

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
Faculdade de Ciências Econômicas
Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração

Christiane Rios Souza

Plano de negócios: LOCAMINAS - LTDA

Belo Horizonte

2021

Christiane Rios Souza

Plano de negócios: LOCAMINAS - LTDA

Trabalho de Conclusão de Curso entregue ao Centro de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito para obtenção do título de Especialista em Gestão Estratégica em Negócios.

Orientadora: Hellen Taynan da Silva Cavalcanti

Belo Horizonte
2021

2021

Ficha catalográfica

Souza, Christiane Rios.

S729p

2021

Plano de Negócios [manuscrito]: LOCAMINAS – LTDA / Christiane Rios Souza. – 2021.
31 f.: il.

Orientadora: Hellen Taynan da Silva Cavalcanti.
Monografia (especialização) – Universidade Federal de Minas Gerais,
Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração.

Inclui bibliografia (f. 30-31).

1. Administração. I. Cavalcanti, Hellen Taynan da Silva. II.
Universidade Federal de Minas Gerais. Centro de Pós-Graduação e
Pesquisas em Administração. III. Título.

CDD: 658

Elaborado por Leonardo Vasconcelos Renault CRB-6/2211



Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Ciências Econômicas
Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração
Curso de Especialização em Gestão Estratégica

ATA DA DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO da Senhora **CHRISTIANE RIOS SOUZA**, matrícula nº **2019727581**. No dia 14/09/2021 às 18:00 horas, reuniu-se em sala virtual, a Comissão Examinadora de Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, indicada pela Coordenação do Curso de Especialização em Gestão Estratégica - CEGE, para julgar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "**PLANO DE NEGÓCIOS: LOCAMINAS - LTDA**", requisito para a obtenção do Título de Especialista. Abrindo a sessão, a orientadora e Presidente da Comissão, Prof^a. Hellen Taynan da Silva Cavalcanti, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares de apresentação do TCC, passou a palavra a aluna para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, seguido das respostas da aluna. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença da aluna e do público, para avaliação do TCC, que foi considerado:

APROVADO

NÃO APROVADO

90 pontos (NOVENTA PONTOS) trabalhos com nota maior ou igual a 60 serão considerados aprovados.

O resultado final foi comunicado publicamente a aluna pela orientadora e Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, a Senhora Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 14/09/2021.

Hellen Taynan da Silva Cavalcanti
Orientadora - (Doutoranda CEPEAD/UFGM)

Prof. Ricardo Teixeira
Veiga (CEPEAD/UFGM)



Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Ciências Econômicas
Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração
Curso de Especialização em Gestão Estratégica

MODIFICAÇÃO EM TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Modificações exigidas no TCC da aluna **CHRISTIANE RIOS SOUZA**,
matrícula nº **2019727581**.

Modificações solicitadas:

O prazo para entrega do TCC contemplando as alterações determinadas pela comissão é de no máximo 60 dias, sendo a orientadora responsável pela correção final.

Hellen Taynan da Silva Cavalcanti
Orientadora (CEPEAD/UFMG)

Assinatura da aluna: **CHRISTIANE RIOS SOUZA**

Atesto que as alterações exigidas () Foram Cumpridas
() Não foram cumpridas

Belo Horizonte, ____ de _____ de ____

Professora Orientadora

Assinatura

Resumo

O interesse em montar uma empresa de locação de veículos é devido a minha experiência profissional, aliada à vivência no segmento e acreditar na expansão deste mercado que, mesmo com a pandemia, não deixou de expandir.

De acordo com a Coluna de Turismo:

O impacto da pandemia não foi capaz de barrar a expansão da frota do setor de locação de veículos, que desde 2016 vêm obtendo crescimentos. Em 2020, o segmento contornou a grave situação dos primeiros meses da crise sanitária, quando carros foram devolvidos e contratos suspensos, e conseguiu ultrapassar a marca de 1 milhão de veículos na frota. As locadoras compraram 360.567 carros zero quilômetro no ano passado, equivalentes a 20,6% de todos os automóveis e comerciais leves emplacados em 2020 no Brasil. (C.Turismo, 2021, documento eletrônico)

A estrutura da empresa terá uma sede em Belo Horizonte e nesta mesma estrutura, uma loja física. As vendas serão realizadas através desta loja, mas também via aplicativos, plataformas virtuais e telefone. O atendimento será destinado tanto a pessoa física como jurídica, tendo para cada modalidade pessoal específico treinado.

A Locaminas ofertará serviços de locação de veículos de passeio e utilitários nas modalidades: aluguel diário, mensal e de longo prazo (acima de 12 meses). O foco será a prestação de serviço com qualidade e excelência, com a missão de contribuir com os negócios e lazer dos clientes oferecendo uma mobilidade segura, eficiente e de qualidade.

O público – alvo esperado são empresas que fazem viagens corporativas, empresas que precisam de frota para a expansão dos seus negócios, pessoas em viagens a lazer, pessoas que estão sem carros e precisam fazer pequenos deslocamentos e/ou viagens curtas/ médias e motoristas de aplicativos.

Para colocar esse projeto em prática, os empreendedores Christiane Rios Souza, Cintia Rios Souza, Charles Rios Souza e Clyfor Rios Souza investirão ao todo R\$ 600.000,00 em quotas idênticas nesse empreendimento. Do montante investido, 100% virão de recursos próprios. Os empreendedores têm especialidades, habilidades, experiências e formações variadas. Tais diferenciações irão colaborar para que cada um se torne responsável por cada setor chave para o melhor controle e gestão do negócio.

Palavras – chave: Locação de veículos, Mercado, Expansão, Pandemia, Deslocamentos.

Abstract

The interest in setting up a car rental company is due to my professional experience, allied to my experience in the segment and to believe in the expansion of this market, which, even with the pandemic, continued to expand.

