.1 Taxa de Retorno sobre o Investimento

Considerando a fórmula do ROI, tem-se o seguinte cálculo:  $ROI = (Receita\ bruta - Custo\ do\ Investimento) / Custo\ do\ Investimento$  isso significa que o retorno referente ao investimento foi de 55,28 vezes maior que o investimento inicial, como pode ser analisado no anexo 1 deste projeto.

### 10.2 Payback

Conforme a DRE, apresentou-se a seguinte conclusão financeira: o negócio Tika Martelinho de Ouro manifesta uma lucratividade anual de 11.57% e uma rentabilidade anual de 651.50 % Dessa forma, esses números implicam que o negócio Tika Martelinho de Ouro é viável, bem como o investimento. Além disso, o Payback acontecerá em 4 meses, isso demonstra que o empreendimento é atrativo. As projeções de vendas dos serviços demonstram a média de aquisição dos serviços pelos clientes do empreendimento Tika Martelinho de Ouro.

## 11 CONCLUSÃO

O empreendimento Tika Martelinho de Ouro está localizado na cidade de Campina Grande na Paraíba no mercado automobilístico o qual é especialista em reparos automotivo com a técnica de martelinho de ouro. Assim, com o plano de negócio observou-se a possibilidade da expansão de receita do negócio com a implementação de novos serviços no empreendimento como a pintura e o polimento. Dessa forma, o negócio estará expandindo a sua receita, diversificando os serviços prestados, além de atender mais de uma necessidade dos clientes.

A proposta de diversificar os serviços acarretará diversos benefícios para o empreendimento, visto que aumentará a renda do negócio e a satisfação do cliente. O empreendimento se destaca pela experiência do profissional do empreendedor e

pela qualidade e excelências dos serviços prestados. Além disso, o negócio conta com diversas parcerias no mercado o que faz com que tenha visibilidade no mercado local automobilístico.

Como demonstra no PNBOX (Anexo 1) detalha a probabilidade da financeira rentável e sólida. A projeção anual para receita do empreendimento é de R\$ 405.886,73, isso significa que negócio terá uma administração excelente dos seus custos variáveis, o qual ocasiona uma margem de contribuição relevante com resultado de R\$ 277.435,35. Assim, essa margem consente liquidar os custos fixos de R\$ 230.488,11, ou seja, gera um resultado positivo de R\$46.947,00. A sua lucratividade anual é de 11.57%, apontando uma rentabilidade estável e uma estratégia financeira eficaz do negócio. Ademais, o payback de 4 meses demonstra o reembolso rápido do investimento inicial. Já a rentabilidade anual do negócio é de 651,50%, isso representa atratividade do negócio no segmento automobilístico. Portanto, esses indicadores financeiros fundamentam a possibilidade de crescimento do empreendimento Tika Martelinho de Ouro na região.

Portanto, o empreendimento Tika Martelinho de Ouro disponibiliza um diferencial competitivo exclusivo e almeja atender além das expectativas dos seus clientes a contribuição com a economia local da região. Sendo assim, o empreendimento possui um potencial significativo para alcançar o sucesso e se consolidar no mercado automotivo, tornando-se referência no setor de reparo automobilístico na cidade de Campina Grande Paraíba.

## REFERÊNCIAS

- A UNIÃO. **Frota de Veículos cresce 335% na Paraíba**. Disponível em: [https://auniaio.pb.gov.br/noticias/caderno\\_paraiba/frota-de-veiculos-cresce-355-na-pb](https://auniaio.pb.gov.br/noticias/caderno_paraiba/frota-de-veiculos-cresce-355-na-pb). Acesso em: 21 abr. 2024.
- A UNIÃO. **Frota de Veículos cresce 335% na Paraíba**. Disponível em: [https://auniaio.pb.gov.br/noticias/caderno\\_paraiba/frota-de-veiculos-cresce-355-na-pb](https://auniaio.pb.gov.br/noticias/caderno_paraiba/frota-de-veiculos-cresce-355-na-pb). Acesso em: 21 abr. 2024.
- BACHER, T. **Questioning the diversification of tourist products: two examples of achievement in the mid-French mountains**. European Turism Management. Bournemouth University. Université de Savoie, 2005.
- CARAVELA. **Campina Grande - PB**. Disponível em: <https://www.caravela.info/regional/campina-grande---pb>. Acesso em: 20 abr. 2024.
- COSTA, Eliezer. **Gestão estratégica: da empresa que temos para empresa que queremos**. 2. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2007.
- ECONODATA. **Ranking das 100 maiores empresas por faturamento na Paraíba por faturamento**. Disponível em: <https://www.econodata.com.br/maioresempresas/pb/industria>. Acesso em: 20 abr. 2024.
- DA CRUZ, B. C.; SILVA, R. V. O. **Plano de negócios e planejamento: sua importância para o empreendimento**. Encontro Científico e Simpósio de Educação Unisalesiano, São Paulo, v. 5, p. 1-12, 2015.
- ESTADÃO. **Anfavea prevê aumento de 140% da frota**. Disponível em:

<https://jornaldocarro.estadao.com.br/carros/anfavea-preve-aumento-de-140-da-frota/>. Acesso em: 21 abr. 2024.

GOOGLE MAPS. **Martelinho de Ouro em Campina Grande - PB**. Disponível em: <https://www.google.com.br/maps/search/MARTELINHO+DE+OURO+EM+CAMOINA+GRANDE/@-7.2350883,-35.8875136,14z/data=!3m1!4b1?entry=ttu>. Acesso em: 11 abr. 2024.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Campina Grande, Paraíba. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/campina-grande/panorama>. Acesso em: 20 abr. 2024.

KOTLER, Philip. **Princípios de marketing**. 18. ed. Porto Alegre: Editora Bookman, 2023.

RGOLDEN. **Promissor e lucrativo, Martelinho de Ouro tende a crescer cada vez mais**. Disponível em: <https://www.rgolden.com.br/martelinho-de-ouro-vai-morrer-um-dia/#:~:text=No%20consolidado%2C%20o%20setor%20cresceu,sem%20abrir%20m%C3%A3o%20do%20conforto>. Acesso em: 20 abr. 2024.

