

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA  
SOUZA**

**ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL IRMÃ AGOSTINA – CLASSE  
DESCENTRALIZADA CEU CIDADE DUTRA**

**Administração**

**Adrian Victor dos Santos Moreira**

**Gabriel Barreto Novaes**

**João Pedro Sampaio Sousa**

**João Victor da Conceição Rocha**

**Michael Souza dos Santos**

**Richard Santana Evaristo**

**PLANO DE NEGÓCIOS: Majjar**

**São Paulo**

**2024**

**Adrian Victor dos Santos Moreira**

**Gabriel Barreto Novaes**

**João Pedro Sampaio Sousa**

**João Victor da Conceição Rocha**

**Michael Souza dos Santos**

**Richard Santana Evaristo**

## **PLANO DE NEGÓCIOS: Majjar**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Escola Técnica Irmã Agostina - Classe Descentralizada CEU Cidade Dutra, orientado pela Prof.<sup>a</sup> Talita Paula Miranda de Souza, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

**São Paulo**

**2024**

## **DEDICATÓRIA**

Dedicamos este trabalho a Deus, pois fez com que este plano de negócios desse certo. E aos nossos amigos e familiares pelo apoio necessário.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos a Deus por ter nos dado as orientações necessárias e sabedoria para concluirmos o curso e por ter nos ajudado nos momentos mais difíceis. Aos nossos amigos e familiares, que nos incentivaram nos momentos difíceis e que compreenderam as nossas ausências durante este período de curso, enquanto nos dedicamos para conclusão do projeto. Agradecemos a Prof.<sup>a</sup> Talita Paula Miranda de Souza, que nos orientou da melhor forma possível, de como deveríamos estruturar nosso plano de negócios.

Estendemos os nossos agradecimentos ao Centro Paula Souza, e aos professores que durante o período de curso, nos ensinaram da forma mais didática e acessível possível.

## EPÍGRAFE

“Não ligo que me olham da cabeça aos pés... porque nunca farão minha cabeça e nunca chegarão aos meus pés.”

**Bob Marley**

## RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso visa a abertura da Majjar, uma loja de roupas, com ênfase nos estilos Streetwear e Sportlife, visando proporcionar um atendimento diferenciado aos consumidores desses estilos. A loja inicialmente oferecerá camisas, blusas e shorts taylor. A ideia a abertura da loja, surgiu após 6 amigos estarem conversando sobre alguns estilos de roupas variados, e perceberem que os estilos Streetwear e Sportlife eram muito consumidos por diversas classes sociais. Eles decidiram abrir uma loja, com ênfase nesses estilos com custo mais acessível para as classes C e B. A ideia principal é oferecer roupas desses estilos com qualidade e preço acessível as classes sociais, visando com que eles usem esses estilos através do preço acessível. O valor do investimento inicial será de R\$ 120.000,00 sendo R\$ 20.000,00 de cada sócio, com prazo de retorno de 2 anos e 8 meses, a loja de roupas contará com 7 funcionários, para seu funcionamento. A loja será gerenciada por 6 sócios, sendo que cada um terá sua função específica, para fazer com a que a loja funcione. A Majjar estará localizada na Avenida de Jequitibás Nº 101. Jardim Oriental, zona sul de São Paulo, considerado um bairro acessível e extremamente movimentado. Sendo assim, a loja alcançará as pessoas que utilizam o metrô, terminal de vans ao litoral e terminal rodoviário do Jabaquara. As roupas são algo que quando escolhidas com estilo e qualidade, promove autoestima e diversidade às pessoas que usam, sendo assim a Majjar oferecerá estilo, qualidade, diversidade e autoestima por intermédio das roupas.

**Palavras-Chave:** Streetwear. Sportlife. Qualidade. Autoestima. Atendimento diferenciado.

## **ABSTRACT**

This end-of-course project aims to open Majjar, a clothing store with an emphasis on Streetwear and Sportlife styles, with the aim of providing a differentiated service to consumers of these styles. The store will initially offer tadel shirts, blouses and shorts. The idea to open the store came about after six friends were talking about a variety of clothing styles and realized that Streetwear and Sportlife styles were widely consumed by various social classes. They decided to open a store with an emphasis on these styles at a more affordable price for the C and B classes. The main idea is to offer these styles of clothing with quality and at a price that is accessible to all social classes, so that they can wear these styles at an affordable price. The initial investment will be R\$ 120,000.00 (R\$ 20,000.00 from each partner), with a payback period of 2 years and 8 months. The clothing store will have 7 employees to run it. The store will be managed by 6 partners, each of whom will have a specific role to play in making the store work. Majjar will be located at Avenida de Jequitibás Nº 101. Jardim Oriental, in the south of São Paulo, considered an accessible and extremely busy neighborhood. As such, the store will reach people who use the subway, the van terminal to the coast and the Jabaquara bus terminal. Clothes are something that, when chosen with style and quality, promote self-esteem and diversity in the people who wear them, so Majjar will offer style, quality, diversity and self-esteem through its clothes.

**Keywords:** Streetwear. Sportlife. Quality. Self Esteem. Differentiated Service.

## SUMÁRIO

<b>1. SUMÁRIO EXECUTIVO</b> .....	<b>9</b>
<b>1.1. Resumo dos Principais Pontos do Plano De Negócio</b> .....	<b>9</b>
<b>1.2. Dados dos Empreendedores, Experiência Profissional e Atribuições</b> ..	<b>10</b>
<b>1.3. Dados do Empreendimento</b> .....	<b>11</b>
<b>1.4. Missão da Empresa</b> .....	<b>11</b>
<b>1.5. Setores de Atividades</b> .....	<b>12</b>
<b>1.6. Forma Jurídica</b> .....	<b>12</b>
<b>1.7. Enquadramento Tributário</b> .....	<b>13</b>
<b>1.8. Capital Social</b> .....	<b>13</b>
<b>1.9. Fonte de Recursos</b> .....	<b>14</b>
<b>2. ANÁLISE DE MERCADO</b> .....	<b>16</b>
<b>2.1. Estudo dos Clientes</b> .....	<b>16</b>
<b>2.2. Estudo dos Concorrentes</b> .....	<b>17</b>
<b>2.3. Estudo dos Fornecedores</b> .....	<b>19</b>
<b>3. PLANO DE MARKETING</b> .....	<b>20</b>
<b>3.1. Descrição dos Principais Produtos e Serviços</b> .....	<b>20</b>
<b>3.2. Preço</b> .....	<b>20</b>
<b>3.3. Estratégias Promocionais</b> .....	<b>21</b>
<b>3.4. Estrutura de Comercialização</b> .....	<b>21</b>
<b>3.5. Localização do Negócio</b> .....	<b>22</b>
<b>4. PLANO OPERACIONAL</b> .....	<b>24</b>

4.1.	Layout ou Arranjo Físico .....	24
4.2.	Capacidade Produtiva, Comercial e de Prestação de Serviços .....	25
4.3.	Processos Operacionais .....	25
4.4.	Necessidade de Pessoal.....	27
5.	PLANO FINANCEIRO.....	29
5.1.	Estimativa dos Investimentos Fixos.....	29
5.2.	Capital de Giro.....	30
5.3.	Investimentos Pré-Operacionais .....	32
5.4.	Investimento Total (Resumo) .....	33
5.5.	Estimativa do Faturamento Mensal .....	34
5.6.	Estimativa do Custo Unitário de Matéria-Prima, Materiais Diretos e Terceirizações .....	34
5.7.	Estimativa dos Custos de Comercialização .....	35
5.8.	Apuração do Custo dos Materiais Diretos e/ou Mercadorias Vendidas	36
5.9.	Estimativa dos Custos com Mão de Obra.....	37
5.10.	Estimativa do Custo com Depreciação .....	38
5.11.	Estimativa dos Custos Fixos Operacionais Mensais.....	39
5.12.	Demonstrativo de Resultados .....	40
5.13.	Indicadores de Viabilidade.....	41
5.13.1.	Ponto de Equilíbrio.....	41
5.13.2.	Lucratividade .....	42
5.13.3.	Rentabilidade.....	42
5.13.4.	Prazo de Retorno do Investimento .....	43

<b>6. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS .....</b>	<b>44</b>
<b>7. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA .....</b>	<b>45</b>
<b>7.1. Análise da Matriz F.O.F.A .....</b>	<b>45</b>
<b>8. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO .....</b>	<b>48</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>49</b>

## **1. SUMÁRIO EXECUTIVO**

A Majjar será uma loja de roupas, que se enquadra como Empresa de Pequeno Porte, terá como foco promover atendimento diferenciado a pessoas que consomem os estilos Streetwear e Sportlife. A ideia da abertura da loja, veio após 6 amigos estarem conversando sobre alguns estilos de roupas variados, e perceberem que os estilos Streetwear e Sportlife eram muito consumidos por diversas classes sociais. Eles decidiram abrir uma loja, com ênfase nesses estilos com custo mais acessível para as classes B e C.

A ideia principal é oferecer roupas desses estilos com qualidade e preço acessível as classes sociais, visando com que eles usem esses estilos através do preço acessível. O valor do investimento inicial será de R\$120.000,00 sendo R\$ 20.000,00 de cada sócio, com prazo de retorno de 2 a 3 anos.

A Majjar estará localizada na avenida de Jequitibás Nº 101. Jardim Oriental, zona sul de São Paulo, considerado um bairro acessível e de fácil acesso. Sendo assim, a loja alcançará as pessoas que utilizam o metrô e terminal rodoviário do Jabaquara, principalmente para trabalharem. O intuito será alcançar as pessoas que usam os meios de transporte para trabalharem, fazendo com elas sejam consumidoras desses estilos, através do preço acessível que será oferecido.

### **1.1. Resumo dos Principais Pontos do Plano De Negócio**

A Majjar é uma loja de roupas que se concentra nos estilos Streetwear e Sportlife, buscando oferecer produtos que representem originalidade, estilo e liberdade para seus clientes. Uma empresa que preza inovação, com um sistema mais simples em site ou atendimento na loja física ou para pedidos mais complexo fazendo o estudo de qualquer peça que fornecemos.