According to the Tourism Column:

The impact of the pandemic was not able to stop the expansion of the vehicle rental sector's fleet, which since 2016 has been growing. In 2020, the segment bypassed the serious situation of the first months of the health crisis, when cars were returned and contracts suspended, and managed to surpass the mark of 1 million vehicles in the fleet. Rental companies bought 360,567 brand new cars last year, equivalent to 20.6% of all cars and light commercial vehicles registered in 2020 in Brazil. (C.Turismo, 2021, electronic document)

The company structure will have a headquarters in Belo Horizonte and in this same structure, a physical store. Sales will be made through this store, but also via apps, virtual platforms and phone. The service will be aimed at both individuals and companies, with specific trained personnel for each modality.

Locaminas will offer passenger and utility vehicle rental services in the following modalities: daily, monthly and long-term rental (over 12 months). The focus will be on providing quality and excellent service, with the mission to contribute to the customers' business and leisure by offering safe, efficient and quality mobility.

The expected target audience are companies that make corporate trips, companies that need a fleet to expand their business, people on leisure trips, people who are without cars and need to make small trips and/or short/medium trips and drivers of applications.

To put this project into practice, entrepreneurs Christiane Rios Souza, Cintia Rios Souza, Charles Rios Souza and Clyfor Rios Souza will invest a total of R\$ 600,000.00 in identical quotas in this project. Of the amount invested, 100% will come from its own resources. Entrepreneurs have varied specialties, skills, experiences and backgrounds. Such differentiations will collaborate so that each one becomes responsible for each key sector for the best control and management of the business.

Keywords: Car Rental, Market, Expansion, Pandemic, Displacement.

SUMÁRIO

1 – Sumário Executivo.....	8
1.1 - Resumo.....	8
1.2 - Dados dos empreendedores	9
1.3 - Missão da empresa	9
1.4 - Setores de atividade.....	9
1.5 - Forma jurídica	10
1.6 - Enquadramento tributário.....	10
1.7 - Capital social	10
1.8 - Fonte de recursos.....	10
2- Análise de mercado	11
2.1- Estudo dos clientes	11
2.2 - Estudo dos concorrentes.....	12
2.3 - Estudo dos fornecedores	14
3 - Plano de marketing	15
3.1 - Produtos e serviços.....	15
3.2 – Preço	16
3.3 - Estratégias promocionais.....	17
3.4 - Estrutura de comercialização	18
3.5 - Localização do negócio.....	18
4 - Plano operacional	20
4.1 – Frota de carros e Serviços Opcionais	20
4.2 - Capacidade operacional.....	20
4.3 - Processos operacionais.....	20
4.4 - Necessidade de pessoal	21
5 - Plano financeiro.....	23
5.1 - Investimentos fixos	23
5.2 - Estoque inicial.....	24

5.3 - Caixa mínimo	24
5.4 - Investimentos pré-operacionais	26
5.5 - Investimento total	26
5.6 - Faturamento mensal	26
5.7 - Custo unitário	27
5.8 - Custos de comercialização	28
5.9 - Apuração do custo de MD e/ou MV	29
5.10 - Custos de mão-de-obra.....	30
5.11 - Custos com depreciação	31
5.12 - Custos fixos operacionais mensais.....	31
5.13 - Demonstrativo de resultados	32
5.14 - Indicadores de viabilidade.....	33
6 - Construção de cenário	34
6.1 - Ações preventivas e corretivas	34
7 - Avaliação estratégica.....	35
7.1 - Análise da matriz F.O.F.A (SWOT)	35
8 - Avaliação do plano	36
8.1 - Análise do plano.....	36
9 - Referências.....	37

1 – Sumário Executivo

1.1 - Resumo

O interesse em montar uma empresa de locação de veículos é devido a minha experiência profissional, aliada à vivência no segmento e acreditar na expansão deste mercado que, mesmo com a pandemia, não deixou de expandir.

De acordo com a Coluna de Turismo:

O impacto da pandemia não foi capaz de barrar a expansão da frota do setor de locação de veículos, que desde 2016 vêm obtendo crescimentos. Em 2020, o segmento contornou a grave situação dos primeiros meses da crise sanitária, quando carros foram devolvidos e contratos suspensos, e conseguiu ultrapassar a marca de 1 milhão de veículos na frota. As locadoras compraram 360.567 carros zero quilômetro no ano passado, equivalentes a 20,6% de todos os automóveis e comerciais leves emplacados em 2020 no Brasil. (C.Turismo, 2021, documento eletrônico)

A estrutura da empresa terá uma sede em Belo Horizonte e nesta mesma estrutura, uma loja física. As vendas serão realizadas através desta loja, mas também via aplicativos, plataformas virtuais e telefone. O atendimento será destinado tanto a pessoa física como jurídica, tendo para cada modalidade pessoal específico treinado.

A Locaminas ofertará serviços de locação de veículos de passeio e utilitários nas modalidades: aluguel diário, mensal e de longo prazo (acima de 12 meses). O foco será a prestação de serviço com qualidade e excelência, com a missão de contribuir com os negócios e lazer dos clientes oferecendo uma mobilidade segura, eficiente e de qualidade.

O público – alvo esperado são empresas que fazem viagens corporativas, empresas que precisam de frota para a expansão dos seus negócios, pessoas em viagens a lazer, pessoas que estão sem carros e precisam fazer pequenos deslocamentos e/ou viagens curtas/ médias e motoristas de aplicativos.

Para colocar esse projeto em prática, os empreendedores Christiane Rios Souza, Cintia Rios Souza, Charles Rios Souza e Clyfor Rios Souza investirão ao todo R\$ 600.000,00 em quotas idênticas nesse empreendimento. Do montante investido, 100% virão de recursos próprios. Os empreendedores têm especialidades, habilidades, experiências e formações variadas. Tais diferenciações irão colaborar para que cada um se torne responsável por cada setor chave para o melhor controle e gestão do negócio.

