

PLANO DE NEGÓCIOS DA EQUIPE BAJA UNILESTE

Luísa Soares Dias MACHADO (Unileste); Giulia Rosado DE OLIVA MAYA (Unileste); Pedro Henrique Moreira BORGES (Unileste); Laís Kévine Felipe VASCONCELOS (Unileste); David Jonhson BARCELOS (Unileste)

Introdução: Busca-se métodos de conhecimento do público da Região Metropolitana do Vale do Aço, analisando um caso específico de comercialização do protótipo de um veículo off-road desenvolvido pela Equipe Baja Unileste em 2019. Este trabalho analisa um estudo da mão de obra disponível, junto com os desenvolvimentos das fabricações em ambiente de trabalho técnico, desenvolvimento de um layout, prestando-se atenção na ergonomia e em uma previsão de venda. Tendo dados obtidos por meio de pesquisa documental, e pesquisa bibliográfica do mercado automobilístico no mesmo ano. **Objetivo:** Avaliar forma de produção e os custos precisos para a produção de um veículo baja para competições, relacionando as boas práticas da equipe durante suas atividades realizadas no ano de 2019. Obter dados de perfil de supostos clientes da região de venda. Montar um cenário de possíveis vendas dos protótipos. **Metodologia:** As metodologias apresentadas primeiramente são os fundamentos teóricos sobre plano de negócios, gerenciamento de equipes estudantis e o projeto SAE BRASIL. Mostra-se contextualização do caso, ao fabricar um veículo tipo baja estuda-se o público que ele vai atender, com isso, realiza-se a seleção de um designer ao veículo, em paralelo com estudos ergonômicos para atender o piloto levando em conta: conforto, segurança, mobilidade etc. Monta-se também um estudo de clientes com seus possíveis investimentos gerando base para analisar mão de obra, tempo disponível de trabalho e cadeia logística de produção. **Resultados:** Identificou-se e utilizou-se os padrões de taxa e imposto do ano de 2019 da Indústria Automobilística Brasileira, sendo então possível realizar uma Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), dentro da realidade da equipe. Produziu-se uma Pesquisa de Mercado, para compreender os gostos, desejos e ideias de investimos daqueles que poderiam vir a se tornar clientes. Observou-se que a mão de obra dos estudantes de engenharia da equipe é bem baixa, porém esperada por serem acadêmicos, diminuindo em si uma parte do preço de produção. O alto valor de peças e materiais para a produção do veículo mantém um preço considerável no mercado, porém os impostos para veículos off road não colaborou para um plano de negócios favorável. A forma utilizada para garantir a qualidade do veículo planejado e montado foi testá-lo antes de levá-lo a suposta venda. O perfil dos compradores automobilísticos na RMVA não permitiu obter vendas, pois sentem necessidade de local para acompanhantes no veículo, economia em combustíveis e menos cuidados ao longo do tempo. O estudo permitiu relacionar administrativamente e financeiramente de forma melhor o trabalho realizado dentro do projeto. **Conclusão:** Foi possível chegar em um bom plano de negócios, juntando dados importantes e sustentáveis para supostos clientes da região. Porém a RMVA não sente interesse em adquirir veículos tipo Baja, concluindo que para obter vendas em, seja melhor trabalhar com dados de regiões de tem interesse nesse tipo de veículo.

Palavras-chave: Gerenciamento de vendas. Equipes estudantis. Baja sae.

Agências de fomento: Unileste