O público-alvo da Majjar são indivíduos de todas as classes sociais, especialmente jovens e adultos entre 15 a 40 anos, que desejam expressar sua identidade através da moda Streetwear e Sportlife, mas tem produtos que atendem a todos. A loja será localizada estrategicamente na Av. dos Jequitibás, no bairro Jardim Oriental, em São Paulo, visando alta visibilidade e acesso fácil para os clientes.

O investimento inicial estimado para abrir a loja é de R\$ 120.000,00, incluindo despesas com aluguel, reforma, estoque inicial, tecnologia, marketing inicial e outras

despesas iniciais. Estima-se que o tempo médio para atingir o ponto de equilíbrio e começar a gerar lucro varie de 2 a 3 anos, conforme indicado na pesquisa exploratória realizada.

## **1.2. Dados dos Empreendedores, Experiência Profissional e Atribuições**

A empresa será composta por seis sócios que se dividirão entre tarefas e Responsabilidade legais, atuarão nos setores administrativos, auxiliar nas vendas da loja. De acordo com o detalhamento abaixo.

### **Sócio 1**

Nome: Adrian Victor dos Santos Moreira Formado em Publicidade, com experiência de 4 anos na área de publicidade. Atuará na parte administrativa da empresa, com a condução das tarefas diárias e responsabilidade pela assinatura legal dos documentos.

### **Sócio 2**

Nome: Gabriel Barreto Novaes Formado em comunicação social, com experiência de 2 anos como designer gráfico. Atuará na criação de gráficos financeiros da empresa e elaborar ideias de estampas para as peças de roupa.

### **Sócio 3**

Nome: João Pedro Sampaio Sousa Formado em gestão administrativa, com experiência de 3 anos como auxiliar administrativo. Atuará como gestor administrativo, com foco nas finanças das empresas.

### **Sócio 4**

Nome: João Victor da conceição Rocha Formado em Marketing, com experiência de 2 anos na área de marketing. Atuará na empresa como analista de mercado, analisando empresas concorrentes e identificando pontos fortes e fracos da empresa.

### **Sócio 5**

Nome: Michael Souza dos Santos Formado em gestão comercial, com experiência de 2 anos na área de vendas. Atuará como vendedor da loja, fazendo os atendimentos dos clientes, negócios e tirando dúvidas.

### Sócio 6

Nome: Richard Santana Evaristo Formado em Administração, com experiência de 2 anos na área de administração financeira. Atuará como administrador financeira da empresa, cuidando do controle e planejamento financeiro.

### 1.3. Dados do Empreendimento

A Ficha Cadastral de Pessoa Jurídica serve para formalizar a identificação da empresa perante o Governo Federal, órgãos reguladores, clientes e fornecedores, garantindo seus direitos e deveres jurídicos e fiscais, como emissão de notas fiscais e pagamentos de impostos, conforme a Receita Federal.

DADOS DA EMPRESA			
<b>Razão Social:</b> Majjar Ltda.			
<b>Nome Fantasia:</b> MAJJAR			
<b>Atividade Principal:</b> Comércio de Roupas.			
<b>Endereço:</b> Av. Jequitibás, 101 - Jardim Oriental			
<b>Bairro:</b> Jabaquara			CEP: 05263-030
<b>Cidade:</b> São Paulo - SP			
<b>Fone:</b> (11) 5632-1122 / (11) 93744-8894			
<b>E-mail:</b> majjar@majjar.com.br			
<b>CNPJ/MF n°</b> 94.843.255/0001-13			
COMPOSIÇÃO DO CAPITAL			
	Nome dos Sócios/Diretores	Cargo	Participação
1.	Adrian Victor dos Santos Moreira	SÓCIO	16,67%
2.	Gabriel Barreto Novaes	SÓCIO	16,67%
3.	João Pedro Sampaio Sousa	SÓCIO	16,67%
4.	João Victor da Conceição Rocha	SÓCIO	16,67%
5.	Michael Souza dos Santos	SÓCIO	16,67%
6.	Richard Santana Evaristo	SÓCIO	16,67%
<i>Quem assina pela firma? 1(X). 2(X). 3(X). 4(X). 5(X). 6(X).</i>			

*Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.*

### 1.4. Missão da Empresa

A ideia da Majjar vai muito além de criar uma marca de roupa. A missão da empresa é promover a inclusão social através do poder da moda streetwear, atraindo cada vez mais pessoas para esse mercado. Produzindo peças únicas e

acessíveis, buscando unir pessoas e inspirar uma comunidade onde todos se sintam representados e inclusos.

Missão: Conectar classes sociais através da cultura e estilo Streetwear e Sportlife, celebrando a diversidade e promovendo a autenticidade.

Visão: Ser a marca líder na região da Zona Sul, por promover a diversidade, a inclusão e a expressão pessoal através da moda, inspirando uma comunidade de entusiastas do estilo urbano.

Valores: Diversidade e Inclusão; Autenticidade; Criatividade; Empoderamento; Comunidade; Qualidade e Durabilidade; Aprendizado Contínuo e Responsabilidade Social e Ambiental.

### **1.5. Setores de Atividades**

A Majjar atua no setor do comércio, no ramo da moda, desempenhando um papel fundamental na indústria da moda urbana, buscando atender uma demanda crescente por vestuário inclusivo e diversificado.

O setor da moda brasileiro atualmente está crescendo, no ano de 2023, movimentou cerca de R\$ 221,6 bilhões, o que representa um aumento de 6,8% em relação ao ano anterior, quando respondeu por R\$ 207,5 bilhões, de acordo com uma pesquisa do IPC Maps. O mercado de streetwear no Brasil é promissor, a concorrência é acirrada, com marcas internacionais como a Nike e Supreme e locais como a Overcome disputando a atenção dos consumidores.

A moda Streetwear e Sportlife não se limita apenas ao vestuário. A cultura de rua vem impactando a indústria da moda no geral, incorporando elementos urbanos nos desfiles de moda e na produção de acessórios e objetos de decoração.

### **1.6. Forma Jurídica**

A Sociedade Limitada trata-se de uma forma jurídica de empresa que combina características de sociedades e de empresário individual, sendo uma das opções mais comuns para empreendedores que desejam constituir um negócio com a participação de sócios.

A Majjar é uma empresa que se destaca como uma sociedade limitada, sendo um tipo de formato jurídico onde existe a possibilidade de o empreendedor ter sócios

para investir no capital social da empresa. Comprometida com a excelência e inovação.

A empresa se enquadra como LTDA, pois possui 6 sócios, com investimento igualitário. Fundada com uma visão clara e valores sólidos onde busca oferecer soluções de alta qualidade no mercado atual. Com dedicação à integridade, eficiência e compromisso com os clientes que define sua trajetória como líder no setor.

A vantagem de optar pela sociedade limitada está na segurança jurídica que protege os bens pessoais dos sócios em caso de dívidas ou problemas financeiros da empresa, além da flexibilidade administrativa aos empreendedores, permitindo uma distribuição de responsabilidades entre os sócios de acordo com suas habilidades e interesses.

### **1.7. Enquadramento Tributário**

Uma EPP é uma empresa de pequeno porte, caracterizada por ter uma estrutura menor em termos de número de funcionários, faturamento e ativos em comparação com empresas de médio e grande porte. A Majjar é uma empresa que se enquadra no regime tributário de Empresa de Pequeno Porte (EPP). É preciso ter um faturamento anual abaixo de 4.8 milhões de reais e o máximo de 49 funcionários.

A escolha da Majjar pelo Simples Nacional é motivada pela simplificação no pagamento de impostos, unificando diversos tributos em uma única guia de pagamento, além da ajuda na redução da carga tributária e custos operacionais.

### **1.8. Capital Social**

O capital social é o valor que o empreendedor, sócios ou os acionistas da empresa estabelecem para a abertura do negócio. Ou seja, é a quantia bruta necessária para dar início às atividades da empresa, pensando no tempo que ela vai ficar sem gerar lucros suficientes para se manter. O capital social da Majjar será de R\$120.000,00, onde este dinheiro será utilizado para:

- a) Alugar um salão para montar a loja física.
- b) Marcenaria (estrutura planejada).

- c) Fachada da loja.
- d) Manequins.
- e) Espelhos.
- f) Cadeiras.
- g) Equipamentos eletrônicos (computadores, maquininhas etc.).

	Nome do Sócio	Valor R\$	%
<b>Sócio 1</b>	Adrian Victor	R\$ 20.000,00	16,67%
<b>Sócio 2</b>	Gabriel Barreto	R\$ 20.000,00	16,67%
<b>Sócio 3</b>	João Pedro	R\$ 20.000,00	16,67%
<b>Sócio 4</b>	João Victor	R\$ 20.000,00	16,67%
<b>Sócio 5</b>	Michael Souza	R\$ 20.000,00	16,67%
<b>Sócio 6</b>	Richard Santana	R\$ 20.000,00	16,67%
	<b>Total</b>	<b>R\$ 120.000,00</b>	<b>100%</b>

*Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.*

### 1.9. Fonte de Recursos

As fontes de recursos utilizadas na Majjar serão dos próprios sócios. Portanto, cada um investirá recursos próprios no valor de R\$20.000,00. O valor total investido será de R\$ 120.000,00, viabilizando assim a abertura da empresa.

Adrian Victor, trabalhando com publicidade e fazendo freelancer como design gráfico, durante muitos anos, guardou um valor significativo com o intuito de investir numa empresa. Quando apareceu a oportunidade de investir na Majjar, ele investiu R\$ 20.000,00 do dinheiro que havia guardado.

Gabriel buscou recursos financeiros procedentes de economias e investimentos que foram acumulados ao longo dos anos. O valor do investimento em R\$ 20.000,00 foi obtido por meio de uma combinação de controle de poupança, investimentos e sacrifícios pessoais em outras áreas.