1.2 - Dados dos empreendedores

Nome: Christiane Rios Souza
Endereço: Rua Castelo de Edimburgo, 329 Apto 401 - Castelo
Cidade: Belo Horizonte Estado: Minas Gerais
Perfil: Graduada em Turismo, Pós-graduada em Gestão de Negócios, ampla experiência na área comercial
Atribuições: Comercial, relacionamento com clientes e gestão de processos.

Nome: Cintia Rios Souza
Endereço: Av. Miguel Perrela, 801 Casa 64 - Castelo
Cidade: Belo Horizonte Estado: Minas Gerais
Perfil: Graduada em Análise e Processamento de Dados, ampla experiência em gestão de pessoas
Atribuições: Comercial, relacionamento com clientes internos e externos.

Nome: Charles Rios Souza
Endereço: Rua dos Otonis, 368 Apto 410 – Funcionários
Cidade: Belo Horizonte Estado: Minas Gerais
Perfil: Graduado em Medicina, especialista em cardiologia, arritmia e marco passo, diretor fundador e diretor científico do curso cardioaula
Atribuições: Administração financeira e orçamentária, gestão de patrimônio e conservação.

Nome: Clyfor Rios Souza
Endereço: Rua Manila, 90 Apto 1308 - Estrela D'alva
Cidade: Belo Horizonte Estado: Minas Gerais
Perfil: Graduado em Direito, ampla experiência em gestão de pessoas, prancing e desenvolvimento de produtos e clientes
Atribuições: comercial, precificação, criação de produtos

1.3 - Missão da empresa

Contribuir com os negócios e lazer dos clientes oferecendo uma mobilidade segura, eficiente e de qualidade.

1.4 - Setores de atividade

- Agropecuária
- Comércio
- Indústria
- Serviços

1.5 - Forma jurídica

- Empresário Individual
- Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI
- Microempreendedor Individual – MEI
- Sociedade Limitada
- Outros:

1.6 - Enquadramento tributário

Âmbito federal

Regime Simples

- Sim
- Não

IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica

PIS – Contribuição para os Programas de Integração Social

COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social

CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados (apenas para indústria)

ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

ISS - Imposto sobre Serviços

1.7 - Capital social

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	Christiane Rios Souza	R\$150.000,00	25,00
2	Cintia Rios Souza	R\$150.000,00	25,00
3	Charles Rios Souza	R\$150.000,00	25,00
4	Clyfor Rios Souza	R\$150.000,00	25,00
Total		R\$600.000,00	100,00

1.8 - Fonte de recursos

A origem do capital necessário para a concepção desse empreendimento será o investimento de recursos próprios dos sócios, incluindo o capital de giro necessário para manter o negócio por no mínimo 12 meses e financiamento – leasing para compra de veículos.

2- Análise de mercado

2.1- Estudo dos clientes

Público-alvo (perfil dos clientes)

O público – alvo esperado são empresas que fazem viagens corporativas, empresas que precisam de frota para a expansão dos seus negócios, pessoas em viagens a lazer, pessoas que estão sem carros e precisam fazer pequenos deslocamentos e/ou viagens curtas/ médias e motoristas de aplicativos.

Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar)

O cenário atual de locação de veículos no país está aquecido devido á pandemia - observamos uma insegurança gerada pelas companhias aéreas tanto pelo receio da contaminação, mas também pelo aumento de cancelamento de voos. “Com a retomada das atividades, o transporte individual passou a ser valorizado em detrimento do coletivo.” (EDUARDO SODRE, 2021, documento eletrônico); devido aos pequenos e médios deslocamentos que tendem a ser feitos por carros alugados; ao novo modelo de mobilidade urbana representados pelas empresas UBER, 99, etc. e, também um grande volume de empresas que vem optando pela desmobilização da frota própria para uso de aplicativos, aluguel de carro temporário e terceirização de sua frota.

Área de abrangência (onde estão os clientes?)

A Locaminas atenderá ao mercado de Belo Horizonte e grande BH. A matriz da empresa se localizará na cidade de Belo Horizonte e as 4 lojas físicas serão abertas em locais já previamente estudados, onde há loja física das principais concorrentes: aeroporto de Confins; Região da Savassi, região do Estoril e uma loja na cidade de Contagem – Cidade Industrial.

2.2 - Estudo dos concorrentes

Tabela 1 – Estudo das concorrentes

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos Clientes
Localiza	Muito Boa	Alto	Faturamento para agvig; para a empresa; pagamento no balcão;	BH e Grande BH	Muito Bom	Aluguel diário, mensal, PF e PJ
Movida	Boa	Médio	Faturamento para agvig; para a empresa; pagamento no balcão;	BH e Grande BH	Bom	Aluguel diário, mensal, PF com flexibilidade e na retirada do veículo e PJ
Unidas	Ruim	Baixo	Faturamento para agvig; para a empresa; pagamento no balcão;	BH e Grande BH	Ruim	Aluguel diário, mensal, PF com flexibilidade e na retirada do veículo e PJ

Nota-se que o mercado tem bons concorrentes, com tradição e base sólida de clientes. Em contrapartida, os clientes encontram-se abertos a conhecer outras opções devido alta demanda

do mercado – mercado em expansão, mercado este mais focado em custos – na relação custo x benefício que foi ocasionado pelo agravamento da crise econômica – impacto da pandemia. Segundo o economista e especialista em defesa da concorrência, Gesner Oliveira: “Hoje a gente percebe que a população, em geral, não quer mais gastar tanto com a manutenção de um carro, prefere alugar.” (Gesner Oliveira, 2020, documento eletrônico)

O fechamento de grandes fábricas de carros no Brasil também pode gerar impacto positivo neste negócio uma vez que, os valores comercializados tornaram-se muito altos. Evidenciado conforme afirmação, “as montadoras não têm uma previsão de quando haverá alívio no preço dos carros para o consumidor. O valor dos veículos vem subindo desde o início da pandemia.” (Luiz Carlos Moraes, 2021, documento eletrônico)