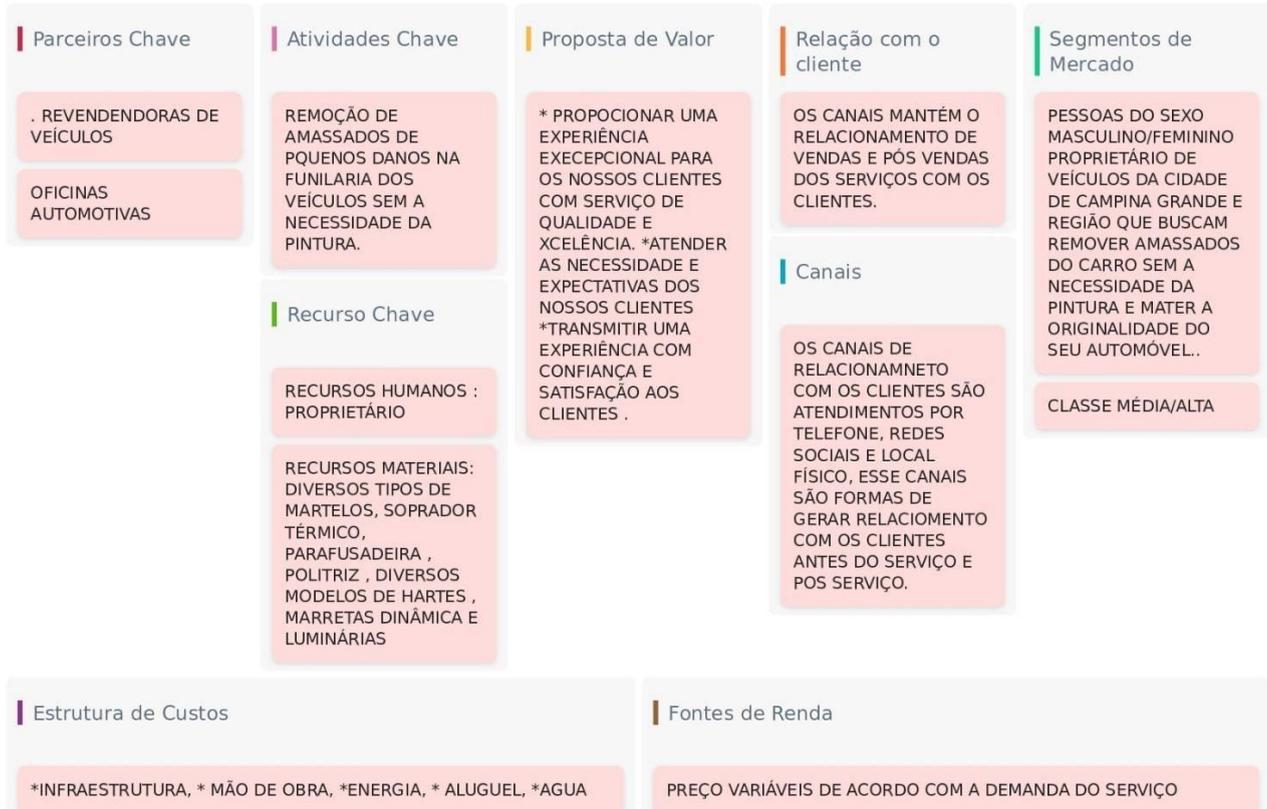
SANTANA, V. L. **Gestão estratégica e business intelligence**. 2005. Disponível em: <http://www.pelissari.com.br/>. Acesso em: 26 abr. 2024.

SCHOLES, Kevan; JOHNSON, Gerry; WHITTINGTON, Richard. **Exploring corporate strategy**. 6.ed. New York: Financial Times Prentice Hall, 2002.

SEBRAE. **Análise de concorrência**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/analise-da-concorrenca,456836627a963410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 21 abr. 2024.

## ANEXO A - CANVAS

## TIKA MARTELINHO DE OURO



# TIKA MARTELINHO DE OURO

Criar um novo negócio

## Finanças

---

### Investimento fixo

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
luminária	1	160,00	160,00	10.99
marreta dinâmica	1	140,00	140,00	9.62
martelinho	3	130,00	390,00	26.79
parafusadeira	1	188,00	188,00	12.91
politriz	1	300,00	300,00	20.60
repuxadeira	1	136,00	136,00	9.34
soprador	1	107,00	107,00	7.35
ventosa	1	35,00	35,00	2.40
<b>Total</b>			<b>1.456,00</b>	<b>100.00</b>

# TIKA MARTELINHO DE OURO

Criar um novo negócio

## Finanças

---

### Investimento pré-operacional

Descrição	Valor total (R\$)	%
Criação e registro da marca	500,00	20.41
Gastos de legalização	300,00	12.24
Marketing para inauguração	500,00	20.41
Reformas e obras	800,00	32.65
Taxas e licenças	200,00	8.16
Uniformes e crachás	150,00	6.12
<b>Total</b>	<b>2.450,00</b>	<b>100.00</b>

# TIKA MARTELINHO DE OURO

Criar um novo negócio

## Finanças

---

### Estoque Inicial

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
algodão para polimento	2	10,00	20,00	0.61
cera para polimento	1	72,00	72,00	2.18
estopa para polir	3	18,00	54,00	1.64
fitas crepes	3	6,00	18,00	0.55
Lixa de Polimento	3	13,00	39,00	1.18
massa para polir	1	40,00	40,00	1.21
Pano Micro Fibra	4	6,00	24,00	0.73
Pistola	3	750,00	2.250,00	68.18
politriz	1	500,00	500,00	15.15
primer	1	40,00	40,00	1.21
solvente	1	33,00	33,00	1.00
tintas	2	60,00	120,00	3.64
veniz	2	45,00	90,00	2.73
<b>Total</b>			<b>3.300,00</b>	<b>100.00</b>

# TIKA MARTELINHO DE OURO

Criar um novo negócio

## Finanças

---

### Capital de Giro

#### Prazos Médios de Recebimento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
À vista	0	100.00
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>100.00</b>

#### Prazos Médios de Pagamento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
30 dias	30	100.00
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100.00</b>

### Resultados

<b>Ciclo Financeiro</b>	<b>0 dia</b>
Prazo Médio de Estoque	30 dias
Prazo Médio de Recebimento	0 dia
Prazo Médio de Pagamento	30 dias

<b>Giro de Caixa Anual</b>	<b>0.00 dia</b>
----------------------------	-----------------

<b>Necessidade de Capital de Giro</b>	<b>R\$ 0,00</b>
---------------------------------------	-----------------

