

**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE SÃO CARLOS**  
**GIOVANA DOS SANTOS CAMPANERI**

**ANÁLISE DA VIABILIDADE DE UM EMPREENDIMENTO DE MODA**  
**STREETWEAR NA CIDADE DE SÃO CARLOS - SP**

**São Carlos**  
**2020**

**GIOVANA DOS SANTOS CAMPANERI**

**ANÁLISE DA VIABILIDADE DE UM EMPREENDIMENTO DE MODA  
STREETWEAR NA CIDADE DE SÃO CARLOS - SP**

Monografia apresentada ao Curso de Tecnologia em  
Gestão Empresarial da Faculdade de Tecnologia de São  
Carlos do Centro Paula Souza como requisito parcial à  
obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial.

Orientadora. Profa. Ma. Fernanda Scabio Gonçalves

São Carlos

2020

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente à Deus, por me permitir chegar até aqui e por nunca me desamparar.

Agradeço aos meus pais por tudo o que fizeram e fazem por mim, por todo amor e dedicação e, em especial à minha mãe, por todo apoio e incentivo, por tudo.

Ao meu noivo, por acreditar em mim e não me deixar desistir frente aos obstáculos da vida, em especial, agradeço ao meu filho, por ser a minha força, a minha alegria, a minha vida.

Agradeço a todos os professores da Fatec São Carlos por me ajudarem a evoluir, tanto pessoal como profissionalmente.

Por fim, agradeço a minha família, por acreditarem em mim e, de alguma maneira me ajudarem a concluir mais esta etapa na minha vida.

## RESUMO

A moda *streetwear* busca comprovar a identidade de cada pessoa, busca a “existência” antes de “possuir”, e vem conquistando cada vez mais espaço no mundo da moda. Porém, para que haja sucesso em um empreendimento é necessário planejar e analisar os passos a serem seguidos. Dito isso, o presente estudo é importante para auxiliar na decisão do investimento e desenvolvimento nesse novo segmento. Posto isto, teve como objetivo a análise da viabilidade econômica e financeira de um empreendimento de moda *streetwear* na cidade de São Carlos - SP. Através da pesquisa exploratória, por meio de levantamento bibliográfico, buscou-se informações sobre moda, para identificação de tendências de consumo. E para coleta de dados, foi aplicada uma pesquisa quantitativa com o público para a análise de padrões de consumo. Também por meio de levantamento bibliográfico, buscou-se embasamento teórico para a realização da análise de viabilidade e, por fim a pesquisa descritiva para a análise dos dados. Como resultado, foi possível identificar o segmento de clientes que a marca pretende atingir, que será o grupo entre 15 e 30 anos, e em relação à parte financeira da empresa, concluiu-se, com todos os métodos de análise utilizados, que o negócio será viável.

**Palavras-chave:** *Streetwear*. Análise. Viabilidade.

## ABSTRACT

Streetwear fashion seeks to prove the identity of each person, seeks “existence” before “owning”, and has been conquering more and more space in the fashion world. However, for a project to be successful, it is necessary to plan and analyze the steps to be followed. That said, the present study is important to assist in the decision of investment and development in this new segment. That said, it aimed to analyze the economic and financial viability of a streetwear fashion enterprise in the city of São Carlos - SP. Through exploratory research, through bibliographic survey, information on fashion was sought, to identify consumption trends. And for data collection, a quantitative survey with the public was applied to analyze consumption patterns. Also by means of a bibliographic survey, a theoretical basis was sought for carrying out the feasibility analysis and, finally, descriptive research for data analysis. As a result, it was possible to identify the customer segment that the brand intends to reach, which will be the group between 15 and 30 years old, and in relation to the financial part of the company, it was concluded, with all the analysis methods used, that the business it will be viable.

**Keywords:** Streetwear. Analyze. Viability.

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 01 - Preços previstos para produtos</b> .....	21
<b>Quadro 02 - Investimentos pré-operacionais</b> .....	26
<b>Quadro 03 - Investimento fixo</b> .....	27
<b>Quadro 04 - Investimento inicial</b> .....	28
<b>Quadro 05 - Custos variáveis</b> .....	29
<b>Quadro 06 - Estimativa de despesa com pessoal</b> .....	30
<b>Quadro 07 - Pró-labore</b> .....	30
<b>Quadro 08 - Despesas operacionais mensais</b> .....	31
<b>Quadro 09 – Receitas</b> .....	33
<b>Quadro 10A - Estimativa dos custos variáveis</b> .....	34
<b>Quadro 10B – Estimativa dos custos variáveis</b> .....	34
<b>Quadro 11 - Estimativa de vendas para produtos</b> .....	35
<b>Quadro 12A - Projeção de aumento da receita</b> .....	35
<b>Quadro 12B - Projeção de aumento da receita</b> .....	36
<b>Quadro 13A – Estimativa das despesas operacionais</b> .....	36
<b>Quadro 13B – Estimativa das despesas operacionais</b> .....	37
<b>Quadro 14 - Fluxo de caixa</b> .....	38
<b>Quadro 15 - Payback descontado</b> .....	39
<b>Quadro 16 – VPL</b> .....	41
<b>Quadro 17 – TIR</b> .....	42
<b>Quadro 18 – IL</b> .....	42