João Pedro, tendo experiência na área administra, trabalhou também com finanças, por atuar nessas áreas, aprendeu a gerir corretamente seu dinheiro e investindo ao longo dos anos. Por ter seu dinheiro guardado e investido, sempre teve o foco de investir numa empresa para ter retorno financeiro. Ao parecer a oportunidade de investir na loja investiu R\$ 20.000,00 na empresa.

João Victor, ao longo dos anos trabalhando com marketing e pintura, conseguiu com muito esforço e dedicação juntar em um valor específico para fazer investimentos pessoais, e ao surgir a oportunidade de investir na Majjar com outros 5 amigos/sócios decidiu investir R\$ 20.000,00 na empresa.

Michael, por sua vez escolheu uma abordagem híbrida para financiar seu investimento de R\$ 20.000,00. Certa quantia desse valor, equivalente a R\$ 15.000,00, foi adquirido por meio de um empréstimo bancário. E os R\$ 5.000,00 foi por meio de economias pessoais.

Richard, ao investir R\$ 20.000,00, escolheu financiar sua empreitada por meio de um empréstimo bancário. A decisão mostra a sua busca por desafios de investimentos que podem trazer resultados de curto prazo.

## **2. ANÁLISE DE MERCADO**

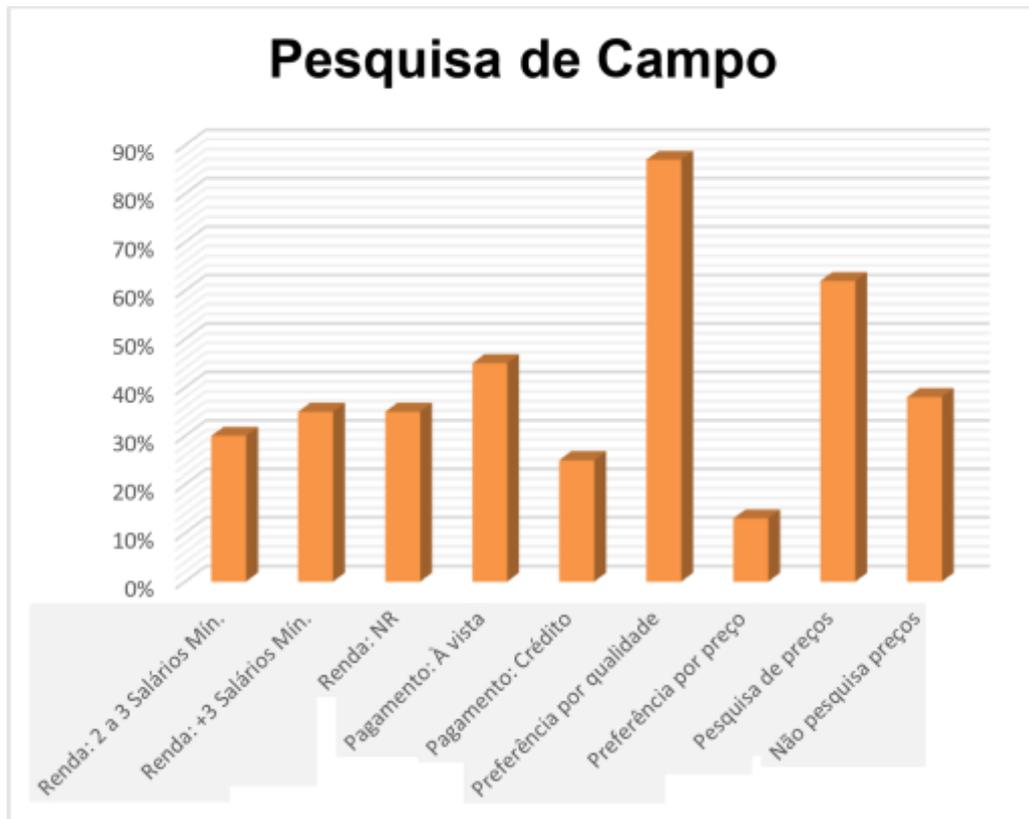
A análise de mercado é um processo de avaliação sistemática das condições e tendências que afetam um determinado setor ou segmento. Envolve a coleta e interpretação de dados sobre clientes, concorrentes e ambiente geral, visando entender as oportunidades, ameaças, pontos fortes e fracos, para orientar estratégias de negócio e tomadas de decisão.

O estudo de mercado revela que o público-alvo da Majjar é composto por pessoas de 15 a 40 anos, com preferência por produtos de qualidade. A pesquisa com 120 pessoas indica que a maioria paga à vista, valorizando qualidade e prazo de entrega. Os concorrentes, como Vans e Sufgang, oferecem produtos similares, mas a Majjar se destaca por seu atendimento presencial e online, garantia de 90 dias e preços competitivos. A estratégia da empresa é baseada em diferenciação, designs inovadores e conexão autêntica com a comunidade, visando conquistar espaço no mercado de moda streetwear.

### **2.1. Estudo dos Clientes**

O estudo do cliente é de Extrema importância, conhecer o cliente, procurar entender e o que ele espera ao adquirir nosso produto, o alvo da pesquisa são pessoas com a faixa etária de idade, entre 15 e 40 anos. O estudo do cliente é um processo realizado para conhecer a preferência dos clientes em relação a compras e que atenda a suas necessidades.

Mediante a localização realizou-se uma pesquisa com 120 pessoas onde 30% de sua renda varia de 2 a 3 salários-mínimos enquanto 35% recebem mais que 3 salários-mínimos, os outros 35% não responderam sua renda. Uma boa parte dos clientes entrevistados costumam pagar suas compras à vista cerca de 45% enquanto 25% utilizam a forma de pagamento como crédito. No público entrevistado 87% pagariam por um produto de qualidade enquanto 13% não pagariam mais por um produto de qualidade. Enquanto ao cliente de pessoa jurídica podemos verificar que trabalham com o público formado. Quanto ao que mais esperavam dos fornecedores a resposta mais ênfase foi o prazo de entrega, mas também qualidade e bom atendimento. A maioria dos entrevistados, 62% realizam pesquisa de preços, enquanto 38% não tem esse hábito.



*Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.*

## 2.2. Estudo dos Concorrentes

Ao criar uma marca como a Majjar é crucial entender o cenário competitivo onde ela irá operar. Realizar uma pesquisa detalhada sobre os concorrentes é fundamental para identificar oportunidades e desafios.

Comparando aspectos como qualidade, preço, localização e serviços prestados, podemos obter informações importantes sobre como posicionar a empresa no mercado de forma estratégica. O estudo da concorrência não apenas nos permite entender melhor as expectativas dos clientes, mas também nos ajuda a diferenciar nossa marca, identificar lacunas no mercado e desenvolver estratégias de marketing mais eficientes. Dedicar tempo e esforço para analisar os concorrentes é um passo essencial para o sucesso da Majjar e para a construção de uma marca forte e competitiva.

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de	Localização
<b>MAJJAR</b>	Cores variáveis, algodão de alta qualidade.	Camisetas – R\$99,99 Blusas R\$160,00 Shorts Tactel – R\$89,99	Pagamento via boleto, cartão de débito e crédito em até 3x, dinheiro.	Av. dos Jequitibás, 101 – Jd. Oriental, São Paulo – SP, 05263-30
<b>Vans</b>	Cores variáveis, algodão e tecidos sintéticos.	Camisetas – R\$150 Blusas – R\$ 357,99	Pagamento via boleto, cartão de débito e crédito em até 10x.	Av. Ibirapuera, 3103 – Loja 73, São Paulo, SP.
<b>Sufgang</b>	Cores variáveis, alta qualidade e embalagens personalizadas	Camisetas –R\$199,90 Blusas – R\$ 369,90	Cartão de débito e Crédito em até 10x, dinheiro e pix	Alameda dos Jurupis, 1007 - Moema, SP.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Empresa	Atendimento	Serviços aos clientes	Garantias oferecidas
<b>MAJJAR</b>	Atendimento presencial e online via WhatsApp e telefone.	O atendimento da loja física é de segunda a sexta e a abertura da loja é a partir das 9:30 até às 19:30.	Garantia de 90 dias após a compra ou recebimento do produto.
<b>Vans</b>	Atendimento presencial e via internet.	O atendimento da loja física é de domingo a domingo, a abertura a partir das 10:00 até às 22:00.	Garantia de 90 dias para produtos duráveis, como calçados e roupas.
<b>Sufgang</b>	Lojas físicas e online.	O atendimento da loja física é de domingo a domingo, a abertura a partir das 9:00 até às 20:00	Garantia de 90 dias de acordo com o código do consumidor.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

A Majjar está preparada para competir com marcas estabelecidas como a Vans e a Sufgang no mercado da moda Streetwear e Sportlife. Nossa abordagem diferenciada, combinada com designs inovadores e qualidade excepcional, irá cativar os consumidores. A autenticidade dos nossos produtos e a conexão autêntica com nossa comunidade farão com que as pessoas escolham a Majjar sobre os concorrentes. Acreditamos que há espaço para todos, e nossa marca trará uma nova energia e perspectiva ao cenário da moda.

### 2.3. Estudo dos Fornecedores

A empresa pretende construir uma parceria transparente e sólida com os fornecedores, a fim de atender da melhor forma os seus clientes e garantir a qualidade dos seus produtos e serviços oferecidos. Para isso, é preciso estabelecer uma comunicação eficiente, negociar os prazos e oferecer preços justos.

A seleção dos fornecedores foi ponderada, visando garantir a qualidade, confiabilidade e eficiência dos produtos e serviços oferecidos. A empresa está confiante que escolheu os melhores fornecedores para atender os seus clientes.