Desembolso Anual	R\$ 358.939,49
------------------	----------------

Reserva Financeira	R\$ 15.000,00
--------------------	---------------

# TIKA MARTELINHO DE OURO

Criar um novo negócio

## Finanças

---

### Investimento Total

#### Aplicação de Recursos

#### Fontes de Recursos

Descrição	Valor (R\$)	%
Francisco	7.206,00	100.00 %
<b>Total</b>	<b>7.206,00</b>	<b>100.00</b>

#### Total dos investimentos

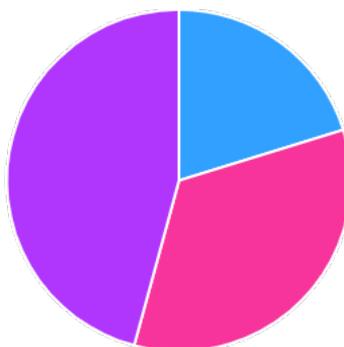
Descrição	Valor (R\$)	%
Investimentos fixos	1.456,00	20.20
Investimentos pré-operacionais	2.450,00	34.00
Estoque inicial	3.300,00	45.80
Capital de giro	0,00	0.00
<b>Total</b>	<b>7.206,00</b>	<b>100.00</b>

#### Total das fontes de recursos

Descrição	Valor (R\$)	%
Fontes de recurso próprio	7.206,00	100.00
Fontes de recurso de terceiros	0,00	0.00
<b>Total</b>	<b>7.206,00</b>	<b>100.00</b>

## Gráficos

### Aplicação de Recursos

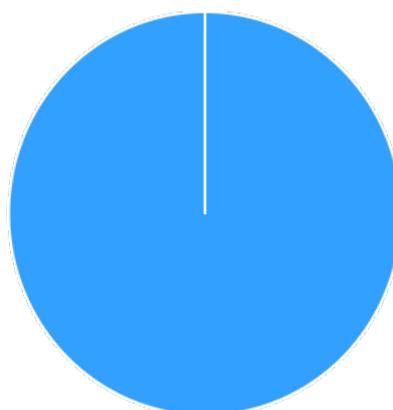


Investimentos Fixos: R\$ 1.456,00

Investimentos Pré-operacionais: R\$ 2.450,00 Estoque Inicial: R\$ 3.300,00

Capital de Giro: -

### Fontes de Recursos



Fontes de recurso próprio: R\$ 7.206,00

Fontes de recurso de terceiros: R\$ 0,00

# TIKA MARTELINHO DE OURO

Criar um novo negócio

Finanças

---

## Produtos e Serviços

Descrição	Categoria	Preço de Venda (R\$)
martelinho de ouro	Serviço	300,00
pintura	Serviço	500,00
polimento	Serviço	400,00

# TIKA MARTELINHO DE OURO

Criar um novo negócio

## Finanças

---

### Receita

Descrição	Categoria	Quant.	Preço de venda (R\$)	Valor total	%
martelinho de ouro	Serviço	40	300,00	12.000,00	47.06
pintura	Serviço	15	500,00	7.500,00	29.41
polimento	Serviço	15	400,00	6.000,00	23.53
<b>Total</b>			-	<b>25.500,00</b>	<b>100.00</b>

### Projeção da Receita

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

#### Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 5%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	25.500,00
Mês 2	26.775,00
Mês 3	28.113,75
Mês 4	29.519,438
Mês 5	30.995,409
Mês 6	32.545,18
Mês 7	34.172,439
Mês 8	35.881,061
Mês 9	37.675,114
Mês 10	39.558,87
Mês 11	41.536,813
Mês 12	43.613,654

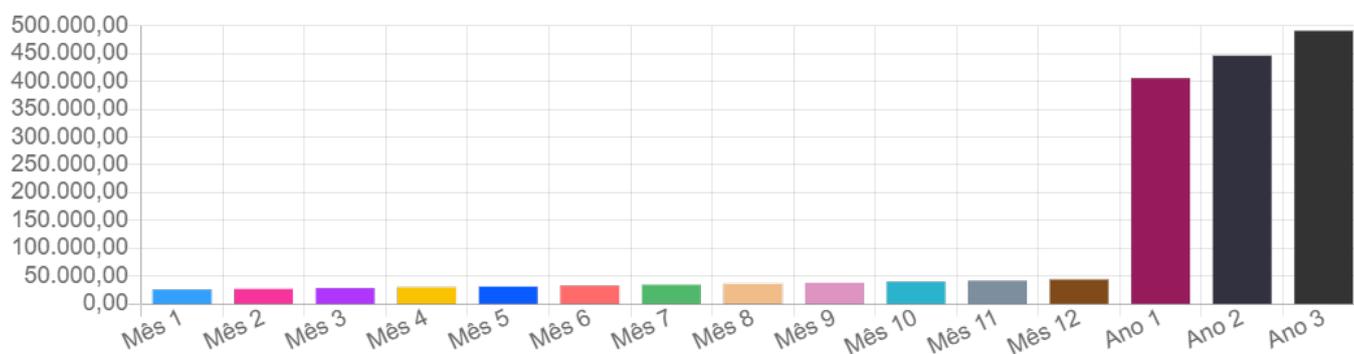
## Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 10%

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	405.886,727

## Gráficos

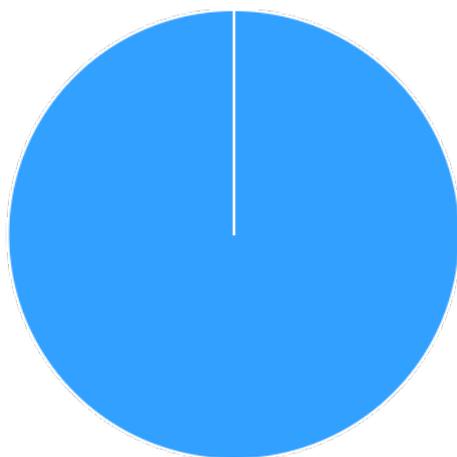
### Evolução da receita



### Top 5 Geração de receita: Produtos e Serviços



## Receita de acordo com parcelamento



■ À vista: R\$ 25.500,00

# TIKA MARTELINHO DE OURO

Criar um novo negócio

## Finanças

### Custos dos Produtos e Serviços

#### Serviços

martelinho de ouro					Preço de venda: R\$ 300,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
massa de polir	1	litros	40,00	75.47	R\$40.00	
lixa	1	metros	13,00	24.53	R\$13.00	
<b>Total</b>				<b>100</b>	<b>53,00</b>	

pintura					Preço de venda: R\$ 500,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
veniz	1	litros	45,00	25.28	R\$45.00	
tinta	1	litros	60,00	33.71	R\$60.00	
solvente	1	litros	33,00	18.54	R\$33.00	
primer	1	litros	40,00	22.47	R\$40.00	
<b>Total</b>				<b>100</b>	<b>178,00</b>	

polimento					Preço de venda: R\$ 400,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
massa de polir	1	litros	40,00	31.01	R\$40.00	
lixa	1	metros	13,00	10.08	R\$13.00	
cera	1	litros	72,00	55.81	R\$72.00	
fita	1	metros	4,00	3.10	R\$4.00	
<b>Total</b>				<b>100</b>	<b>129,00</b>	