A locação de carro passou a ser a opção de muitas empresas que precisam deslocar seus funcionários a curtas e médias distâncias. Primeiro, para redução de custos, visto que os voos estão muitos mais caros, além disso a locação oferece maior segurança no deslocamento para as empresas / funcionários devido ao cenário pandêmico. No segmento de lazer, famílias estão mais abertas ao turismo regional e turismo com menores deslocamentos, viabilizando e fomentando a busca pelo aluguel de carros também neste segmento. Assim ofereceremos uma loja bem localizada estrategicamente, com bom acesso a BH – Região Centro /Sul, Nova Lima - Belvedere e Contagem – Cidade Industrial, onde a concorrência não tem grandes lojas e que há polos empresariais emergentes a serem trabalhados; ofertaremos um grupo de veículos não oferecido no mercado que são os SUVs 4x4 ; ofereceremos combos promocionais direcionados e customizados para cada seguimento - lazer e business, sendo uma vantagem competitiva na medida que o mercado atualmente oferece produtos engessados, pouco customizados e agregando a estes diferenciais , incluso esta maior flexibilidade na escolha dos produtos , poderão locar carros e adicionar serviços opcionais , a um preço mais justo.

Como é um mercado que está em expansão e que segue a prática dos outros concorrentes, numa espécie de padronização, sabemos que esta vantagem competitiva pode se perder, fazendo com que façamos estudos contínuos para a criação de novos produtos, promoções e adição de novos serviços como o sem parar e telemetria, o que ajudará, principalmente os gestores de empresas no controle e gestão da frota de carros alugados. Existe um outro fato constatado e estudado que é quanto a depreciação dos veículos da frota. A fim de minimizar os custos com a depreciação destes veículos, seria necessário a implantação de uma nova plataforma de negócios para revender os carros que desativaríamos do aluguel para a revenda e com isso faríamos a substituição da frota continuamente. Já é uma prática dos concorrentes, estudos e

números comprovam que é uma estratégia viável, rentável e que realmente minimiza os custos com a depreciação dos veículos.

2.3 - Estudo dos fornecedores

A empresa realizará suas compras baseada em seu planejamento anual, diretamente com os fabricantes. De modo geral, os fornecedores se baseiam em técnicos que prestam manutenção específica. É necessário monitorar a depreciação dos veículos para garantir uma frota de boa qualidade. Desse modo é necessário pensar na sazonalidade desta manutenção estabelecer um custo fixo com eventual reserva de emergência para casos mais específicos.

E também identificar dentre os fornecedores, as seguradoras que devem ser vistas em parceria para renovação anual de contrato. Neste sentido, é importante investir em tecnologia como localizadores, por exemplo, a fim de monitorar os veículos alugados.

3 - Plano de marketing

3.1 - Produtos e serviços

A Locaminas ofertará serviços de locação de veículos de passeio e utilitários nas modalidades: aluguel diário, mensal e de longo prazo (acima de 12 meses). Trabalharemos com combos promocionais tanto no segmento de lazer, quanto corporativo. No portfólio ainda teremos serviços opcionais como cadeirinha de bebê, assento de elevação e condutor adicional.

Segmento Corporativo – PJ

Combo Aluguel diário de 1 a 6 diárias + 1 Condutor Adicional
Aluguel diário de 7 a 15 diárias
Aluguel diário acima de 21 diárias com km controlado
Aluguel mensal com 1000km inclusos + entrega
Aluguel mensal com 2000km inclusos + entrega
Aluguel mensal com 3000km inclusos
Aluguel mensal com 4000km inclusos
Aluguel mensal com 5000km inclusos

Segmento Lazer – PF

Combo Aluguel diário de 1 a 6 diárias + 1 Condutor Adicional
Aluguel diário de 7 a 15 diárias + 1 Condutor Adicional + 1 cadeirinha de bebê
Aluguel diário acima de 21 diárias com km controlado
Aluguel mensal com 1000km inclusos
Aluguel mensal com 2000km inclusos
Aluguel mensal com 3000km inclusos
Aluguel mensal com 4000km inclusos
Aluguel mensal com 5000km inclusos

Serviços Opcionais:

Cadeirinha de bebê
Assento de elevação
Condutor Adicional

3.2 – Preço

A estratégia inicial de preços seria nivelada ao do mercado, com tolerância de 4 horas extras, ou seja, uma diária de 28 horas, atrelado ao trabalho especializado da área comercial, parcerias com as agências de viagens - utilizando a network de um dos empreendedores, que utilizará da parceria destes players para vender seus produtos ao cliente final e na indicação de novos clientes PF e PJ. Os preços serão fixos para o público PJ – business e especificamente para PF, flutuaremos de acordo com a baixa e alta temporadas. Será feito reajustes de preços, analisando a boa aceitação do mercado e ao acompanhamento das tomadas de decisão do segmento. Aplicaremos taxa diária para cada item de serviço opcional incluído no contrato.

Tabela 2 – Produtos e Preços

Grupos	Diária	Diária Semanal	Diária Bisemanal	Diária Trisemanal	AM 1000	AM 2000	AM 3000	AM 4000	AM 5000
C Econômico com ar	97	95	94	91	1510	1560	1620	1690	1760
D Interm. 1.5 – 1.6	112	110	109	106	1650	1710	1780	1830	1910
DX Interm. Automático	122	120	119	116	1680	1740	1810	1870	1950
GC SUV Automático	137	135	134	131	1740	1780	1890	1940	2020
GX SUV 4x4	172	170	169	161	2080	2150	2250	2400	2510
R Utilitário 7 lugares	142	140	139	131	1760	1800	1910	1970	2060

Cadeira de bebê: R\$ 12,00 dia

Assento de elevação: R\$ 12,00 dia

Condutor Adicional: R\$ 5,00 dia/por condutor

3.3 - Estratégias promocionais

Faremos parcerias com hotéis estratégicos para a divulgação da locadora aproveitando o bom e forte relacionamento de um dos empreendedores com o trade turístico. Distribuiremos flyers no aeroporto de confins em horários estratégicos de maiores chegadas e partidas de vôos comerciais. Atuaremos nas redes sociais e em canais específicos do trade, como a revista Panrotas. Faremos campanhas nas principais agências de viagens – programa de acúmulo de pontos por um período e o atingimento da meta de vendas de locações valerão diárias grátis, assim poderão conhecer e vivenciar a experiência da locação na Locaminas, facilitando a venda e indicações de novos clientes.

