



ESTUDO DE VIABILIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO DE UMA OFICINA MECÂNICA DE PORTA FECHADA COM SISTEMA LEVA E TRAZ

IMPLEMENTATION FEASIBILITY ANALYSIS OF A “CLOSED DOOR” AUTO REPAIR SHOP WITH TAKE AND BRING SERVICE

Alexandre R.¹
Felipe S.²
Gabriel Gaida³
Milton Rocha⁴
Maurício Gayubas⁵

RESUMO

Em razão do número de veículos no Brasil é percebido a importância do automóvel na vida do trabalhador brasileiro. Segundo o Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação (IBPT, 2018) a frota no país aumentou em 9% no país em comparação aos primeiros trimestres dos anos de 2018 e 2019. A cidade de São Paulo concentra 28,76% da frota nacional de veículos circulantes, o que torna a cidade com maior densidade de automóveis no país. Para absorver essa demanda de crescimento, o prestador de serviços automotivos deve estar atento a que tipo de consumidor e a qual seguimento de mercado ele irá atuar, visto que o mercado está cada vez mais exigente em relação a preços, prazos, qualidade no atendimento e eficiência nos processos (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017). O mercado de trabalho propõe às pessoas um cotidiano cada vez mais atarefado e escasso de tempo, fazendo com que o trabalhador deixe para segundo plano tarefas importantes do dia a dia como, por exemplo, efetuar a manutenção preventiva de seu veículo. A partir disso o presente trabalho propõe um estudo de viabilidade de implementação de uma oficina de porta fechada com sistema leva e traz, buscando entender o que a sociedade contemporânea exige dos prestadores de serviços e viabilizando atender essa parcela do mercado de pessoas que não dispõe de tempo em sua rotina e estão em busca de praticidade. Inicialmente foi realizada uma pesquisa de mercado através de um questionário a fim de se obter respostas para identificar o público alvo da oficina proposta. Em seguida foram identificadas as preferências deste público e realizada uma pesquisa quantitativa buscando definir em quais bairros esse público se concentra na cidade de São Paulo. A partir destes dados foi determinada a demanda inicial da oficina proposta e estabelecido a estrutura adequada para atendê-la.

¹ Graduando do SENAI “Conde José Vicente de Azevedo”. E-mail: alexandremecanic@gmail.com

² Graduando do SENAI “Conde José Vicente de Azevedo”. E-mail: felipeschiavinato@gmail.com

³ Graduando do SENAI “Conde José Vicente de Azevedo”. E-mail: gabriel.gaida@yahoo.com.br

⁴ Graduando do SENAI “Conde José Vicente de Azevedo”. E-mail: miltonmec2@gmail.com

⁵ Professor no SENAI “Conde José Vicente de Azevedo”. E-mail: mauricio.gayubas@sp.senai.br



Com o agrupamento de todos os dados foi realizado um plano financeiro e calculado o período de *payback*, que se dá em 17 meses, e a Taxa Interna de Retorno (TIR), de 160% em 3 anos, mostrando que o empreendimento é viável.

Palavras-chave: Automóvel. Manutenção. Viabilidade. Cotidiano. Oficina.

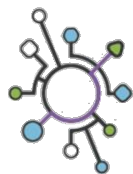
ABSTRACT

Due to the number of vehicles in Brazil it is perceived the importance of the automobile in the life of the Brazilian citizen. According to the Brazilian Institute of Planning and Taxation (IBPT, 2018) the country's fleet increased by 9% compared to the first quarters of 2018 and 2019. The city of São Paulo concentrates 28.76% of the total national vehicle fleet circulating, which makes it the most densely populated city in the country. In order to absorb this growth demand, the service provider must be aware of what type of consumer and which market segment he will act on, as the market is increasingly demanding regarding prices, terms, quality of service and efficiency in the processes (Kotler, Kartajaya and Setiawan, 2017). The working people market proposes an increasingly busy and scarce daily life, causing the worker to put important tasks in the background, such as preventive maintenance of his vehicle. From this, the present work proposes a feasibility study for the implementation of a closed-door workshop with a back-and-forth system, seeking to understand what contemporary society demands from service providers and making it possible to meet this portion of the market of people who do not have access, time in their routine and looking for convenience. Initially, a market research was carried out through a questionnaire in order to obtain answers that identified the target audience of the proposed workshop. Then, the preferences of this public were identified, and a quantitative research was conducted to define in which neighborhoods this public is concentrated in the city of São Paulo. From these data, the initial demand of the proposed workshop was determined and the appropriate structure of the workshop to meet it was established. By grouping all the data, a financial plan was made for the implementation of the proposed repair shop in order to obtain the provisioned results and balance sheets, and if they fit the proposed economic and commercial viability plans.