# TIKA MARTELINHO DE OURO

Criar um novo negócio

## Finanças

---

### Custos Variáveis

Descrição	Receita (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)
Taxas de cartões	25.500,00	10.00	2.550,00
<b>Total</b>			<b>2.550,00</b>

### Projeção dos Custos Variáveis

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

#### Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 5%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	3.000,00
Mês 2	3.150,00
Mês 3	3.307,50
Mês 4	3.472,875
Mês 5	3.646,519
Mês 6	3.828,845
Mês 7	4.020,287
Mês 8	4.221,301
Mês 9	4.432,366
Mês 10	4.653,985
Mês 11	4.886,684
Mês 12	5.131,018

#### Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 10%

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	47.751,379

# TIKA MARTELINHO DE OURO

Criar um novo negócio

## Finanças

---

### Depreciação

Descrição	Vida útil	Val. residual (R\$)	Val. total (R\$)	Depreciação anual (R\$)	Depreciação mensal (R\$)
luminária	5 anos	32,00	160,00	25,60	2,133
marreta dinâmica	5 anos	28,00	140,00	22,40	1,867
martelinho	5 anos	78,00	390,00	62,40	5,20
parafusadeira	5 anos	37,60	188,00	30,08	2,507
politriz	5 anos	60,00	300,00	48,00	4,00
repuxadeira	5 anos	27,20	136,00	21,76	1,813
soprador	5 anos	21,40	107,00	17,12	1,427
ventosa	5 anos	7,00	35,00	5,60	0,467
<b>Total</b>				<b>232,96</b>	<b>19,413</b>

# TIKA MARTELINHO DE OURO

Criar um novo negócio

Finanças

---

## Custos com Pessoal

Cargo	Nº Empregados	Salário Mensal (R\$)	Custo com Salários (R\$)	Encargo Social (%)	Custo com Encargos (R\$)	Benefícios (R\$)	Custo Total (R\$)
Martelinho de ouro	1	8.000,00	8.000,00			200,00	8.200,00
pintor	1	2.500,00	2.500,00	32,82	820,50	300,00	3.620,50
<b>Total</b>							<b>11.820,50</b>

# TIKA MARTELINHO DE OURO

Criar um novo negócio

## Finanças

### Custos Fixos

Descrição	Valor total	Porcentagem
Água	300,00	2.07
Aluguéis, condomínio e IPTU	1.000,00	6.91
Contribuição MEI (Microempreendedor Individual)	75,60	0.52
Depreciação	19,41	0.13
Encargos sociais sobre salários	820,50	5.67
Luz	150,00	1.04
Marketing e propaganda	1.000,00	6.91
Materiais de limpeza	50,00	0.34
Salários e Benefícios	11.000,00	75.96
Telefone e internet	65,00	0.45
<b>Total</b>	<b>14.480,51</b>	<b>100.00</b>

### Projeção dos Custos Fixos

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 5%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	14.480,51
Mês 2	15.204,536
Mês 3	15.964,762
Mês 4	16.763,00

Descrição	Valor (R\$)
Mês 5	17.601,15
Mês 6	18.481,208
Mês 7	19.405,268
Mês 8	20.375,532
Mês 9	21.394,308
Mês 10	22.464,024
Mês 11	23.587,225
Mês 12	24.766,586

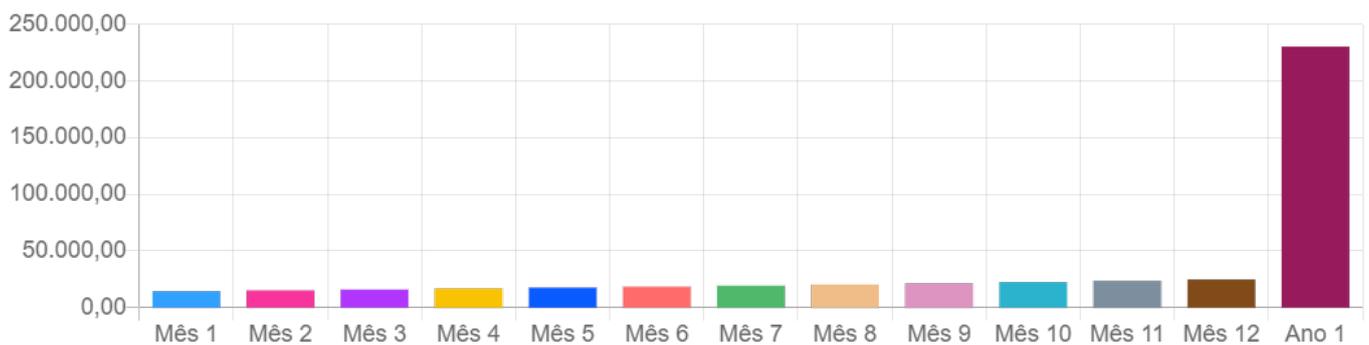
### Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 10%

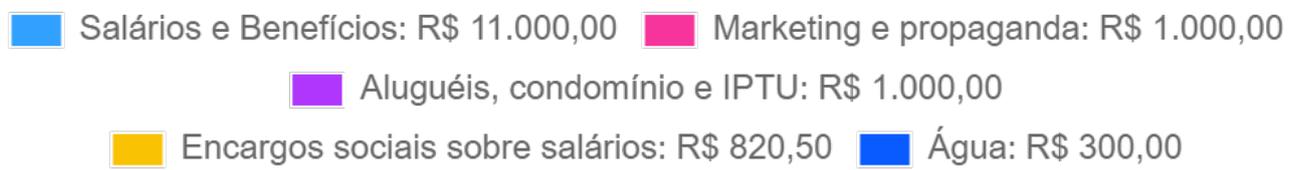
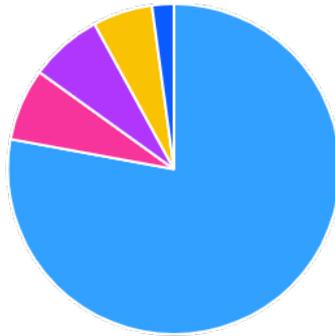
Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	230.488,109