3.4 - Estrutura de comercialização

As vendas serão realizadas através da loja física, aplicativos, plataforma virtual e telefone. O atendimento é realizado tanto a pessoa física como jurídica. A empresa conta com uma equipe de vendas própria para atendimento a pessoa jurídica, sendo esta composta por 3 vendedores. Os vendedores estão distribuídos da seguinte forma: 1 vendedor para BH; 1 vendedor para a grande BH e 1 vendedor especialista em agências de viagens.

3.5 - Localização do negócio

Endereço: Av. Raja Gabaglia, 4678
Bairro: Santa Lucia
Cidade: Belo Horizonte
Estado: Minas Gerais

Considerações sobre o ponto (localização), que justifiquem sua escolha:

Localização estrategicamente, com bom acesso a BH – Região Centro /Sul, Nova Lima - Belvedere e Contagem – Cidade Industrial, onde a concorrência não tem grandes lojas e que há polos empresariais emergentes a serem trabalhados.

4 - Plano operacional

4.1 – Frota de carros e Serviços Opcionais

Total de carros na frota: 13 veículos

Mix de frota - 6 grupos:

- 8 Econômicos com ar
- 1 Intermediários 1.5 -1.6 manual
- 1 Intermediários automáticos
- 1 Suvs automáticos
- 1 Suvs 4x4
- 1 Doblo

Serviços Opcionais:

- 2 Cadeiras de Bebê
- 1 Assento de elevação

4.2 - Capacidade operacional

Qual a capacidade máxima de produção (ou serviços) e comercialização?

390 diárias /mês

8 carros econômicos sendo 50% da frota para Aluguel Diário e 50% para o Aluguel Mensal:
240 diárias / mês

e

1 carro de cada um dos demais grupos, sendo 50% da frota para Aluguel Diário e 50% para o Aluguel Mensal: 150 diárias/mês

4.3 - Processos operacionais

01-Processo de Reservas – Central

Responsável: Atendente Central de Reservas

Atividades: Atender as demandas dos clientes, com educação e polidez. Fazer as reservas dos veículos explicando todos os detalhes da locação de veículos, preços, prazos e regras. Receber pedidos de reservas de veículos sob consulta, consultar disponibilidade de dias, confirmar as reservas sob consulta e atualizar status da frota.

02 - Processo de Atendimento em Loja - Check In / Check Out

Responsável: Atendente e Auxiliar

Atividades: Receber os clientes tanto na retirada, quanto na devolução dos veículos, atendendo-os de forma cortês, educada, focados sempre em encantar os clientes com simpatia e confiança, explicar todos os detalhes da locação, do contrato de locação, com speech alinhado e padronizado sobre as possíveis cobranças de combustível, limpeza, horas extras, avarias, multas e reforçar o canal de assistência ao cliente em caso de acidentes. Fazer a vistoria dos carros, abastecer, se necessário, enviar para os fornecedores de manutenção e / ou de limpeza.

03 - Processo de Assistência a Clientes

Responsável: Atendente

Atividades: Dar informações gerais sobre contratos, faturas, prestar atendimento e fazer as devidas providências em caso de acidentes, avarias, orientando e tranquilizando aos clientes.

04 - Processo de Limpeza dos carros

Responsável: Empresa terceirizada

Atividades: Após cada locação, se o carro não tiver nos padrões de limpeza adequados, serão enviados para a empresa terceirizada.

05 - Processo de Visitas aos clientes

Responsável: Vendedor

Atividades: Visitar clientes prospects ou de manutenção, gerir a carteira de clientes, fazer cadastro dos clientes, fazer acordo comercial, aprovar cadastro e crédito para faturamento junto ao financeiro, explicar e fazer cumprir o contrato de locação, pós-venda.

4.4 - Necessidade de pessoal

Tabela 3 – Necessidade de pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	Atendente de loja	Boa comunicação; ter carteira de habilitação; ter experiência em atendimento ao cliente, dinamismo
2	Estagiários -Atendentes de Central de Reservas	Boa comunicação; facilidade em aprender e lidar com sistemas operacionais
1	Estagiários - Atendentes da Assistência a Clientes	Boa comunicação, boa escuta, resiliente e dinâmico
1	Vendedores	Boa comunicação, experiência na área comercial, em gestão de carteira de clientes e processos

5 - Plano financeiro

5.1 - Investimentos fixos

A – Imóveis

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (A)				0,00

B – Máquinas

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
01	Frigobar	1	430,00	R\$430,00
01	Cafeteira	1	80,00	R\$80,00
01	Purificador de Água	1	650,00	R\$650,00
SUB-TOTAL (B)				R\$1.160,00

C – Equipamentos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
01	Telefone	3	150,00	R\$450,00
01	Telefone + Bina	2	400,00	R\$800,00
SUB-TOTAL (C)				R\$1.250,00

D – Móveis e Utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
01	Mesa	5	150,00	R\$ 750,00
01	Cadeira	6	100,00	R\$600,00
01	Cadeira de bebê	2	150,00	R\$300,00
01	Assento de elevação	1	50,00	R\$50,00
SUB-TOTAL (D)				R\$1.700,00