Keywords: Car. Maintenance. Viability. Daily. Repair shop.

1. INTRODUÇÃO

Para atender um público alvo cada vez mais exigente e necessitado de serviços que simplifiquem o uso de seu tempo e traga comodidade na realização de determinadas atividades, como a manutenção automotiva, é necessário entender melhor este público, e saber qual a melhor localização para o empreendimento, desenvolver e dimensionar o melhor custo benefício associado a serviços personalizados.



Dentro desse contexto, o projeto se inicia com uma pesquisa de mercado no setor automotivo buscando identificar em qual região se encontra o público alvo e se realmente esse público tem interesse em utilizar os serviços prestados pelo modelo de negócio proposto. Segundo o material *Oficina Mecânica de Sucesso* elaborado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2017) um dos fatores determinantes para iniciar um projeto é analisar o mercado no qual será inserido o empreendimento.

Como estabelecido no *Capítulo 8* deste projeto, são confrontados dados da quantidade de habitantes e o número de veículos na cidade de São Paulo, a fim de obter com maior precisão o mercado potencial na região de atuação delimitada pelo projeto. Após isso é estabelecido através de um estudo de caso em uma oficina o número de veículos atendidos diariamente e a receita, obtendo então uma base de qual será o valor de *ticket* médio na região atendida, para que seja possível traçar a estrutura do projeto e conseqüentemente um plano financeiro.

Por ser uma oficina de porta fechada, ou seja, que atenderá somente clientes cadastrados, através de pesquisa direcionada ao público alvo será obtida qual a forma de comunicação e agendamento de serviço preferencial para implementar na área de atendimento da oficina.

Por fim, o modelo de negócio escolhido pelos autores deste Projeto Integrador busca uma concepção de pesquisa mais próxima da realidade, utilizando e aplicando conhecimentos adquiridos no curso Superior de Tecnologia em Sistemas Automotivos para fundamentação teórica do projeto.

2. METODOLOGIA

2.1. Pesquisa Bibliográfica

O levantamento bibliográfico foi realizado a fim de analisar as fontes que abordam, de diferentes maneiras, o tema escolhido para o estudo apresentado. A pesquisa bibliográfica serviu para recolher dados estatísticos da cidade de São Paulo como: número de trabalhadores e moradores com emprego formal e sua localização, frota de veículos e densidade comercial.

2.2. Pesquisa Quantitativa

Tendo como base este tipo de metodologia, caracterizada pela análise de dados através de ferramentas e técnicas de estatísticas limitado ao entendimento objetivo dos números e dados apresentados, foram realizadas pesquisas para determinar o público alvo, a localização, demanda e modo operacional da oficina. Estas informações foram obtidas através do acesso a sites governamentais ou institucionais referentes a cidade de São Paulo. São elas: densidade populacional,



distribuição de empregos formais, densidade veicular e concentração comercial. Para especificar o comportamento da região escolhida como público alvo, foi elaborado um questionário para complementar informações de demanda, idade média, se possuem veículo, quilometragem média de rodagem, se o veículo está na garantia, onde executa normalmente a manutenção do veículo e o grau de interesse no serviço leva e traz.