### Gráficos

#### Evolução dos Custos Fixos



## Top 5 Custos Fixos



# TIKA MARTELINHO DE OURO

Criar um novo negócio

## Finanças

---

### Custo dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos

Descrição	Custo un. (R\$)	Quant.	Custo total (R\$)	%
martelinho de ouro	53,00	40	2.120,00	31.52
pintura	178,00	15	2.670,00	39.70
polimento	129,00	15	1.935,00	28.77
<b>Total</b>			<b>6.725,00</b>	<b>100.00</b>

### Projeção do Custo de Mercadoria Vendida

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

#### Totais mensais

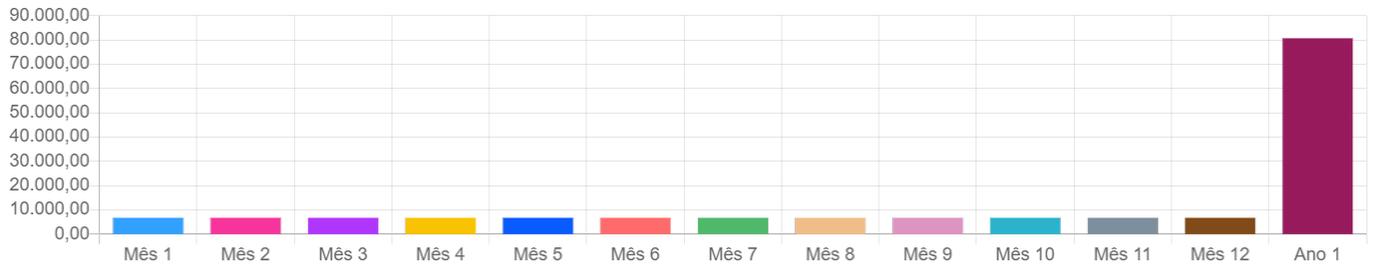
Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	6.725,00
Mês 2	6.725,00
Mês 3	6.725,00
Mês 4	6.725,00
Mês 5	6.725,00
Mês 6	6.725,00
Mês 7	6.725,00
Mês 8	6.725,00
Mês 9	6.725,00
Mês 10	6.725,00
Mês 11	6.725,00
Mês 12	6.725,00

## Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	80.700,00

## Gráfico

### Evolução dos Custos dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos



# TIKA MARTELINHO DE OURO

Criar um novo negócio

## Finanças

---

### DRE

#### 1. Receita Total

Descrição	Valor (R\$)	%
Vendas à Vista	25.500,00	100.00
Vendas à Prazo	0,00	0.00
<b>Total</b>	<b>25.500,00</b>	<b>100.00</b>

#### 2. Custos Variáveis Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
CPV - Custos dos Produtos de Vendidos	0,00	0.00
CMV - Custos das Mercadorias Vendidas	0,00	0.00
CSV - Custos dos Serviços Vendidos	6.725,00	26.37
Taxas de cartões	2.550,00	10.00
<b>Total</b>	<b>9.275,00</b>	<b>36.37</b>

#### 3. Margem de Contribuição

	Valor (R\$)	%
<b>Total</b>	<b>16.225,00</b>	<b>63.63</b>

#### 4. Custos Fixos Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
Salários e Benefícios	11.000,00	43.14
Encargos sociais sobre salários	820,50	3.22
Aluguéis, condomínio e IPTU	1.000,00	3.92
Água	300,00	1.18
Luz	150,00	0.59
Telefone e internet	65,00	0.26
Depreciação	19,41	0.08
Contribuição MEI (Microempreendedor Individual)	75,60	0.30
Marketing e propaganda	1.000,00	3.92
Materiais de limpeza	50,00	0.20
<b>Total</b>	<b>14.480,51</b>	<b>56.79</b>

#### 5. Resultado Operacional

	Valor (R\$)	%
<b>Total</b>	<b>1.744,49</b>	<b>6.84</b>

#### Projeção da DRE

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

#### Totais mensais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	1.744,49
Mês 2	1.695,465
Mês 3	2.116,488
Mês 4	2.558,562
Mês 5	3.022,74
Mês 6	3.510,127
Mês 7	4.021,884
Mês 8	4.559,228
Mês 9	5.123,439
Mês 10	5.715,861

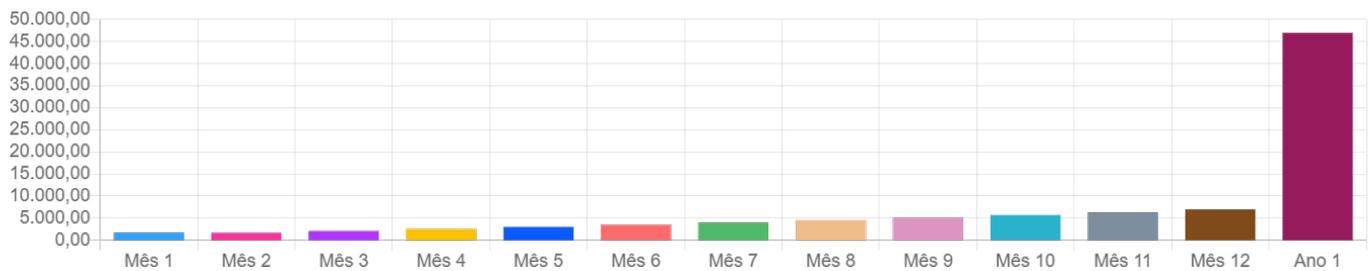
Descrição	Valor (R\$)
Mês 11	6.337,904
Mês 12	6.991,05

### Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	46.947,238

### Gráficos

#### Evolução dos Custos dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos



# TIKA MARTELINHO DE OURO

Criar um novo negócio

## Finanças

---

### Indicadores Financeiros

#### Resumo Financeiro

Descrição	
Receita Anual	R\$ 405.886,73
Custos Variáveis	-R\$ 128.451,38
Margem de Contribuição	R\$ 277.435,35
Custos Fixos	-R\$ 230.488,11
Resultado	R\$ 46.947,00
Lucratividade Anual	11,57 %