E – Veículos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (E)				0,00

F – Computadores

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
01	Computador	4	2.000,00	R\$8.000,00
02	Notebook	4	1.700,00	R\$6.800,00
SUB-TOTAL (F)				R\$14.800,00

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D+E+F):	R\$18.910,00
---	---------------------

5.2 - Estoque inicial

Tabela 4 – Estoque Inicial

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
01	Econômico c ar	18	R\$	
01	Econômico c ar	2	R\$	
01	Intermediário	10	R\$	
01	Intermediário Automático	10	R\$	
01	SUV Automático	10	R\$	
01	SUV 4x4	10	R\$	
01	Doblo	10	R\$	
01	Cadeira de bebê/Assento de Elevação	1	R\$15,00	
SUB-TOTAL (B)				

5.3 - Caixa mínimo

1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	%	Número de dias	Média Ponderada em dias
Faturado	70%	15	10,5
Cartão de Crédito	25%	30	7,5
À vista	5%	1	0,05
Prazo médio total			18,05

2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	%	Número de dias	Média Ponderada em dias
------------------------	---	----------------	-------------------------

Econômico c ar	61,50	240	147,6
Intermediário	7,70	240	18,48
Intermediário Automático	7,70	240	18,48
SUV Automático	7,70	240	18,48
SUV 4x4	7,70	240	18,48
Doblo	7,70	240	18,48
Prazo médio total			240

3º Passo: Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque

Necessidade média de estoque	
Número de dias	30

4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	18
2. Estoques – necessidade média de estoques	30
Subtotal Recursos fora do caixa	48
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	240
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	240
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	18

Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	9.000,00
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	18
2. Custo variável mensal	R\$3.000,00
3. Custo total da empresa	R\$12.000,00
4. Custo total diário	R\$400,00
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	18
Total de B – Caixa Mínimo	R\$7.200,00

Capital de giro (Resumo)

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$964.000,00
B – Caixa Mínimo	R\$7.200,00
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$971.200,00

5.4 - Investimentos pré-operacionais

Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$12.000,00
Obras civis e/ou reformas	R\$10.000,00
Divulgação de Lançamento	R\$2.000,00
Cursos e Treinamentos	R\$2.000,00
Outras despesas	0,00
TOTAL	R\$26.000,00

5.5 - Investimento total

Descrição dos Investimentos	Valor	%
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$18.910,00	2,86
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$971.200,00	95,58
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$26.000,00	2,55
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$1.016.110,00	100

Fontes de Recursos	Valor	%
Recursos próprios	R\$600.000,00	50,79
Recursos de terceiros	R\$516.110,00	49,20
Outros	R\$0,00	0
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$1.016.110,00	100

5.6 - Faturamento mensal

Tabela 5 – Faturamento Mensal

Nº	Produto/Serviço	Grupo	Quantidade (Estimativa de vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
04	Aluguel diário	C	28	R\$97,00	R\$10.864,00
03	Aluguel mensal 3k	C	90	R\$54,00	R\$4.860,00
01	Aluguel diário	D	28	R\$112,00	R\$3.136,00
01	Aluguel diário	DX	28	R\$122,00	R\$3.416,00
01	Aluguel diário	GC	28	R\$137,00	R\$3.836,00
01	Aluguel diário	GX	28	R\$172,00	R\$4.816,00
01	Aluguel diário	R	28	R\$142,00	R\$3.976,00
01	Aluguel cadeira de bebê		4	R\$15,00	R\$60,00
01	Condutor Adicional		4	R\$7,00	R\$28,00
Total					R\$34.982,00

Projeção das Receitas:

- () Sem expectativa de crescimento
 (x) Crescimento a uma taxa constante:
 5,00 % ao mês para os 12 primeiros
 meses 10,00 % ao ano a partir do 2º ano
 () Entradas diferenciadas por período

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$34.982,00
Mês 2	R\$36.731,10
Mês 3	R\$38.567,65
Mês 4	R\$40.496,03
Mês 5	R\$42.520,83
Mês 6	R\$44.646,88
Mês 7	R\$46.879,22
Mês 8	R\$49.223,18
Mês 9	R\$51.684,34
Mês 10	R\$54.268,56
Mês 11	R\$56.981,98
Mês 12	R\$59.831,08
Ano 1	R\$556.812,85

5.7 - Custo unitário

Produto: Locação Diária

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Veículos Econômicos	8	R\$60.000,00	R\$480.000,00
Veículos Intermediários	1	R\$65.000,00	R\$65.000,00
Veículos Intermediários Automáticos	1	R\$72.000,00	R\$72.000,00
SUV Automática	1	R\$113.000,00	R\$113.000,00
SUV 4x4	1	R\$149.000,00	R\$149.000,00
Utilitário	1	R\$85.000,00	R\$85.000,00
Total			R\$964.000,00

Produto: Locação Mensal

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Veículos Econômicos	8	R\$1510,00	R\$1510,00

Veículos Intermediários	1	R\$1650,00	R\$1650,00
Veículos Intermediários Automáticos	1	R\$1680,00	R\$1680,00
SUV Automática	1	R\$1740,00	R\$1740,00
SUV 4x4	1	R\$2080,00	R\$2080,00
Utilitário	1	R\$1760,00	R\$1760,00
Total			R\$10.420,00

5.8 - Custos de comercialização

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
SIMPLES (Imposto Federal)	11,31	R\$34.982,00	R\$3.956,46
Comissões (Gastos com Vendas)	5,00	R\$34.982,00	R\$1.749,10
Propaganda (Gastos com Vendas)	2,00	R\$34.982,00	R\$699,64
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	2,00	R\$34.982,00	R\$699,64

Total Impostos		R\$3.956,46
Total Gastos com Vendas		R\$3.148,38
Total Geral (Impostos + Gastos)		R\$7.104,84