2.3. Pesquisa Qualitativa

A pesquisa qualitativa vem de modo a observar determinadas subjetividades do estudo que visam entender o comportamento e sentimento do público alvo referente à implementação deste negócio. A análise dessas informações foi de extrema importância para se desenhar o mais adequado tipo de atendimento que a oficina oferecerá, e também será vital para desenhar o correto plano de *marketing* para a divulgação do negócio.

2.4. Oficinas de estudos de caso

Para o desenvolvimento do plano financeiro, estimativa de demanda e *ticket* médio, algumas informações obtidas de oficinas mecânicas que prestam trabalhos parecidos, com estrutura similar e que estão localizadas na região do público alvo à oficina proposta neste estudo, serão utilizadas de forma a embasar e referenciar algumas informações.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Como a premissa do projeto enquadra a falta de tempo na rotina das pessoas para efetuar as manutenções dos seus veículos, o público alvo foi selecionado tomando como princípio o local onde existe o maior número de pessoas com empregos formais e moradores com empregos formais na cidade de São Paulo. Através destes estudos bibliográficos foi possível identificar o público alvo do projeto e que ele se encontra em sua maioria nas regiões Sul e Oeste da cidade de São Paulo. Como o bairro do Itaim Bibi é o local com maior densidade comercial dessas regiões, ele e outros bairros ao seu redor foram escolhidos como região alvo do empreendimento. Na figura 1 é possível observar a região escolhida para o público alvo.

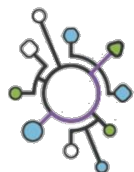


Figura 1: Região do público alvo
Fonte: São Paulo Map 360, 2010

Sabendo quais são os bairros em que o empreendimento será localizado, iniciou-se o estudo da demanda a fim de obter o número aproximado de veículos sabendo que a média do número de habitantes por veículo é igual a 1,96. A Tabela 1 mostra os números obtidos.

Bairros	Habitantes	Veículos
Alto da Boa Vista	5.249	2.678
Alto de Pinheiros	43.717	22.305
Butantã	54.196	27.651
Campo Belo	65.752	33.547
Itaim Bibi / Brooklin	92.570	47.230
Vila Olímpia / Cidade Monções	88.692	45.251
Moema / Vila Nova Conceição	83.368	42.535
Morumbi	46.957	23.958
Pinheiros	65.364	33.349
Santo Amaro / Granja Julieta	71.560	36.510

Tabela 1: Número de veículos aproximado na região alvo
Fonte: Subprefeituras (2019).



O questionário elaborado neste estudo mostrou que 87,8% do público desta região mostram interesse por este tipo de serviço, e que para 34% desses 87,8% o serviço trata-se de uma necessidade. Através destes dados a demanda real para oficina proposta foi estimada em 278 atendimentos mensais. Para esta demanda foi elaborado o quadro de funcionários como descrito na Tabela 2.

Função	Quantidade
Administrativo / Atendente	2
Mecânico geral	2
Alinhador / Balanceador	1
Auxiliar geral	1
Auxiliar de limpeza	1
Motoristas	2

Tabela 2: Quadro de funcionários

Fonte: Autores, 2019

Para atender esta demanda a oficina contará com um tamanho de 300 m². A Figura 2 mostra o *lay out* da oficina.