Ordem	Descrição dos Itens a serem adquiridos	Nome do fornecedor	Preço (R\$)	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização
1	Notebook 2unid	Amazon - Samsung	R\$ 1.589,00	Crédito	10 dias	Loja online
2	Câmera de segurança 2unid	Amazon - Intelbras	R\$ 139,69	Crédito	8 dias	Loja online
3	Caixa Registradora 1unid	Amazon - Genérico	R\$ 249,99	Crédito	8 dias	Loja online
4	Máquina de cartão 2unid	Mercado pago	R\$ 119,80	Crédito	3 dias	Loja online
5	Kit Cabide 50unid	Amazon - Cs Cabides	R\$ 49,90	Crédito	12 dias	Loja online
6	Arara Oval 2unid	Amazon - Genérico	R\$ 189,00	Crédito	4 dias	Loja online
7	Arara de parede 4unid	Amazon - Genérico	R\$ 64,90	Crédito	5 dias	Loja online
8	Manequim 4unid	Mercado livre - Genérico	R\$ 716,30	Crédito	9 dias	Loja online
9	Espelho grande 2unid	Mercado livre - Genérico	R\$ 149,90	Crédito	12 dias	Loja online
10	Balcão recepção	Amazon - Genérico	R\$ 398,90	Crédito	9 dias	Loja online
11	Cadeira 2unid	Amazon - FORTT	R\$ 179,00	Crédito	10 dias	Loja online
12	Sacola tamanho G 100unid	Souza Company	R\$ 425,00	Crédito	1 dia	Loja online
13	Sacola tamanho P 100unid	Souza Company	R\$ 130,77	Crédito	1 dia	Loja online
14	Camisas	Karla	R\$ 55,00	Crédito	23 dias	Loja física
15	Blusas	Tech Malhas	R\$ 60,00	Crédito	24 dias	Loja online
15	Shorts Tactel	Tech Malhas	R\$ 45,60	Crédito	25 dias	Loja online

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

### 3. PLANO DE MARKETING

Plano de Marketing é o documento que sintetiza o planejamento das estratégias de marketing para determinado período, incluindo objetivos, indicadores, análises, entre outras informações importantes para orientar a empresa. Plano de marketing é muito importante na parte de marketing da empresa, definindo ações e estratégias para atingir os objetivos dos negócios.

A empresa possui um plano de marketing que visa alcançar os consumidores, com o intuito de fazer com que os consumidores deste mercado, sejam alcançadas assertivamente, de modo que compre os produtos oferecidos.

#### 3.1. Descrição dos Principais Produtos e Serviços

A Majjar destaca-se por oferecer ótimas opções de peças Streetwear e Sportlife, abrangendo camisetas, blusas de moletom e shorts tactel. Com o compromisso de proporcionar estilo e qualidade, a marca busca oferecer opções acessíveis aos clientes, mantendo-se fiel à essência da cultura de rua.

	Modelo	Tamanho	Cor	Marca
<b>Camisa</b>	Curta	P, M, G, GG.	Cinza, Preto, Bege	Majjar
<b>Blusa de Moletom</b>	Manga Longa	G, GG, XXG, EXG, XLG	Cinza e Preto	Majjar
<b>Shorts de Tactel</b>	Curta	P, M, G	Cinza e Preto	Majjar

*Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.*

#### 3.2. Preço

Os preços dos produtos e serviços da Majjar foram determinados levando em consideração diversos fatores, incluindo os custos de produção, despesas operacionais, concorrência no mercado e percepção de valor pelo cliente. Abaixo estão os preços estimados dos principais produtos e serviços oferecidos:

Produtos	Preços
Camisetas	R\$99,99 – R\$110,00
Blusas de moletom	R\$160,00 – R\$180,00
Shorts Tactel	R\$89,99 – R\$100,00

*Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.*

### 3.3. Estratégias Promocionais

**Programa de Fidelidade:** Programa de fidelidade onde os clientes acumulam pontos a cada compra, podendo trocar por descontos.

**Descontos progressivos:** Quanto mais o cliente compra, maior é o desconto aplicado em sua próxima compra.

**Internet:** Será criado um site para que as pessoas acessem e façam seus pedidos sob encomenda.

**Frete grátis na primeira compra:** Quando o cliente realizar a primeira compra, ele terá frete grátis a partir de 3 produtos adquiridos na loja (se a entrega for dentro da capital de São Paulo).

**Redes sociais:** Os produtos da Majjar serão divulgados além do site, no Instagram (será feito parcerias com influenciadores de pequeno/médio porte, que tenham de 10K a 100K de seguidores). Haverá também divulgações no WhatsApp quando a loja já tiver clientes fidelizados.

### 3.4. Estrutura de Comercialização

Na estrutura de comercialização da Majjar terá diversos canais para garantir que os produtos cheguem aos clientes de forma eficiente e satisfatória. Considerando o perfil do público-alvo e as características dos produtos oferecidos, os seguintes meios serão explorados:

**Loja Física:** A loja física será o principal ponto de contato com os clientes, proporcionando uma experiência de compra presencial. Localizada estrategicamente na Av. dos Jequitibás, a loja oferecerá um ambiente acolhedor e acessível aos consumidores.

**Marketplace:** A Majjar também explorará a venda por meio de marketplaces, aproveitando a visibilidade e o alcance dessas plataformas. A presença em

marketplaces permitirá que os produtos sejam acessados por um público mais amplo, aumentando as oportunidades de vendas.

**Site/Loja Virtual:** Além da presença física e nos marketplaces, a empresa terá um site ou loja virtual própria. Isso proporcionará aos clientes a conveniência de fazer compras online, ampliando a acessibilidade aos produtos da Majjar.

**Canais de Venda Online (Instagram, Facebook):** A empresa explorará os canais de venda online, como Instagram e Facebook, para divulgar seus produtos e interagir com os clientes. Essas plataformas serão utilizadas para promover os produtos, compartilhar conteúdo relevante e facilitar o processo de compra.

**Pedidos Sob Encomenda:** A Majjar oferecerá a opção de pedidos sob encomenda, permitindo que os clientes personalizem seus produtos de acordo com suas preferências. Esse serviço agregará valor ao negócio, atendendo às necessidades específicas dos clientes.

**Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC):** Um serviço de SAC eficiente será disponibilizado para garantir um atendimento de qualidade aos clientes. Isso incluirá canais de comunicação, como telefone, e-mail e chat online, para resolver dúvidas, receber feedback e oferecer suporte pós-venda. Essa estrutura de comercialização abrange diversos canais para alcançar os clientes de maneira eficaz, proporcionando uma experiência de compra satisfatória e atendendo às demandas do mercado. A integração desses canais permitirá que a Majjar expanda sua presença e aumente suas vendas, consolidando-se como uma referência no segmento de moda Streetwear e Sportlife.

### **3.5. Localização do Negócio**

A Majjar estará localizada na Avenida Jequitibás N°101, Jardim Oriental, São Paulo/SP. Pois ficará próxima ao terminal de ônibus e metrô do Jabaquara, sendo extremamente movimentada diariamente por pessoas que utilizam o metrô e terminal de ônibus para trabalhar.

O local é de fácil acesso facilitando a ida dos consumidores até a galeria que a loja estará localizada. A região é muito segura, pois tem o posto da polícia militar do Jabaquara próximo a empresa. Cerca de 40 mil pessoas utilizam o metrô Jabaquara diariamente, sendo extremamente movimentada a região.



Fonte: Google Maps, 2024.

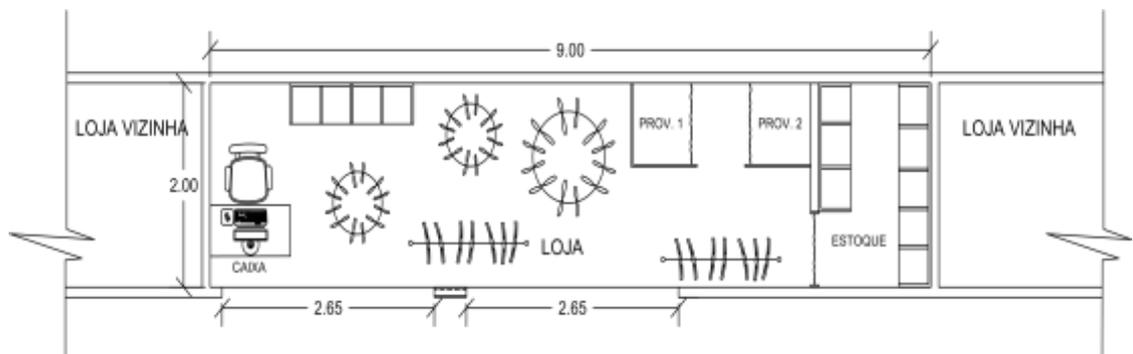
## 4. PLANO OPERACIONAL

O plano operacional é uma parte crucial do planejamento empresarial, detalhando as atividades diárias necessárias para atingir os objetivos estratégicos. Ele descreve os processos, recursos e responsabilidades para alcançar metas específicas de curto prazo. Sua importância reside em fornecer uma estrutura clara para a execução eficiente das operações, garantindo a coordenação adequada entre os departamentos e maximizando a produtividade da empresa.

### 4.1. Layout ou Arranjo Físico

O layout engloba elementos como texto, gráficos, imagens e a forma como eles se encontram em um determinado espaço. O layout da Majjar, está sendo meticulosamente planejado, visando oferecer acessibilidade ambiente seguro e propício para uma loja de roupas.

Apesar da loja não possuir provadores está sendo analisado para que futuramente, seja feito no mínimo 2 provadores para que os clientes possam provar as roupas. O tamanho do espaço da loja, permite que os clientes circulem à vontade, pois as roupas estão expostas em araras de diversos tipos, como em araras verticais, ovais e de parede, os manequins estarão bem-posicionados, pois estarão na frente da loja, facilitando que possíveis clientes vejam o que a loja está oferecendo.



*Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.*

## **4.2. Capacidade Produtiva, Comercial e de Prestação de Serviços**

A Majjar terá um estoque inicial de 320 camisas, variadas em tamanhos e modelos diferentes, contará também com 220 blusas e 200 shorts tãctel. A Estimativa do faturamento mensal é de entorno de R\$85.194,80.

Durante os meses festivos, como o mês de agosto (dias dos pais) e dezembro (festas de fim de ano) o estoque será aumentado em 5%, devido a ser datas que as pessoas costumam presentear umas às outras. A loja visa ter um atendimento de 7 clientes por dia, próximo às datas festivas, a meta será atender de 13 a 18 clientes por dia, tendo como intuito atender as necessidades dos consumidores, e fidelizar os clientes da loja.