Período	Custo Total
Mês 1	R\$7.104,84
Mês 2	R\$7.460,08
Mês 3	R\$7.833,08
Mês 4	R\$8.224,74
Mês 5	R\$8.635,97
Mês 6	R\$9.067,77
Mês 7	R\$9.521,16
Mês 8	R\$9.997,22
Mês 9	R\$10.497,08
Mês 10	R\$11.021,93
Mês 11	R\$11.573,03
Mês 12	R\$12.151,68
Ano 1	R\$113.088,58

5.9 - Apuração do custo de MD e/ou MV

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais /Aquisições	CMD / CMV
4	Locação diária de econômico	4	R\$97,00	R\$388,00
4	Locação mensal de econômico	3	R\$1510,00	R\$4530,00
1	Locação diária de intermediário	1	R\$112,00	R\$112,00
1	Locação diária de interm. auto	1	R\$122,00	R\$122,00
1	Locação diária SUV	1	R\$137,00	R\$137,00
1	Locação diária SUV 4x4	1	R\$172,00	R\$172,00
1	Locação diária de Utilitário	1	R\$142,00	R\$142,00
Total				R\$5.603,00

Período	CMD/CMV
Mês 1	R\$5.603,00
Mês 2	R\$5.883,15
Mês 3	R\$6.177,30
Mês 4	R\$6.486,17
Mês 5	R\$6.810,48
Mês 6	R\$7.151,00
Mês 7	R\$7.508,55
Mês 8	R\$7.883,98
Mês 9	R\$8.278,18
Mês 10	R\$9.271,56
Mês 11	R\$9.735,14
Mês 12	R\$10.221,90
Ano 1	R\$91.010,41

5.10 - Custos de mão-de-obra

Tabela 6 – Custos de mão-de-obra

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal (R\$)	Subtotal (R\$)	(%) de Encargos Sociais	Encargos Sociais (R\$)	Total (R\$)
Atendente Loja	1	3.600,00	3.600,00	27%	972,00	4.572,00
Estagiário Central de Reservas	2	1.800,00	3.600,00			3.600,00
Estagiário Assistência a Clientes	1	1.600,00	1.600,00			1.600,00
Vendedor	1	5.000,00	5.000,00	27%	1.350,00	6.350,00
Total	5		13.800,00		2.322,00	16.122,00

5.11 - Custos com depreciação

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$2.410,00	10	R\$241,00	R\$20,08
Computadores	R\$14.800,00	5	R\$2.960,00	R\$246,66
Móveis e Utensílios	R\$1.700,00	10	R\$170,00	R\$14,16
Veículos	R\$964.000,00	5	R\$192.800,00	R\$16.066,66
Total			R\$196.171,00	R\$16.347,56

5.12 - Custos fixos operacionais mensais

Descrição	Custo
Aluguel	R\$7.500,00
Condomínio	R\$1.000,00
IPTU	R\$500,00
Energia elétrica	R\$400,00
Telefone + internet	R\$400,00
Honorários do contador	R\$330,00
Pró-labore	0,00
Manutenção dos equipamentos	R\$400,00
Salários + encargos	R\$16.122,00
Material de limpeza	R\$100,00
Material de escritório	R\$100,00
Taxas diversas	24.672,78 (valor da prestação dos carros + juros em 24 meses)
Serviços de terceiros	R\$3.500,00
Depreciação	R\$16.347,56
Outras taxas	0,00
TOTAL	

Projeção dos Custos:

- (x) Sem expectativa de crescimento
- () Crescimento a uma taxa constante:
0,00 % ao mês para os 12 primeiros meses
0,00 % ao ano a partir do 2º ano
- () Entradas diferenciadas por período

Período	Custo Total
Mês 1	R\$51.280,32
Mês 2	R\$51.280,32
Mês 3	R\$51.280,32
Mês 4	R\$51.280,32
Mês 5	R\$51.280,32
Mês 6	R\$51.280,32
Mês 7	R\$51.280,32
Mês 8	R\$51.280,32
Mês 9	R\$51.280,32
Mês 10	R\$51.280,32
Mês 11	R\$51.280,32
Mês 12	R\$51.280,32
Ano 1	R\$615.363,84

5.13 - Demonstrativo de resultados

Descrição	Valor	Valor Anual	%
1. Receita Total com Vendas	R\$34.904,00	R\$572.803,82	100
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV (*)	R\$5.603,00	R\$91.010,41	15,88%
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$3.947,64	R\$34.368,22	5,99%
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$3.141,36	R\$37.696,32	6,58%
Total de custos Variáveis	R\$12.692,00	R\$163.074,95	28,46%
3. Margem de Contribuição	R\$22.212,00	R\$409.728,87	71,54%
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$51.280,32	R\$615.363,84	68,06%
5. Resultado Operacional: LUCRO	-R\$29.068,32	-R\$205.634,97	83,07%

Período	Resultado
Mês 1	-R\$29.068,32
Mês 2	
Mês 3	
Mês 4	
Mês 5	
Mês 6	
Mês 7	
Mês 8	
Mês 9	
Mês 10	
Mês 11	
Mês 12	
Ano 1	

5.14 - Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	
Lucratividade	
Rentabilidade	
Prazo de retorno do investimento	

6 - Construção de cenário

6.1 - Ações preventivas e corretivas

Receita (pessimista) 10,00 % Receita (otimista) 10,00 %

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
1. Receita total com vendas	R\$34.904,00		R\$31.413,60		R\$38.394,40	
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$5.603,00		R\$5.042,70		R\$6.163,30	
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$3.947,64		R\$3.552,87		R\$4.342,40	
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$3.141,36		R\$2.827,22		R\$3.455,49	
Total de Custos Variáveis	R\$12.692,00		R\$11.422,79		R\$13.961,19	
3. Margem de contribuição	R\$22.212,00		R\$19.990,81		R\$24.433,21	
4. (-) Custos fixos totais	R\$51.280,32		R\$51.280,32		R\$51.280,32	
Resultado Operacional	-R\$29.068,32		-R\$31.289,51		-R\$26.847,11	

Ações corretivas e preventivas:

Em todos os cenários será necessário reavaliar e focar na redução dos custos operacionais e otimizar a comercialização dos produtos para aumentar a rentabilidade. Necessário fazer uma gestão diária das reservas e trabalhar com bloqueio de determinada demanda mensal, aumentando a possibilidade de um maior giro da frota / reservas, através do aluguel diário, reduzindo o custo operacional e aumentando a rentabilidade.