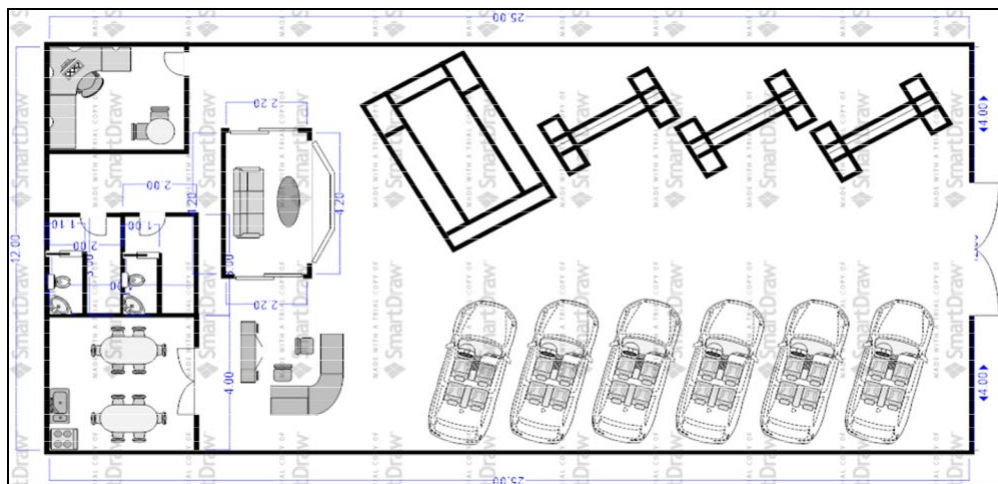


Figura 2: *Lay out* da oficina

Fonte: Autores, 2019

O canal de atendimento obtido através do questionário como preferência do público alvo foi o aplicativo *Whatsapp*.

4. CONCLUSÃO

Em consequência das referências e pesquisas utilizadas nos capítulos anteriores, o projeto elaborado pelos autores concentra seu modelo de negócio em um setor bem concorrido, a reparação automotiva, embora existam diversas oficinas espalhadas por grande parte da cidade de São Paulo o setor automobilístico abre espaço com o grande volume de venda de veículos no Brasil, principalmente no primeiro trimestre de 2019, no qual a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores - ANFAVEA (2019) atesta um crescimento na produção de veículos de até 11,4% comparado ao primeiro trimestre de 2018, deste modo revelando um mercado promissor.

Considerando que a implementação do projeto aporta um investimento de R\$185.818,32, o modelo de negócio apresenta um estudo financeiro detalhado, o qual mostra, apesar do prejuízo no primeiro ano de implemento como já esperado, um crescimento constante no lucro líquido obtido pela oficina, viabilizando o projeto pelo não comprometimento de novos aportes de capital, obtendo um *payback* após o 17º mês como detalhado no DRE. Vale ressaltar que neste período de crescimento apesar do prejuízo inicial o gestor ainda obtém seu salário desde o início do empreendimento.

Portanto, diante de todos os dados apontados é válido salientar que, a escolha do regime tributário que melhor se enquadra ao empreendimento acaba se tornando uma ótima vantagem para o seguimento do projeto. Além disso, foi possível observar que os resultados obtidos no fim do demonstrativo (DRE), mostra o quão é vantajoso o investimento aplicado na proposta estabelecida pelos autores, chegando a uma Taxa Interna de Retorno de 160% nos 3 primeiros anos, o que é um investimento maior que diversos fundos bancários, tornando o empreendimento considerável.

5. REFERÊNCIAS

ANFAVEA. **Estatísticas**. São Paulo, 2019. Disponível em:
<http://www.anfavea.com.br/estatisticas.html>. Acesso em: abr. 2019

IBPT. **Real frota circulante no Brasil é de 65,8 milhões de veículos indica estudo**. [s. l.], 2018. Disponível em: <https://ibpt.com.br/noticia/2640/real-frota-circulante-no-brasil-e-de-65-8-milhoes-de-veiculos-indica-estudo>. Acesso em: 01 mai. 2019.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. [Rio de Janeiro]: Sextante, 2017.



SÃO PAULO MAP 360. **Mapa dos Bairros e Subprefeituras de São Paulo.** São Paulo, 2019. Disponível em: <https://pt.saopaulomap360.com/mapa-bairros-sao-paulo#.XdFhildKg2w> . Acesso em: 16 ago. 2019.

SEBRAE. **Oficina mecânica de sucesso.** 2017. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/bis/oficina-mecanica-de-sucesso,dc4c54843636b510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 01 out. 2019.

SUBPREFEITURA. Dados demográficos dos distritos pertencentes às subprefeituras. *In: Subprefeituras da Cidade de São Paulo.* [São Paulo, SP], 2010. Disponível em: https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/regionais/subprefeituras/dados_demograficos/index.php?p=12758. Acesso em: 01 out. 2019.