## **4.3. Processos Operacionais**

### **1 - Pedido da Fabricação das Roupas:**

Este processo envolve desde a coleta de informações sobre a demanda e preferências dos clientes até o contato com fornecedores de tecido e matéria-prima. As especificações de design e a quantidade de produtos desejados são enviadas aos fornecedores, e o acompanhamento do processo de fabricação e prazos de entrega é realizado.

### **2 - Recebimento das Mercadorias:**

Após a fabricação, as mercadorias são recebidas na loja, onde é feita uma inspeção de qualidade. As entregas são registradas e organizadas no sistema de estoque, verificando possíveis danos durante o transporte. Em caso de problemas, é feita a comunicação com os fornecedores.

### **3 - Estoque:**

As mercadorias recebidas são classificadas e organizadas no estoque por tipo, tamanho e modelo. Registros precisos de inventário são mantidos, e sistemas de controle são implementados para monitorar os níveis de estoque e reabastecimento, evitando excesso ou escassez de produtos.

### **4 - Organização e Exposição dos Produtos:**

A organização inclui o layout da loja para otimizar a exposição dos produtos e facilitar a navegação dos clientes. Manequins, prateleiras e displays são utilizados para destacar os produtos e criar uma atmosfera atraente. A rotatividade dos

produtos é feita para manter a exposição interessante e atualizada, com sinalização clara sobre preços e características dos produtos.

#### 5 - Atendimento ao Cliente:

A equipe de vendas é treinada em habilidades de atendimento ao cliente, oferecendo assistência durante a compra. Respostas rápidas e eficientes são dadas a perguntas, reclamações e solicitações dos clientes, com atendimento personalizado para atender às necessidades individuais.

#### 6 - Vendas:

Métodos de vendas eficazes são utilizados para aumentar o valor médio do pedido, como upselling e cross-selling. Ofertas especiais e descontos sazonais incentivam as vendas, com facilidades de pagamento disponíveis e registro de vendas no sistema de ponto de venda.

#### 7 - Trocas:

Uma política clara de trocas e devoluções é estabelecida para garantir a satisfação do cliente. Devoluções são aceitas dentro do prazo estabelecido e em condições específicas, com procedimentos definidos para processar trocas e reembolsos eficientemente.

#### 8 - Manutenção e Limpeza:

Rotinas regulares de limpeza e manutenção são realizadas para garantir um ambiente limpo e organizado. Equipamentos e instalações são inspecionados e mantidos regularmente para evitar falhas e garantir segurança, com reposição de produtos e reparo de danos conforme necessário.

#### 9 - Promoção e Marketing:

Estratégias de marketing digital são desenvolvidas, incluindo campanhas de mídia social, e-mail marketing e anúncios online. Eventos promocionais são organizados para incentivar as vendas, com programas de fidelidade e descontos para clientes. Monitoramento e análise de resultados são realizados para otimizar as estratégias de marketing.

#### 10 - Gestão Administrativa:

Gerenciamento de recursos humanos, contabilidade e finanças, administração de sistemas de tecnologia da informação e cumprimento de obrigações legais são partes integrantes da gestão administrativa da loja. Isso inclui contratação, treinamento, controle de custos, administração de sistemas de TI e cumprimento de obrigações legais como pagamento de impostos e licenças.



*Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.*

#### 4.4. Necessidade de Pessoal

A empresa é constituída por 7 funcionários ao todo, sendo divididos em um CEO, Gerentes, equipe de vendedores e uma faxineira. O CEO é o principal líder da empresa, sendo responsável pela tomada de decisões estratégicas de alta importância e definir a direção da organização em longo prazo, desempenha um papel crucial no desenvolvimento da visão e dos objetivos da empresa. Já os gerentes trabalham para garantir o funcionamento da loja e ajudando a alcançar as metas de venda.

Assim como os vendedores que têm o papel essencial na interação direta com os clientes. A faxineira desempenha um papel importante na manutenção da limpeza e organização do ambiente, garantindo que a loja esteja sempre apresentável para os clientes.

Cargo/Função	Qualificação necessária
<b>CEO</b>	Graduação em Publicidade, 4 anos de experiência

<b>Gerente Geral</b>	Graduação em Administração, 2 anos de experiência
<b>Gerente Operacional</b>	Graduação em Comunicação Visual, 2 anos de experiência
<b>Vendedor</b>	Graduação em Gestão Comercial, sem experiência em vendas
<b>Vendedor</b>	Graduação em Marketing, sem experiência em Vendas
<b>Vendedor</b>	Graduação em Administração, sem experiência em vendas
<b>Faxineira</b>	Ensino Médio completo, 10 anos de experiência em faxina

*Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.*

## 5. PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro de uma empresa é o documento que descreve as projeções, estratégias e ações que o negócio pretende seguir para atingir seus objetivos financeiros. Na prática, é como um guia que indica como a empresa deve ganhar, gastar e administrar seu dinheiro ao longo do tempo.

O plano financeiro é essencial para garantir a saúde financeira e o crescimento sustentável da empresa. Além de prever receitas e despesas, ele também inclui análises de fluxo de caixa, previsões de lucro e perda, além de estratégias para lidar com possíveis desafios financeiros. Ao fornecer uma visão clara das finanças da empresa, o plano financeiro ajuda na tomada de decisões informadas e na alocação eficiente de recursos.

### 5.1. Estimativa dos Investimentos Fixos

O investimento fixo se refere aos recursos financeiros destinados à aquisição de ativos duráveis necessários para o funcionamento de um negócio. No caso da Majjar, o investimento fixo é de R\$ 24.142,07 este valor de investimento é fundamental para o estabelecimento e crescimento do negócio, proporcionando uma base sólida para o sucesso da marca.

#### Máquinas e Equipamentos

Recursos	Qtde.	Valor Unitário	Total
Notebooks	2	R\$1.599,90	R\$3.199,80
Câmera de Segurança	2	R\$139,50	R\$ 279,00
Gaveta de Dinheiro	1	R\$249,99	R\$249,99
Máquina de cartão	2	R\$119,90	R\$239,80
<b>Subtotal</b>			<b>R\$3.968,58</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

#### Móveis e Equipamentos

Recursos	Qtde.	Valor Unitário	Total
Cadeiras	2	R\$179,00	R\$ 358,00

<b>Balcão</b>	1	R\$398,00	R\$ 398,00
<b>Cabides</b>	5 (kit50)	R\$49,50	R\$ 147,50
<b>Arara Oval</b>	2	R\$189,00	R\$378,00
<b>Arara Parede</b>	4	R\$64,90	R\$259,60
<b>Manequins</b>	4	R358,15	R\$1432,60
<b>Espelho Grande</b>	2	R\$149,44	R\$298,88
<b>Subtotal</b>			<b>R\$3.273,48</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

### Veículos

Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
<b>Fiorino - 2002</b>	1	R\$ 16.900,00	R\$ 16.900,00
<b>Subtotal</b>			<b>R\$ 16.900,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

### Total

<b>Investimentos fixos</b>	<b>R\$ 24.142,07</b>
----------------------------	----------------------

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

## 5.2. Capital de Giro

O capital de giro da empresa são os recursos financeiros necessários que ela precisa para se manter funcionando regularmente, é a parte do investimento total que fica reservada para o pagamento de custos e despesas ao longo do tempo. O capital de giro também é essencial para cobrir despesas inesperadas, aproveitar oportunidades de investimento e manter a liquidez da empresa. Ele engloba tanto os ativos circulantes, como estoques e contas a receber, quanto os passivos circulantes, como contas a pagar e empréstimos de curto prazo. Ter um capital de giro adequado ajuda a garantir a saúde financeira e a sustentabilidade do negócio a longo prazo.

### Estimativa de Estoque Inicial

	Descrição	Qtde.	Valor unitário	Total
1	Camisas	320	R\$55,00	R\$17.600,00
2	Blusas	220	R\$60,00	R\$13.200,00
3	Shorts Tactel	200	R\$45,60	R\$9.120,00
	<b>TOTAL</b>	<b>740</b>		<b>R\$39.920,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

### Caixa Mínimo – Contas a Receber

Prazo médio de vendas	%	Número de dias	Média ponderada em dias
A vista	30%	0	0
A prazo (1)	50%	30	15
A prazo (2)	20%	60	12
		<b>Prazo médio total</b>	<b>27 dias</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

### Caixa Mínimo – Fornecedores

Prazo médio de compras	%	Número de dias	Média ponderada em dias
A vista	10%	0	0
A prazo (1)	45%	30	13,5 dias
A prazo (2)	45%	60	27 dias
		<b>Prazo médio total</b>	<b>40,5 dias</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

	Número de dias
<b>Necessidade média de estoque</b>	<b>15 dias</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

	Número de dias
<b>Recursos da empresa fora do seu caixa</b>	
1. Contas a receber – prazo médio de vendas	27 dias
2. Estoques – necessidade média	15 dias
<b>Subtotal 1 (item 1+2)</b>	<b>42 dias</b>

Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	40,5 dias
Subtotal 2	40,5 dias
<b>Necessidade líquida de capital de giro em dias</b>	<b>41 dias</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

### Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$ 29.190,64
2. Custo variável mensal	R\$ 52.528,83
3. Custo total da empresa	R\$ 81.719,47
4. Custo total diário	R\$ 2.723,98
5.Necessidade líquida de capital de giro em dias	41 dias
<b>Total caixa mínimo</b>	<b>R\$ 111.683,18</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

### Capital de Giro

Estoque inicial	R\$ 39.920,00
Caixa mínimo	R\$111.683,18
<b>Total do Capital de giro</b>	<b>R\$151.603,18</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

### 5.3. Investimentos Pré-Operacionais

Investimento pré-operacional se refere aos recursos financeiros destinados a despesas necessárias para preparar o lançamento e o início das operações de uma empresa. Esses investimentos são realizados antes do início oficial das atividades comerciais e têm como objetivo principal estabelecer as bases para o funcionamento eficaz do negócio. A Majjar terá despesas de registro da empresa no valor de R\$ 1.500,00, essas despesas são destinadas ao registro legal e formalização da empresa, incluindo taxas de registro, obtenção de licenças e alvarás necessários para operar legalmente.