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 01 - Investimento inicial</b> .....	28
<b>Figura 02 - Despesas operacionais mensais</b> .....	32
<b>Figura 03 – Payback Descontado</b> .....	40

## **LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS**

**ABIT** - Associação Brasileira de Têxteis e Confecções

**FIESP** - Federação das Indústrias do Estado de São Paulo

**ICON** - Iconix Brands Groups

**IL** - Índice de rentabilidade.

**SEBRAE** - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

**TIR** - Taxa interna de retorno.

**TMA** - Taxa mínima de atratividade.

**VPL** - Valor presente líquido

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	10
1.1 OBJETIVOS .....	11
1.1.1 Objetivo geral.....	11
1.1.2 Objetivos específicos .....	11
1.2 HIPÓTESE.....	11
1.3 JUSTIFICATIVA.....	11
1.4 MÉTODO DE PESQUISA .....	12
<b>2 STREETWEAR</b> .....	14
2.1 MODA STREETWEAR.....	14
2.2 O CONSUMIDOR DA MODA STREETWEAR .....	15
<b>3 MODELO DE NEGÓCIO</b> .....	17
3.1 ANÁLISE DE TENDÊNCIA DE MERCADO.....	18
3.2 DESENVOLVIMENTO DO BUSINESS MODEL CANVAS.....	19
<b>4 PLANO DE COMERCIALIZAÇÃO</b> .....	20
4.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS .....	20
4.2 ESTRATÉGIAS DE PREÇO.....	20
<b>5 MÉTODOS DE ANÁLISE DE INVESTIMENTOS</b> .....	22
<b>6 RECEITAS, CUSTOS E DESPESAS</b> .....	25
<b>7 ANÁLISE DESCRITIVA DOS DADOS</b> .....	26
7.1 INVESTIMENTOS NECESSÁRIOS.....	26
7.2 CUSTOS, DESPESAS E RECEITAS .....	28
7.2.1 Custos.....	28
7.2.2 Despesas.....	29
7.2.3 Receitas .....	32
<b>8 VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA</b> .....	34
8.1 FLUXO DE CAIXA .....	34
8.2 MÉTODO PAYBACK DESCONTADO .....	39
8.3 TAXA MÉDIA DE ATRATIVIDADE – TMA .....	40
8.4 VALOR PRESENTE LÍQUIDO – VLP .....	40
8.5 TAXA INTERNA DE RETORNO – TIR .....	41
8.6 ÍNDICE DE LUCRATIVIDADE .....	42
<b>9 ANÁLISE ECONÔMICO-FINANCEIRA</b> .....	43

<b>10 CONCLUSÃO</b> .....	44
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	45
<b>APÊNDICES</b> .....	48

## 1. INTRODUÇÃO

Segundo o Indicador de Nascimento de Empresas Serasa Experian (2018), no Brasil, mais de 3,1 milhões de novas empresas foram criadas no ano de 2019. Tendo em vista esse cenário de crescente concorrência e vitalidade, o crescimento e longevidade da empresa determinam a sua capacidade e rapidez de adaptação às mudanças e ao desenvolvimento do ambiente de negócios.

O uso de ferramentas de planejamento e análise de mercado podem minimizar erros na gestão da empresa. Para Dornelas (2014), preparar-se para entrar no mercado, desenvolver um plano de negócios e avaliar sua capacidade financeira são os primeiros passos que um empreendedor deve dar. Segundo Osterwalder e Pigneur (2011), o *Business Model Canvas* é uma das ferramentas que facilita o processo de desenvolvimento do modelo de negócio, que inclui a análise da cadeia de valor e a determinação de quem é o cliente, sua situação social e econômica e, como obter lucro.

Segundo o Sebrae (2013), o Brasil ocupa o quarto lugar no varejo de moda em termos de desempenho e crescimento econômico, e suas vendas nunca foram tão altas quanto na década passada. O país saltou do sétimo para o quinto lugar entre os maiores consumidores de vestuário do mundo, com vendas de 42 bilhões de dólares. Além disso, o setor tem mais de 679 mil empregos, gerando cerca de 9,3 bilhões de reais em salários. Em 2014, apenas o setor da moda masculina cresceu 4,5%, valor superior ao do setor feminino, que cresceu cerca de 3,7%.