7 - Avaliação estratégica

7.1 - Análise da matriz F.O.F.A (SWOT)

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
PONTOS FORTES	<ul style="list-style-type: none"> - Oferta de veículos e combos diferenciados - Atendimento especializado - Programa de parceria com os principais players do mercado 	<ul style="list-style-type: none"> - Mercado em alta - Possibilidade de redução da depreciação dos veículos com a revenda dos carros
PONTOS FRACOS	<ul style="list-style-type: none"> - Custo operacional alto - Frota pequena 	<ul style="list-style-type: none"> - Concorrência forte - Alto valor dos veículos

Ações:

Para minimizar nossas fraquezas e ameaças, podemos:

- Reduzir os custos buscando outras empresas terceirizadas; reduzir mão de obra – contratar um estagiário para ser auxiliar de atendimento; investir na publicidade e propaganda e em programas fidelidade.

Para alavancar as forças e oportunidades, podemos:

- Ampliar frota, a partir da revenda dos carros, mantendo a frota sempre nova
- Ficar atento as tendências e ampliar portfolio dos produtos, como por exemplo o carro por assinatura
- Determinar metas para a equipe afim de manter qualidade no atendimento e aumento da rentabilidade

8 - Avaliação do plano

8.1 - Análise do plano

Com os estudos realizados, analisando as projeções financeiras de vendas e custo com a estrutura e operação da Locaminas, concluímos que o negócio não é viável neste momento, com a forma estruturada de funcionários e frota planejados.

Apesar do mercado estar em alta, com uma demanda exponencial pela locação de veículos, hoje o custo está muito alto para aquisição e manutenção de uma frota maior, o que faria o resultado ser maior, mais rentável.

Segundo o jornalista Fabio Trindade:

Os carros estão cada vez mais caros. O dólar sempre acima dos R\$ 5,00 não é a única explicação. A pandemia trouxe uma situação global e complexa de ser administrada que causa falta desde insumos básicos a componentes eletrônicos. Outra ponta está no custo do frete internacional, que aumentou muito tanto para o transporte marítimo quanto o aéreo. Para completar a receita, adicione aumento de impostos. (Fábio Trindade, 2021, documento eletrônico)

A mesma estrutura projetada – estrutura física da Locaminas e números de funcionários daria para atender um fluxo maior de reservas / vendas que só poderia ser maior com uma frota maior. Neste momento, com esta alta dos preços dos veículos, os empreendedores não se sentem confortáveis para executar o plano de negócios, o custo do leasing ficaria inviável e seria difícil convencer possíveis investidores neste negócio. Não poderíamos aumentar os valores dos produtos, visto que seríamos novos entrantes e isto poderia nos prejudicar na conquista do mercado. Acreditamos que as montadoras normalizando sua produção e entrega dos carros, nos daria uma maior tranquilidade e confiança para a abertura do negócio.

9 - Referências

Locadoras batem recorde; mais de 1 Mi em veículos. Disponível em: <http://www.colunadeturismo.com.br/2021/03/24/locadoras-batem-recorde-mais-de-1-mi-de-veiculos/>

CURY, Antonio. **Organização e métodos**: uma visão holística. São Paulo: Atlas, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. Teoria Geral da Administração. Rio de Janeiro: Campus, 2001

ARAÚJO, Luiz César G. de. Organização, Sistemas e Métodos e as Tecnologias de Gestão Organizacional. Vol. 1. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2011

COLENGHI, Vitor Mature. O&M e Qualidade Total: uma integração perfeita. 3ª ed. Uberaba: VMC, 2007

TERRIBILI FILHO, Armando. Gerenciamento de riscos em projetos nas organizações no Brasil. **Revista FAE**, Curitiba, v. 17, n. 2, p. 154 – 177, jul./dez. 2014.

11 Dicas para a Gestão de Riscos (versão executiva). Disponível em: <https://impariamo.com.br/artigo/11-dicas-para-a-gestao-de-riscos/>

HALL, Richard H. Organizações: estruturas, processos e resultados. 8ª edição. São Paulo: Prentice Hall, 2004

Resumo do livro Marketing 4.0 de Philip Kotler |Do Tradicional ao Digital. Disponível em: <https://camilarenaux.com.br/videos/resumo-do-livro-marketing-4-0-de-philip-kotler-do-tradicional-ao-digital/>

KELLER, Kevin; KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 15ª edição. Pearson Universidades, 2019.

Valorização do transporte individual na pandemia salva locadoras de veículos. Disponível em : <https://saopaulo.folha.uol.com.br/o-melhor-de-saopaulo/2021/servicos/04/valorizacao-do-transporte-individual-na-pandemia-salva-locadoras-de-veiculos.shtml>

Mudança de hábito causa busca por aluguel. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/11/14/falta-carros-locadoras.htm>

Mais caros na pandemia, carros devem continuar com preço alto, diz entidade. Disponível em : <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2021/07/07/carro-novo-preco-vai-baixar.htm>

Como escolher o regime tributário certo para o seu negócio? Disponível em : <https://blog.vhsys.com.br/quais-os-tipos-de-regimes-tributarios/>

Tabela de alíquotas para empresas do SIMPLES nacional com atividade de SERVIÇOS Disponível : <https://www.delphin.com.br/tabelas-praticas/58-tabela-de-aliquotas-para-empresas-do-simples-nacional-com-atividade-de-servicos>