Obras de Melhoria do Imóvel com um investimento de R\$ 10.000,00, estas obras visam adequar o espaço físico onde a empresa será instalada às necessidades específicas do negócio.

Divulgação investimento mensal de R\$ 500,00 em divulgação, destinado a promover a marca, produtos ou serviços da empresa antes mesmo do início das operações. Esses investimentos pré-operacionais são essenciais para garantir o sucesso e a viabilidade do negócio desde o início.

Investimentos Pré-operacionais	Valor
Despesas de legalização	R\$1.500,00
Obras civis e/ou reformas	R\$10.000,00
Divulgação	R\$500,00
Outras despesas	R\$500,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 12.500,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

#### 5.4. Investimento Total (Resumo)

O investimento inicial destinado aos itens que são necessários para abertura do negócio, sendo distribuído de forma organizada, juntamente aos capitais investidos pelos sócios, sendo recursos próprios. Com um investimento total de R\$ 120.000,00, a Majjar precisa distribuir de forma estratégica esse capital inicial entre os itens essenciais para a abertura do negócio, além dos recursos próprios dos sócios. Esses recursos iniciais não só financiam aspectos como aluguel de espaço, compra de equipamentos e materiais, mas também formam uma base sólida para o capital de giro, garantindo que a empresa tenha os recursos necessários para operar de forma eficiente e sustentável desde o início.

Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	(%)
1. Investimentos fixos	R\$24.142,07	12,82
2. Capital de giro	R\$151.603,18	80,53
3. Investimentos pré-operacionais	R\$12.500,00	6,64
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 188.245,25</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Fonte de Recursos	Valor (R\$)	(%)
1. Recursos próprios	120.000,00	100
<b>TOTAL</b>	<b>120.000,00</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

### 5.5. Estimativa do Faturamento Mensal

Para estimativa do faturamento mensal, os valores de venda são fundamentais para prever a receita que a empresa pode gerar com suas operações. Esses valores representam a receita esperada para cada mês, com base nas projeções de vendas de cada tipo de produto.

Para manter uma visão precisa do desempenho financeiro da empresa, é crucial atualizar regularmente essas estimativas com dados reais de vendas. Essas projeções de faturamento também servem como referência para estabelecer metas de vendas e avaliar o progresso ao longo do tempo. Dessa forma, o acompanhamento diligente das estimativas de faturamento mensal é essencial para o sucesso sustentável do negócio.

Produto	Quantidade (Estimativa de venda)	Preço de venda unitário (R\$)	Faturamento total (R\$)
Camisas	320	R\$99,99	R\$31.996,80
Blusas	220	R\$160,00	R\$35.200,00
Short Tactel	200	R\$89,99	R\$17.998,00
<b>TOTAL</b>	<b>740</b>		<b>R\$85.194,80</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

### 5.6. Estimativa do Custo Unitário de Matéria-Prima, Materiais Diretos e Terceirizações

A Majjar não possui gastos com matéria prima por não fabricar os produtos que serão vendidos, e sim revender os produtos prontos. Os gastos incluem os materiais diretos, que são peças revendidas. Se enquadra como gastos de terceirização, os honorários do contador. Além do custo de R\$ 39.920,00 com os

materiais diretos, a Majjar não incorre em gastos com matéria-prima, pois não fabrica os produtos que serão comercializados, mas sim os revende. Esses gastos são essenciais para garantir um estoque adequado e atender à demanda dos clientes. Além disso, os honorários do contador se enquadram como gastos de terceirização, pois são necessários para manter a conformidade fiscal e contábil da empresa, permitindo que ela opere de maneira legal e transparente.

Material	Quantidade	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Camisas	320	55,00	R\$17.600,00
Blusas	220	60,00	R\$13.200,00
Short Tactel	200	45,60	R\$9.120,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$39.920,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Terceirizações	Quantidade	Valor Unitário	Valor (R\$)
Sacola Tamanho G	740	R\$2,25	R\$1.665,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$1.665,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

<b>TOTAL</b>		<b>R\$41.585,00</b>
--------------	--	---------------------

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

## 5.7. Estimativa dos Custos de Comercialização

No que se refere a tabela abaixo é o demonstrativo que estima os custos de comercialização, nela está descrito os gastos com impostos, propagandas e com taxas de administração do cartão de crédito/débito, sendo assim, os gastos que estão ligados exatamente com as vendas, assim como os custos com materiais diretos ou mercadoria vendida, é considerado um custo variável.

Descrição	(%)	Faturamento estimado anual	Custo total

<b>1. Impostos</b>			
<b>Simples</b>	10,7%	R\$1.022.337,60	R\$109.390,12
<b>Subtotal 1</b>	10,7%		R\$109.390,12
<b>2. Gasto com vendas</b>			
<b>Propagandas</b>	0,5%	R\$1.022.337,60	R\$5.111,68
<b>Taxa de administração do cartão de crédito</b>	3,60%	R\$1.022.337,60	R\$36.804,15
<b>Subtotal 2</b>	4,1%		R\$41.915,83
<b>TOTAL</b>	<b>14,8%</b>		<b>R\$151.305,95</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

## 5.8. Apuração do Custo dos Materiais Diretos e/ou Mercadorias Vendidas

Tabela de custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas é essencial para a Majjar para garantir uma gestão eficiente dos custos de produção, maximizar a lucratividade e manter sua competitividade. A utilização de R\$39.920,00 é crucial para a loja. Essa informação não apenas permite uma gestão eficiente dos custos de produção, mas também ajuda a maximizar a lucratividade ao identificar oportunidades de redução de despesas ou ajustes nos preços de venda. Além disso, manter-se atualizado com os custos dos materiais é fundamental para manter a competitividade da empresa no mercado, garantindo que seus produtos sejam oferecidos a preços atrativos.

<b>Produto</b>	<b>Estimativa de vendas</b>	<b>Custo unitário (R\$)</b>	<b>CMD/CMV (R\$)</b>
<b>Camisas</b>	320	R\$55,00	R\$17.600,00
<b>Blusas</b>	220	R\$60,00	R\$13.200,00
<b>Shorts Tactel</b>	200	R\$45,60	R\$9.120,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$39.920,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

## 5.9. Estimativa dos Custos com Mão de Obra

A estimativa dos custos com mão de obra é essencial para a Majjar para garantir uma gestão eficaz dos recursos humanos, precificar adequadamente seus produtos, melhorar a eficiência operacional e tomar decisões estratégicas informadas em relação à força de trabalho. A Majjar terá um gasto mensal de R\$22.599,96 com mão de obra. Estimar e monitorar os custos com mão de obra é fundamental para garantir a sustentabilidade financeira e o crescimento contínuo da empresa.

### Salários

Função	Nº de empregados	Salário mensal (R\$)	(%) de encargos sociais	Encargos sociais (R\$)	Total (R\$)
Faxineira	1	600,00			600,00
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>				<b>600,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

### Pró-Labore

Função	Nº de empregados	Salário mensal (R\$)	Total (R\$)
CEO	1	3.666,66	3.666,66
Gerente Geral	1	3.666,66	3.666,66
Gerente Operacional	1	3.666,66	3.666,66
Vendedor	3	3.666,66	10.999,98
<b>Total</b>	<b>6</b>		<b>21.999,96</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

## 5.10. Estimativa do Custo com Depreciação

Estimativa do custo com depreciação será importante para que a Majjar possa garantir uma gestão eficaz de seus ativos fixos, precificar adequadamente seus produtos, manter registros contábeis precisos, tomar decisões de investimento informadas e avaliar o desempenho financeiro da empresa ao longo do tempo.

A Majjar terá um custo anual com depreciação de R\$2.108,26. Esses custos refletem o desgaste gradual dos ativos e devem ser considerados na análise financeira para garantir a sustentabilidade e o crescimento contínuo do negócio.

### Máquinas e Equipamentos

Ativos Fixos	Valor Unitário (R\$)	Qtde	Total	Vida Útil em Anos	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
Notebooks	R\$1599,90	2	R\$3.199,80	5 anos	R\$139,98	R\$26,66
Câmera de Segurança	R\$139,50	2	R\$279,00	5 anos	R\$27,90	R\$2,32
Gaveta de Dinheiro	R\$249,00	1	R\$249,99	5 anos	R\$49,80	R\$4,15
Máquina de Cartão	R\$119,90	2	R\$239,80	5 anos	R\$23,98	R\$1,99
<b>TOTAL</b>					<b>R\$241,66</b>	<b>R\$35,12</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

### Móveis

Ativos Fixos	Valor do Unitário (R\$)	Qtde.	Total	Vida Útil em Anos	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
Cadeiras	R\$179,00	2	R\$358,00	10 anos	R\$17,90	R\$1,49
Balcão	R\$398,00	1	R\$398,00	10 anos	R\$39,80	R\$3,31
Cabides	R\$49,50	50	R\$147,50	5 anos	R\$9,90	R\$0,82
Arara Oval	R\$189,00	2	R\$378,00	10 anos	R\$18,90	R\$1,57
Arara Parede	R\$64,90	4	R\$259,60	10 anos	R\$6,49	R\$0,54

Manequins	R\$358,15	4	R\$1432,60	5 anos	R\$71,63	R\$5,96
Espelho Grande	R\$149,44	2	R\$298,88	5 anos	R\$29,88	R\$2,49
<b>TOTAL</b>					<b>R\$176,60</b>	<b>R\$14,69</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

### Veículos

Ativos Fixos	Valor do Unitário (R\$)	Qtde.	Total	Vida Útil em Anos	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
Veículos	R\$16.900	1	R\$16.900	10 anos	R\$1.690	R\$140,83
<b>TOTAL</b>					<b>R\$1.690</b>	<b>R\$140,83</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
<b>TOTAL</b>	<b>R\$2.108,26</b>	<b>R\$190,64</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

### 5.11. Estimativa dos Custos Fixos Operacionais Mensais

Os custos fixos mensais da Majjar, representam os gastos necessários para manter as operações funcionando. Refere-se as despesas regulares e recorrentes que a empresa deve pagar todos os meses, independentemente do volume de vendas ou da produção. Esses custos são estáveis e não mudam de mês para mês.