#### Outros Indicadores

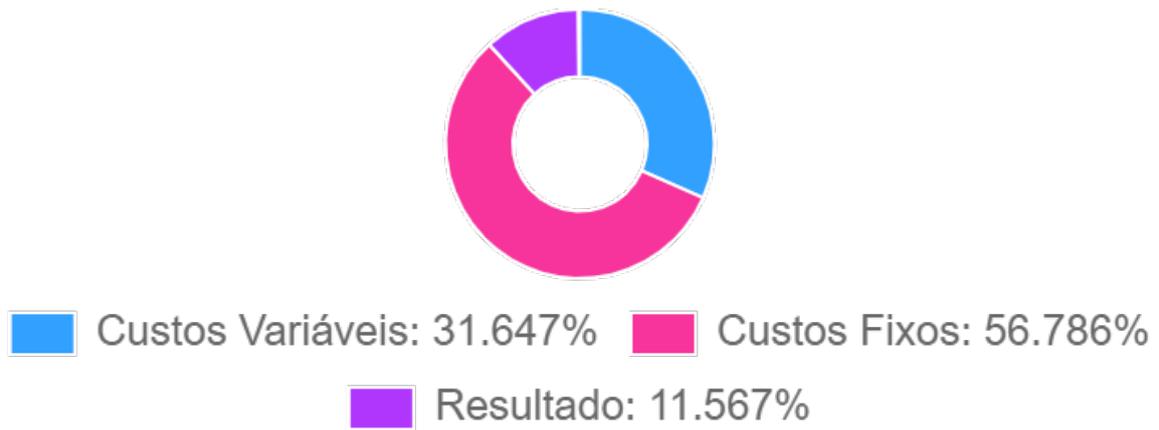
Descrição	
Payback Simples	4 meses
Rentabilidade Anual	651,50 %

#### Pontos de Equilíbrio

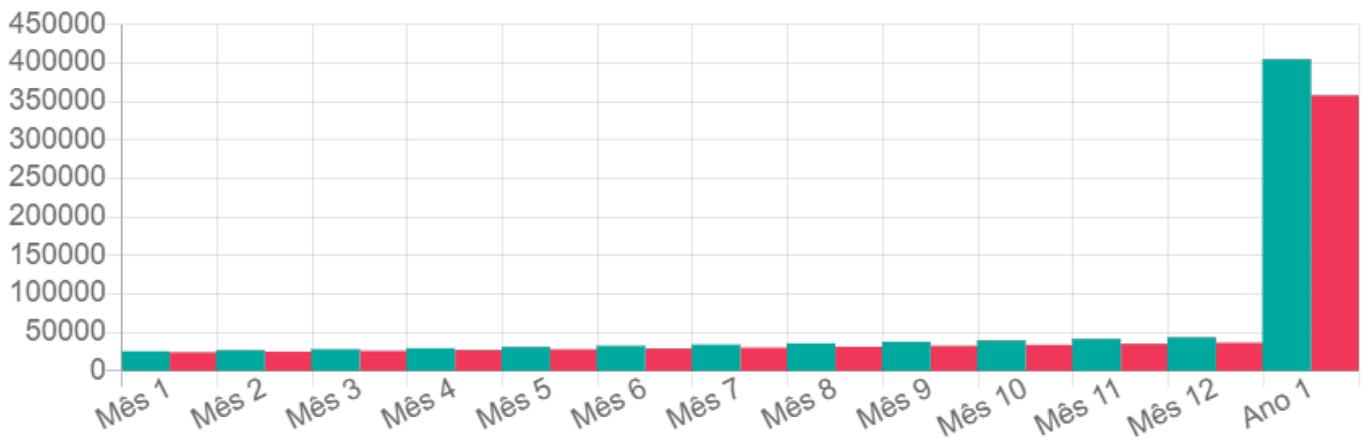
Lucro Desejado: R\$ 300.000,00

Descrição	
PE Contabil	R\$ 337.217,43
PE Financeiro	R\$ 336.876,59
PE Econômico	R\$ 776.134,76