Há dados interessantes na moda *streetwear* nacional. De acordo com a Associação Brasileira de Têxteis e Confecções ABIT (2017), o Brasil está entre as cinco melhores semanas de moda e o setor é o segundo maior gerador de empregos. A Federação das Indústrias do Estado de São Paulo FIESP (2018), afirmou em maio de 2018 que o setor de Moda e Acessórios ocupa o primeiro lugar em número de pedidos no e-commerce com 14,2% dos consumidores e 15,8 milhões de pedidos. Segundo Amaral (2019), isso também se deve ao *streetwear*, pois tem em sua categoria, roupas casuais, segundo dados do IEMI Inteligência de Mercado, aumentou 10,3% no período 2016-2017. Dado que superou o nível médio das demais categorias de vestuário do país.

À medida que se desenvolveu, esse estilo ganhou representação, criou conceitos e fortaleceu o combate aos preconceitos que ainda hoje existem. Entre os diferentes tipos de posicionamento que atendem a vários segmentos de mercado existentes, os estilos de

*streetwear* são projetados para fornecer diferentes perspectivas sobre todos os aspectos de nossa sociedade.

## 1.1 OBJETIVOS

A partir do tema de estudo proposto, apresenta-se a seguir o objetivo geral e os objetivos específicos.

### 1.1.1 Objetivo geral

O objetivo geral deste trabalho é demonstrar se o investimento na implantação de uma empresa na área de moda *streetwear* é viável econômica e financeiramente.

### 1.1.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos deste trabalho são:

- O1. Revisar a literatura relacionada ao tema objeto deste estudo;
- O2. Levantar os investimentos necessários para a implantação da empresa e projetar os custos, despesas e receitas operacionais da empresa por período;
- O3. Apresentar os indicadores de retorno econômico e financeiro, para verificar se a empresa apresenta o retorno desejado.

## 1.2 HIPÓTESE

Como proposto, a partir da idealização desse trabalho de conclusão de curso, tem-se por premissa a necessidade de análise de viabilidade de um empreendimento de moda *streetwear* para se certificar que o próprio proporcione um retorno atrativo para os investidores ao final do negócio.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

Considerando a falta de recursos para investimento e a dificuldade de sucesso do empreendimento, é preciso planejar ações e estudar o mercado em que se está inserindo, procurando sempre com o menor risco as melhores opções de investimento.

Nos últimos anos, a economia brasileira tem se desenvolvido de forma integral e as perspectivas para novos empreendimentos são otimistas. No entanto, deve ser lembrado que muitos desses empreendimentos são estabelecidos em uma oportunidade favorável para o sucesso, mas nem todos estão imunes aos riscos. Nessa perspectiva, cada vez mais investimentos exigem um bom planejamento.

A realização de um planejamento é necessária para a empresa para que possa ser feita uma análise com clareza sobre quais são os desafios, ameaças e oportunidades que estão por vir e, assim, ter maior segurança na tomada de decisões orientará o empreendedor a investir e fazer o negócio ter sucesso.

Nesse seguimento Ceconello e Ajzentel (2008, p.25) apontam que

no mundo dos negócios, qualquer impulso para investir implica a necessidade de justificativas fundamentadas. Nenhum investidor desembolsará qualquer quantia representativa, sem argumentos que o convençam.

O atual estudo poderá ser usado como exemplo para que outras empresas tomem decisões de investimento, pois os métodos aqui utilizados para a análise econômico-financeira podem ser aplicados em qualquer ramo de atividade, sendo necessário apenas adequar às projeções de caixa, e levar em conta o investimento, receita prevista, os custos e despesas estimados.

Neste sentido, busca-se com este trabalho de conclusão de curso, uma visão mais clara e segura para a realização de tal empreendimento, sendo necessário lembrar que cada processo de criação, análise, organização e implantação de um negócio exige dedicação e boa gestão para superação de obstáculos que possam surgir. A realização do trabalho na área de análise de investimentos permite que os conhecimentos obtidos neste ramo ao longo do curso contribuam para a viabilidade e rentabilidade do investimento com uma situação financeira sustentável.

#### 1.4 METODOLOGIA

Como metodologia, inicialmente foi realizada uma pesquisa exploratória por meio de levantamentos bibliográficos para buscar informações sobre moda, principalmente o estilo *streetwear*, para identificar tendências de consumo e desenvolver o plano de negócio. Para a coleta de dados, foi aplicado um questionário por meio do *google forms* para determinar os padrões de consumo.