DESCRIÇÃO	CUSTO TOTAL MENSAL (EM R\$)
Aluguel	R\$1.600,00
IPTU	R\$300,00
Água	R\$100,00
Energia Elétrica	R\$300,00
Telefone+internet	R\$150,00
Pró-labore	R\$22.000,00
Manutenção dos Equipamentos	R\$200,00

<b>Salários + encargos</b>	R\$600,00
<b>Material de Limpeza</b>	R\$100,00
<b>Material de Escritório</b>	R\$50,00
<b>Combustível</b>	R\$500,00
<b>Marketing</b>	R\$1.000,00
<b>Depreciação</b>	R\$190,64
<b>Encargos Contador</b>	R\$600,00
<b>Outras Despesas</b>	R\$1.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$29.190,64</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

## 5.12. Demonstrativo de Resultados

O demonstrativo de resultados é uma ferramenta de grande importância para a empresa entender o seu desempenho financeiro, tomar decisões certas e planejar o futuro da empresa de forma estratégica. Por meio do demonstrativo de resultados, a Majjar poderá analisar detalhadamente suas receitas, despesas e lucros ao longo de um período específico. Isso proporcionará insights valiosos sobre áreas de sucesso e possíveis desafios, permitindo à empresa ajustar suas estratégias conforme necessário. Além disso, o demonstrativo de resultados ajuda a empresa a comunicar sua saúde financeira a investidores, credores e outros stakeholders, fortalecendo sua posição no mercado.

<b>Descrição</b>	<b>R\$</b>	<b>%</b>
<b>1. Receita Total com Vendas</b>	R\$ 1.022.337,60	100%
<b>2. Custos Variáveis Totais</b>		
<b>(-) Custos com Materiais Diretos e/ou CMV</b>	R\$ 479.040,00	46,86%
<b>(-) Impostos sobre vendas</b>	R\$ 109.390,12	10,70%
<b>(-) Gastos com vendas</b>	R\$ 41.915,83	4,10%
<b>Subtotal de 2</b>	R\$ 630.345,95	61,66%
<b>3. Margem de Contribuição</b>	R\$ 391.991,65	38,34%
<b>4. (-) Custos Fixos Totais</b>	R\$ 350.287,68	34,26%

<b>Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo)</b>	<b>R\$ 41.703,97</b>	<b>4,07%</b>
---	----------------------	--------------

*Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.*

### 5.13. Indicadores de Viabilidade

Indicadores de viabilidade fornecem à empresa boas percepções sobre a rentabilidade e sustentabilidade de seus projetos e investimentos, permitindo tomar decisões informadas e estratégicas para impulsionar o crescimento e o sucesso empresarial. Além disso os indicadores de viabilidade também ajudam a Majjar para avaliar a eficácia da gestão de riscos e a identificar oportunidades de melhoria nos processos operacionais. Ao analisar indicadores como o retorno sobre o investimento (ROI), o lucro líquido, a margem de lucro e a taxa de crescimento, a empresa pode identificar áreas de ineficiência e implementar estratégias para aumentar a eficiência e a competitividade.

#### 5.13.1. Ponto de Equilíbrio

O Ponto de Equilíbrio é uma métrica crucial para a Majjar, pois indica o volume de vendas necessário para cobrir todos os custos e despesas. É uma ferramenta que fornece percepções valiosas para a gestão de preços, planejamento financeiro, avaliação de desempenho, gestão de riscos e negociações estratégicas.

Além de indicar o volume de vendas necessário para cobrir os custos e despesas, o Ponto de Equilíbrio também auxilia a Majjar na definição de metas de vendas realistas e na identificação de oportunidades de redução de custos. Ao calcular o Ponto de Equilíbrio, a empresa pode avaliar a eficácia de sua estratégia de precificação e tomar decisões fundamentadas sobre a introdução de novos produtos ou serviços. Além disso, o Ponto de Equilíbrio é uma ferramenta valiosa para a gestão de riscos, pois permite à empresa identificar potenciais cenários adversos e tomar medidas preventivas para mitigar seus impactos. Por fim, essa métrica é essencial para negociações estratégicas, fornecendo uma base sólida para discutir termos contratuais e estabelecer parcerias comerciais vantajosas.

$$\text{Índice de Margem de Contribuição} = \text{R\$ } 391.991,65 / 1.022.337,60 = 0,38\%$$

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \text{R\$ } 350.287,68 / 0,38 = \text{R\$ } 921.809,68$$

### 5.13.2. Lucratividade

A lucratividade é uma medida essencial para a Majjar, pois indica a capacidade da empresa de gerar lucro em relação ao seu volume de vendas e custos associados. É fundamental para avaliar o desempenho financeiro, orientar decisões estratégicas, gerenciar custos, monitorar margens e atrair investidores. A lucratividade também oferece insights sobre a eficiência operacional da Majjar e sua competitividade no mercado.

Ao calcular indicadores de lucratividade como margem de lucro líquido, margem de lucro bruto e retorno sobre o patrimônio líquido, a empresa pode comparar seu desempenho financeiro com o de concorrentes e identificar áreas de oportunidade para melhoria. Além disso, a lucratividade é crucial para a gestão de fluxo de caixa, permitindo que a empresa mantenha uma reserva adequada para investimentos futuros e enfrentar eventuais períodos de baixa atividade econômica. Essa métrica também é fundamental para atrair investidores, pois demonstra a capacidade da empresa de gerar retornos sólidos sobre o capital investido.

$$\text{Lucratividade} = \text{R\$ } 41.703,97 / \text{R\$ } 1.022.337,60 \times 100 = 4,07\%$$

### 5.13.3. Rentabilidade

A rentabilidade é um indicador crucial para a empresa, pois mede a eficiência em gerar lucro com relação ao seu capital investido, sendo extremamente importante para avaliar o retorno sobre seus investimentos, analisar o desempenho financeiro, otimizar operações, atrair capital e orientar decisões estratégicas. Também auxilia na avaliação do desempenho dos ativos da empresa e na identificação de oportunidades de melhoria. Essa métrica é essencial para atrair capital de investidores, pois demonstra a capacidade da empresa de gerar retornos atrativos sobre o capital investido, além de orientar decisões estratégicas que impulsionem o crescimento e o sucesso empresarial.

**Rentabilidade** = R\$ 41.703,97 / R\$120.000,00 x100 = 34,7% ao ano

Ou seja, a rentabilidade da Majjar é de 34,7% ao ano.

#### **5.13.4. Prazo de Retorno do Investimento**

O Prazo de Retorno do Investimento (PRI) é uma métrica importante para a Majjar, pois indica o tempo necessário para recuperar o capital que foi investido. Também pode avaliar a viabilidade de investimentos, gerenciar riscos, tomar decisões de alocação de recursos e monitorar o desempenho financeiro ao longo do tempo.

O PRI também auxilia a Majjar na análise da eficiência de seus projetos e na identificação de potenciais gargalos ou áreas de melhoria. Ao calcular o PRI, a empresa pode determinar se um investimento é capaz de gerar retornos positivos dentro de um período considerado aceitável. Essa métrica é útil não apenas para tomar decisões de alocação de recursos, mas também para gerenciar riscos, uma vez que projetos com PRI mais curtos tendem a ser menos suscetíveis a mudanças no ambiente econômico ou do mercado.

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{\text{R\$ } 120.000,00}{\text{R\$ } 41.703,97} = 2,8 \text{ anos.}$$

Com esse resultado obtido se entende que o prazo de retorno é de aproximadamente 2 anos e 8 meses.

## 6. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

Descrição	Cenário Provável		Cenário Pessimista		Cenário Otimista	
	Valor (R\$)	(%)	Valor (R\$)	(%)	Valor (R\$)	(%)
<b>1.Receita total com vendas</b>	1.022.337,60	100%	R\$ 952.235,00	100%	R\$1.100.220,90	100%
<b>2.Custos variáveis</b>						
<b>Custos com materiais diretos ou CMV</b>	R\$ 479.040,00	46,86%	R\$ 357.654,50	37,56%	R\$505.234,00	45,92%
<b>Impostos sobre vendas</b>	R\$109.390,12	10,70%	R\$101.889,14	10,70%	R\$117.721,49	10,70%
<b>Gasto com vendas</b>	R\$41.915,83	4,10%	R\$ 38.679,00	4,06%	R\$45.050,28	4,09%
<b>Subtotal 2</b>	R\$ 630.345,95	61,66%	R\$ 498.222,64	52,32%	R\$ 668.005,77	60,72%
<b>3. Margem de contribuição</b>	R\$ 391.991,65	38,34%	R\$ 454.012,36	47,68%	R\$ 432.215,13	39,28%
<b>4. Custos fixos totais</b>	R\$ 350.287,68	34,26%	R\$ 480.349,80	50,44%	R\$ 370.400,88	33,67%
<b>5. Lucro/Prejuízo Operacional</b>	<b>R\$ 41.703,97</b>		<b>(-26.337,44)</b>		<b>R\$61.814,25</b>	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

A construção de cenários é uma técnica que cria diferentes histórias possíveis sobre o futuro, considerando diversas variáveis e eventos incertos. O objetivo é ajudar a empresa a se preparar para diferentes eventualidades, identificar oportunidades e ameaças, e tomar decisões estratégicas mais informadas. Essa não apenas permite uma visão mais abrangente do futuro, mas também promove a resiliência organizacional ao incentivar uma mentalidade flexível e adaptativa. Ao explorar uma gama de possíveis desdobramentos, as empresas podem desenvolver estratégias robustas que possam ser ajustadas conforme necessário, garantindo uma vantagem competitiva em um ambiente em constante mudança.