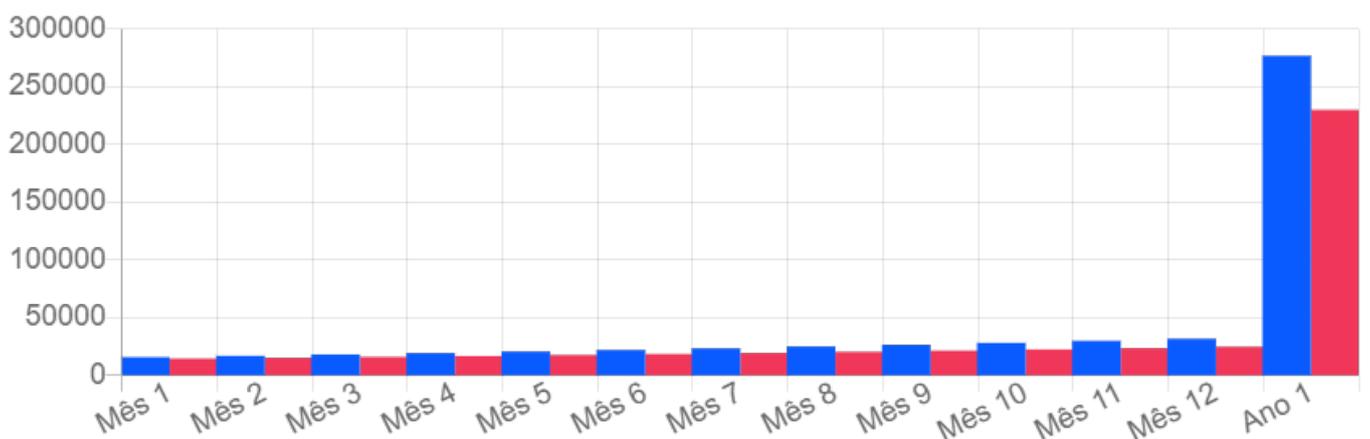
Indicador de Lucratividade



Receitas x Custos



Margem de Contribuição x Custos Fixos



# TIKA MARTELINHO DE OURO

Criar um novo negócio

## Finanças

### Simulador de Resultados

#### Percentuais Aplicados

##### Cenário Otimista

Receita maior em: 20%

Custo menor em: 20%

Investimento menor em: 20%

##### Cenário Pessimista

Receita menor em: 20%

Custo maior em: 20%

Investimento maior em: 20%

#### Resumo

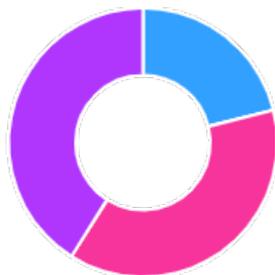
Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Receita Anual	R\$ 405.886,73	R\$ 487.064,08	R\$ 324.709,38
Custos Variáveis	-R\$ 128.451,38	-R\$ 102.761,10	-R\$ 154.141,66
Margem de Contribuição	R\$ 277.435,35	R\$ 384.302,97	R\$ 170.567,73
Custos Fixos	-R\$ 230.488,11	-R\$ 184.390,49	-R\$ 276.585,73
Resultado	R\$ 46.947,00	R\$ 199.912,48	-R\$ 106.018,00

#### Indicadores Financeiros

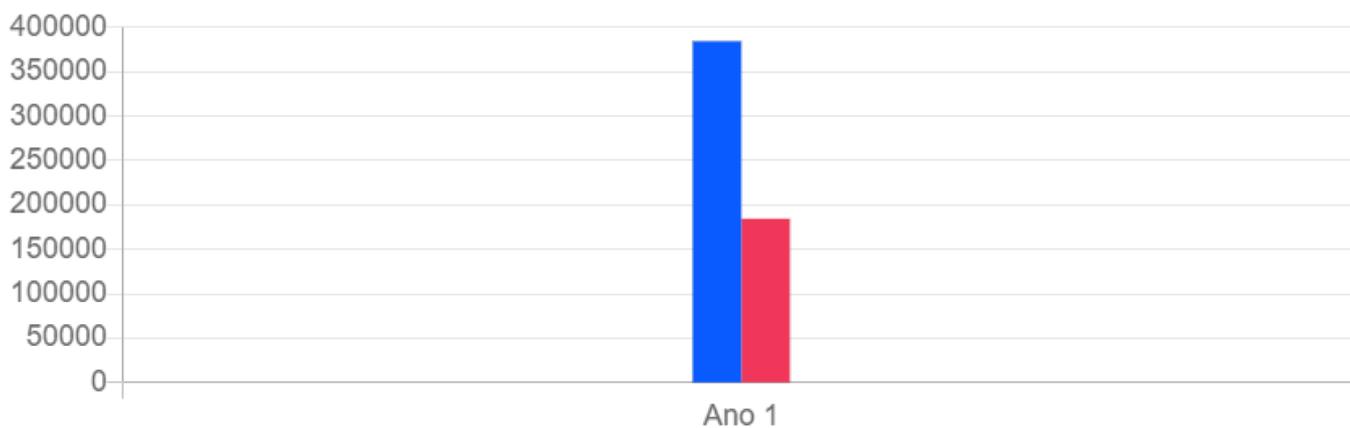
Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Lucratividade Anual	11.57 %	41.04 %	Não se aplica
Payback Simples	4 meses	2 meses	Não se aplica
Rentabilidade Anual	651.50 %	3467.81 %	-1226.04 %
PE Contábil	R\$ 337.217,43	R\$ 233.695,58	R\$ 526.539,12
PE Financeiro	R\$ 336.876,59	R\$ 233.400,33	R\$ 526.095,63
PE Econômico	R\$ 776.134,76	R\$ 613.914,08	R\$ 1.097.652,21

## Gráficos Cenário Otimista

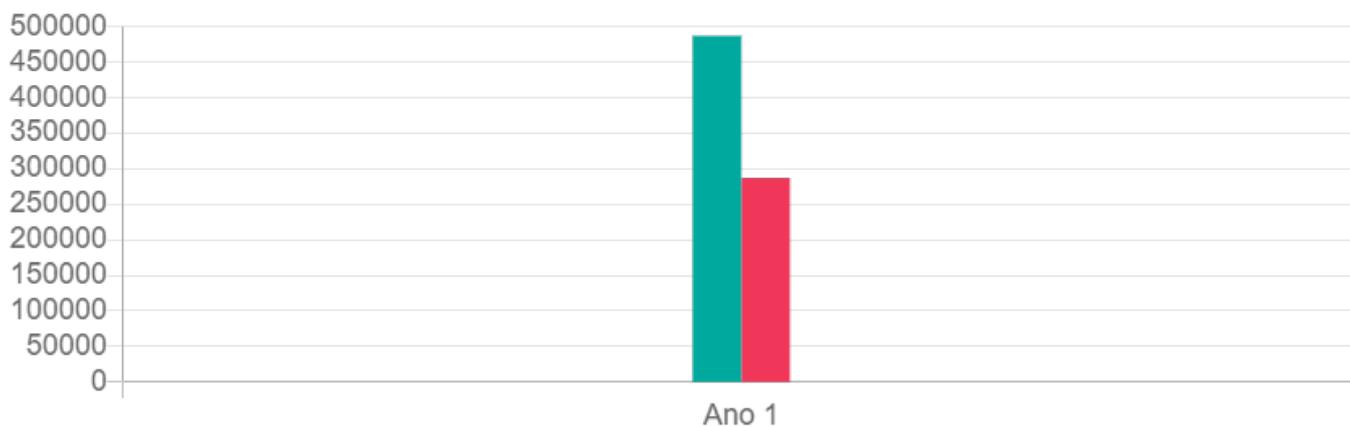
### Avaliação das Pontuações



### Margem de Contribuição x Custos Fixos

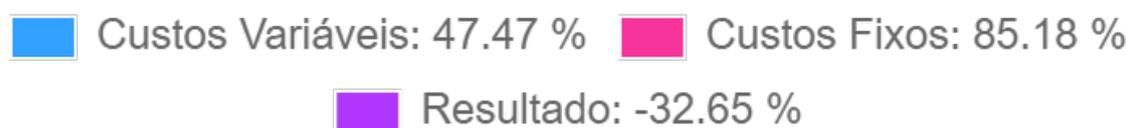
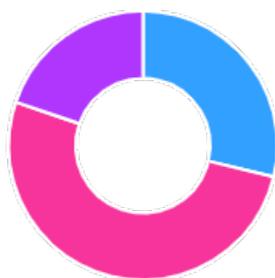