## 7. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

A avaliação estratégica é um processo de análise que visa avaliar a eficácia das estratégias de uma empresa em alcançar seus objetivos de longo prazo. Isso envolve revisar o ambiente interno e externo da empresa, identificar pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças, e ajustar as estratégias conforme necessário para garantir o sucesso futuro.

### 7.1. Análise da Matriz F.O.F.A

A análise da Matriz F.O.F.A. (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameças) é uma técnica que ajuda as empresas a entenderem sua posição estratégica no mercado. Ela envolve identificar os pontos fortes e fracos internos (Forças e Fraquezas) e as oportunidades e ameaças externas (Oportunidades e Ameças), conforme apresenta a tabela abaixo. Essa análise permite à empresa tomar decisões informadas sobre como aproveitar oportunidades e mitigar ameaças, levando em consideração seus recursos e competências internas.

	<b>Fatores Internos (Controláveis)</b>		<b>Fatores Externos (Incontroláveis)</b>
	<p><b>FORÇAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualidade nos produtos</li> <li>• Preços acessíveis</li> <li>• Localização estratégica</li> </ul>		<p><b>OPORTUNIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Destaque no setor</li> <li>• Crescimento na área</li> <li>• Fidelização dos clientes</li> </ul>
	<p><b>FRAQUEZAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poucas opções de roupas</li> <li>• Baixo Investimento</li> <li>• Baixa visibilidade</li> </ul>		<p><b>AMEAÇAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorrência com marcas consolidadas</li> <li>• Crise no mercado</li> <li>• Tendências da moda</li> </ul>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

### **Forças**

**Preços acessíveis:** Terá um preço mais acessível em comparação a outras marcas desse segmento de roupas e aumentando a atratividade da loja em termos de custo.

**Peças de qualidade:** Todas nossas peças serão feitas com materiais de alta qualidade, atraindo clientes e construindo uma relação de confiança, e também mostrando o padrão de excelência.

**Localização estratégica:** Pois estará localizada em Jabaquara perto do terminal assim facilitando para os clientes na questão da locomoção até o local, e é um bairro extremamente movimentado por ser em uma galeria.

### **Oportunidades**

**Destaque no setor:** Vender peças que se destaquem pela originalidade e relevância para cultura Streetwear e Sportlife, buscando sempre acompanhar as tendências atuais.

**Crescimento na área:** Crescimento elevado por procura de roupas nesses estilos, podendo alcançar o máximo de pessoas interessadas na moda urbana e buscando o lifestyle.

**Fidelização dos clientes:** Com atendimento personalizado e capacitado buscando resolver os problemas dos clientes da melhor forma possível e assim buscando construir um relacionamento de confiança e transparência.

### **Fraquezas**

**Baixo investimento:** Não ter tanto poder de investimento comparado a concorrência como a Vans e a Reserva que são lojas com maior poder de investimento comparado a Majjar.

**Pouca Variedade de produto:** Inicialmente a Majjar trabalha com 3 tipos de produtos: Camisas, blusas e shorts tãctel. A falta de variedade de produtos pode resultar em uma base de clientes limitada.

**Baixa visibilidade:** A loja será nova no mercado, dificultando a visibilidade e atingindo o alcance da Majjar assim atraindo poucos clientes na região que estará localizada.

### **Ameaças**

**Concorrência com marcas consolidadas:** Concorrer com grandes marcas que já possuem reputação no mercado e tem clientes fidelizados.

Crises do mercado: Possíveis crises, aumento das taxas de juros e desemprego, impactando na economia.

Tendências da moda: O Streetwear e o Sportlife são segmentos da moda influenciados pelas tendências e culturas atuais. Uma mudança nas preferências dos consumidores pode tornar os produtos da loja obsoletos, se não forem adaptados rapidamente.

## 8. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

A avaliação do plano de negócios tem como função olhar para o planejamento e ponderar se a ideia de negócios é viável e se vale a pena dar os próximos passos para concretizá-la. Não se pode considerar o plano de negócios sem uma análise de cenários. É preciso construir diferentes cenários, otimistas, pessimistas e prováveis, e considerar como seria o desempenho do negócio em cada um deles.

A partir de pesquisas realizadas no decorrer deste trabalho, foi analisado que o projeto de comércio Majjar, é viável. Frisando o plano operacional e o financeiro, mostra-se a eficiência do planejamento para diminuição de gastos e perdas desnecessárias. É visível que existem desafios a serem superados no empreendimento, estes são apresentados na matriz F.O.F.A, esta ferramenta possibilitou identificar com maior clareza os mesmos, contribuindo assim para encontrar maneiras de eliminar os desafios.

Analisando as previsões de vendas é possível compreender que, ao elaborar um plano de negócios de forma adequada, o ponto de equilíbrio torna-se uma meta alcançável. Assim como, os percentuais de lucratividade e rentabilidade mostram que o plano de negócios tem possibilidade de ter um futuro de sucesso, como mostra o prazo de retorno, que não é um período longo. Portanto, analisou-se por meio de pesquisas e percepções, que a empresa Majjar moda stretweer e sportlife, possui viabilidade para ser aberta.

## REFERÊNCIAS

Capital para investimento: saiba o que considerar para defini-lo! **Sebrae Alagoas**, 2021. Disponível em: <https://blog.sebraealagoas.com.br/empreendedorismo/capital-para-investimento-saiba-o-que-considerar-para-defini-lo/> . Acesso em: 27.Fev.2024.

CMV: aprenda a calcular o custo de mercadorias vendidas. **GS1 Brasil**, 2016. Disponível em: <https://blog.gs1br.org/cmv-aprenda-a-calcular/#:~:text=%C3%89%20um%20c%C3%A1lculo%20gerencial%20que,taxa%20de%20lucratividade%20nas%20vendas> . Acesso em: 15.Abr.2024

Corrêa, Tayrane. O que é lucratividade? Como calcular e aumentar a do seu negócio. **Ploomes**, 2023. Disponível em: <https://blog.ploomes.com/lucratividade/> . Acesso em: 16.Abr.2024

Depreciação Linear: entenda o que é e como é feito o seu cálculo. **Capital Now**, 2019. Disponível em: <https://capitalresearch.com.br/blog/depreciacao-linear/#:~:text=O%20c%C3%A1lculo%20da%20deprecia%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A9,geral%2C%20s%C3%A3o%20estimados%20pela%20empresa> . Acesso em: 16.Abr.2024

Despesas Pré-operacionais: quais são e como calculá-las. **ADV Tecnologia**, 2023. Disponível em: <https://www.advtecnologia.com.br/despesas-pre-operacionais/#:~:text=Custos%20pr%C3%A9%20operacionais%20s%C3%A3o%20aqueles,classificados%20como%20despesas%20n%C3%A3o%20recuper%C3%A1veis> . Acesso em: 15. Abr.2024

FELIX, Milena. Setor da Moda está em alta, e cresce 6,8% em 2023. **Central do Varejo**, 2023. Disponível em: <https://centraldovarejo.com.br/setor-de-moda-esta-em-alta-e-cresce-68-em-2023/> . Acesso em: 27.Fev. 2024.

Investimento inicial: qual o valor necessário para iniciar o negócio? **Inovação. Sebrae**, 2019. Disponível em:

<https://inovacaosebraeminas.com.br/artigo/investimento-inicial>. Acesso em: 15. Abr.2024.

NEVES, Luiz Henrique. Moda streetwear – Identificação de propósitos através da comunicação entre marcas e consumidores. **Caxias do Sul**, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/5592/TCC%20Luiz%20Henrique%20Sisto%20das%20Neves.pdf?sequence=1&isAllowed=y> . Acesso em: 25. Mar. 2024.

O que é: Investimento total. **Glossário Financeiro**, 2023. Disponível em: <https://glossariofinanceiro.com/glossario/o-que-e-investimento-total/#:~:text=O%20investimento%20total%20%C3%A9%20um,iniciar%20e%20manter%20um%20empreendimento> . Acesso em: 25. Mar.2024.

PAULA, Gilles. Rentabilidade e lucratividade: entenda a diferença e a importância desses conceitos para os negócios. **Treasy/ Planejamento e Controladoria**, 2013. Disponível em: <https://www.treasy.com.br/blog/rentabilidade-x-lucratividade-voce-sabe-a-diferenca/?amp=1> . Acesso em: 20. Abr. 2024.

Rentabilidade: o que é e como calcular?. **Genial Investimento**, 2022. Disponível em: <https://blog.genialinvestimentos.com.br/rentabilidade/> . Acesso em: 16. Abr.2024.

TORRES, Vitor. Tabela Simples Nacional 2024 completa| Anexos e Alíquotas. **Contabilizei**, 2023. Disponível em: [https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/tabelasimplesnacionalcompleta/?utm\\_device=m&utm\\_term=&utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=%5BMAX%5D\\_Performance\\_SP&hsa\\_campaign=13991176771&hsa\\_grp=&hsa\\_mt=&hsa\\_src=x&hsa\\_ad=&hsa\\_acc=1466761651&hsa\\_net=adwords&hsa\\_kw=&hsa\\_tgt=&hsa\\_ver=3&gad\\_source=1&gclid=CjwKCAjwrcKxBhBMEiwAIVF8rCASmvKOh0nsDPovkPdBocOpV3Jids\\_LkX-tLUMMikl8j4NqtSbkFxoCeyUQAvD\\_BwE](https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/tabelasimplesnacionalcompleta/?utm_device=m&utm_term=&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=%5BMAX%5D_Performance_SP&hsa_campaign=13991176771&hsa_grp=&hsa_mt=&hsa_src=x&hsa_ad=&hsa_acc=1466761651&hsa_net=adwords&hsa_kw=&hsa_tgt=&hsa_ver=3&gad_source=1&gclid=CjwKCAjwrcKxBhBMEiwAIVF8rCASmvKOh0nsDPovkPdBocOpV3Jids_LkX-tLUMMikl8j4NqtSbkFxoCeyUQAvD_BwE) . Acesso em: 12. Mar.2024.