### Receitas x Custos

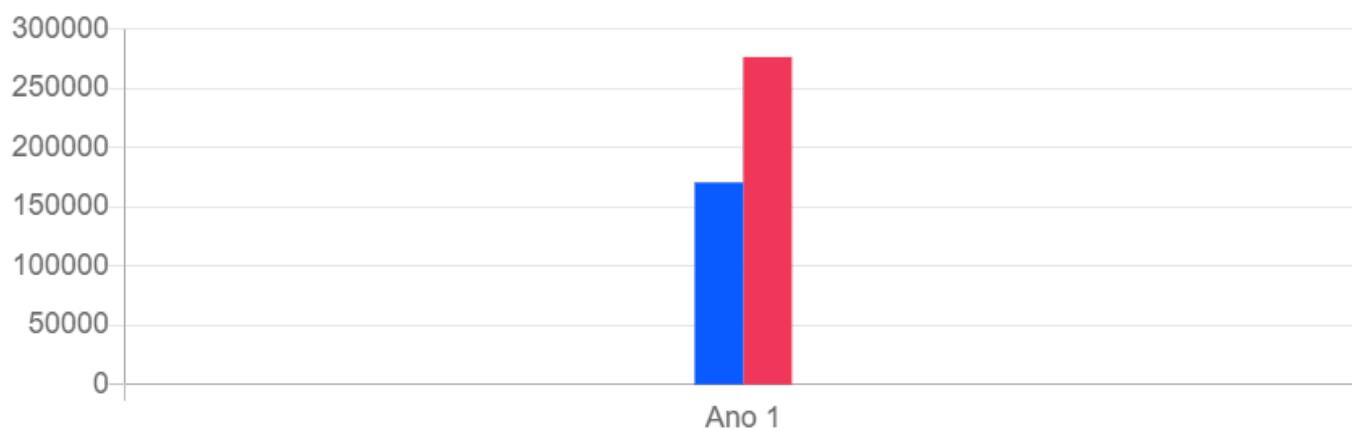


## Gráficos Cenário Pessimista

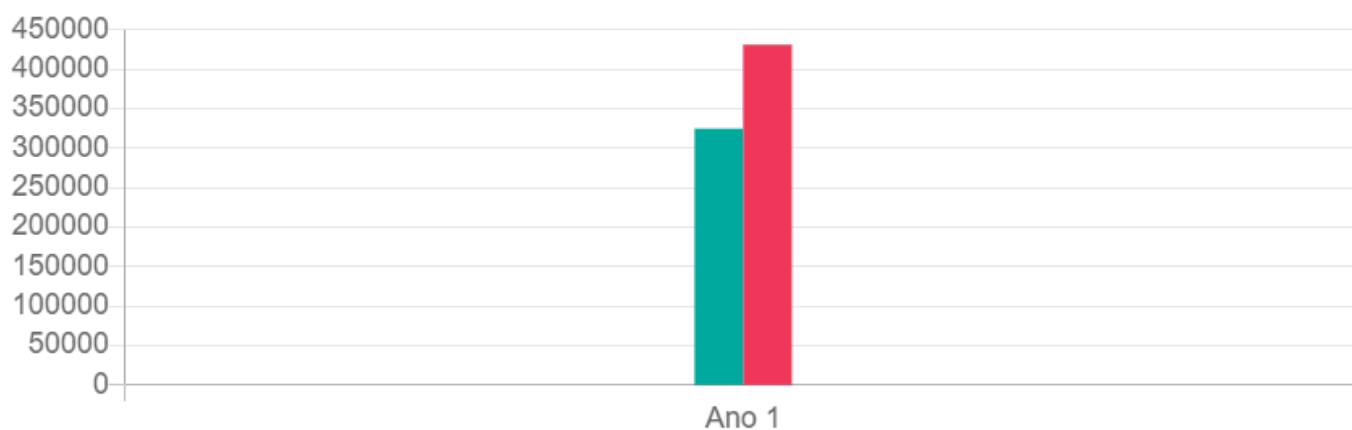
### Avaliação das Pontuações



### Margem de Contribuição x Custos Fixos



### Receitas x Custos



## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus por me conceder o dom da vida, pelas bênçãos até aqui alcançadas, por iluminar e guiar sempre os meus passos, por me dáfé e a força necessária para lutar e enfrentar todos os obstáculos sem nunca desistir dos meus sonhos. Aos meus pais (in memoriam) a quem devo a minha vida, os quais se tornaram meus anjos protetores, e continuam a me guiar pelos melhores caminhos, sei que onde estiverem estarão felizes diante das minhas conquistas.

Agradeço profundamente ao meu esposo Francisco, por seu apoio incondicional, paciência e encorajamento ao longo desta jornada acadêmica. Sua presença constante, compreensão e palavras de incentivo foram fundamentais para que eu pudesse superar os desafios e alcançar o meu sonho. Este trabalho é tão seu quanto meu, obrigada por acreditar em mim sempre. Aos meus irmãos, Isaias Pereira de Araújo, Josivânia Pereira de Araújo, Enoque Pereira de Araújo, Elias Pereira de Araújo e André Pereira de Araújo por torcerem pelas minhas conquistas. Em especial a minha irmã Maria pereira de Araujo por toda sua ajuda nesse trabalho e todo seu companheirismo e apoio na minha vida.

Ao meu supervisor de estágio weber Júlio, por seu apoio, orientações e valiosos ensinamentos durante o período de estágio os quais foram fundamentais para o meu crescimento profissional. Agradeço também pela oportunidade e confiança depositada durante toda a jornada. Ao meu orientador Roberto Ranieri por sua orientação, apoio, paciência, disponibilidade e suas valiosas sugestões que foram essenciais para a conclusão desse trabalho e para minha formação acadêmica. Agradeço por compartilhar seus conhecimentos e o seu comprometimento ao longo desse período de conclusão do curso. Aos meus colegas de curso Eduarda, Rafaella, Estephanny e Thiago por todo companheirismo compartilhado durante a jornada acadêmica. A minha amiga Sabrina por suas palavras de motivação.

A UEPB e todos os professores que contribuíram para minha formação ao longo da graduação. Cada professor teve um papel fundamental no meu desenvolvimento acadêmico e profissional, compartilhando seu conhecimento, experiência e sabedoria. Todos foram de extrema importância para que eu pudesse concretizar esse sonho.