Dentre todos os objetivos do questionário aplicado, um dos mais importantes era a identificação do público-alvo do empreendimento, desta maneira, foi enviado para diversas pessoas, para que se obtivesse tal informação. A divulgação foi feita através das redes sociais (Instagram e Whatsapp) e, foram selecionadas para participar, pessoas de várias idades e estilos diferentes. Foram obtidas através do questionário 54 pessoas, contendo homens e mulheres, e os dados da pesquisa foram analisados quantitativamente.

Em seguida, foi utilizada a pesquisa bibliográfica para que se tivesse embasamento teórico para a análise da viabilidade do empreendimento. O trabalho caracteriza-se também como descritiva cujo objetivo principal, de acordo com Gil (1999), é descrever as características de uma determinada população, fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis.

## 2. STREETWEAR

### 2.1 MODA STREETWEAR

Segundo Calza (2010), a moda urbana, também conhecida como *streetwear*, originou-se da influência artística do *punk*, *grunge*, *skateboarding*, *reggae*, *hip-hop*, *hardcore*, cultura Club, grafite e outros movimentos artísticos e culturais das grandes cidades.

São manifestações estéticas e ideológicas marginais fortemente ligadas a vivência em grupos sociais, que determinam uma "ética estética" em particular, peculiar a contemporaneidade. Caracterizam-se por ideologias, estilos de vida, e gostos em comum que fazem seus membros identificarem-se entre si, e unirem-se (PORTINARI; COUTINHO, 2013, p. 83).

Desde o início da consolidação dos estilos de *streetwear* na década de 1980, nos últimos anos, a integração de várias tendências tem permitido tornar-se um estilo único. O estilo *streetwear* está intimamente relacionado com praticidade e conforto. As roupas são mais largas e podem ser movidas livremente sem afetar a aparência. É caracterizado por um estilo jovem, cheio de atitude e totalmente urbanizado. Isso é resultado de uma tendência que apareceu nas ruas, que mais tarde foi considerada "*fashion*" no desfile. De acordo com Mamedes (2013, p. 1)

a liberdade do Streetwear permite jeans, peças clássicas com cortes inteligentes, barra dobrada, sobreposições, cores vibrantes, cores pastéis, anéis, pulseiras, cordões com pingentes e uma infinidade de acessórios. Tudo é válido, desde que haja bom senso na hora de compor o look.

Segundo o *Streetwear Brasil* (2018), este estilo é muito abrangente e vai muito além das roupas, por isso é difícil de defini-lo. Não é atribuído especificamente a um determinado lugar ou indivíduo, porque em diferentes partes do mundo, as pessoas surgiram fazendo coisas na mesma pegada. No entanto, há um denominador comum a esse respeito.

Tem a ver com pessoas, histórias de vida, como você se sente e como você se expressa. Seja por meio de roupas de marca ou brechós, o *streetwear* é um estilo de vida que pode refletir seu uso. Neste estilo "existência" precede "possuir".

Não estando apenas relacionado com o vestir, este estilo busca comprovar a identidade de cada pessoa, do grupo a que pertence, e transmitir ideologias, como afirma Guimarães: "o *streetwear*, pensado dessa forma, procura captar aquilo que surge com outra função: criar identidades, destacar diferenças, fortalecer mensagens, chocar para transformar"

(GUIMARÃES, 2006, p.2). Desse modo, pode-se observar que os adeptos desse estilo costumam ser jovens que pertencem a um grupo com atitude e identidade próprias.

“O estilo é despreocupado, descomplicado com roupas mais largas, sendo o oposto de um visual bem arrumado. O desejo dos adeptos a este visual é mostrar sua identidade através de suas próprias criações, impondo por meio de seu vestuário sua personalidade” (FRANCO, 2007, p. 29).

Portanto, o estilo de *streetwear* deve ser entendido como uma aparência jovem, concisa, cheia de realismo e coragem, e cada um pode criar sua própria aparência de acordo com seus gostos e desejos, proporcionando uma aparência mais confortável e diferenciada.

## 2.2 O CONSUMIDOR DA MODA STREETWEAR

Nesta subseção, serão abordadas questões sobre quem são os consumidores do produto *Streetwear*. Há pouco tempo, a Farfetch, que é uma das marcas mais reconhecidas no comércio online de luxo pessoal, produziu uma matéria sobre *streetwear*. Carreira (2018), explica que,

a verdade é que o *streetwear* vem ganhando espaço no mundo da moda a alguns anos, mas foi com estilistas como Gosha Rubchinskiy e Virgil Abloh que este estilo se consagrou como tendências, [...] (CARREIRA, 2018).

Por meio desse depoimento, podemos perceber que os jovens são os principais consumidores do *streetwear*. Também pode ser questionado que o *streetwear* realmente se tornou uma tendência somente após ser integrado à alta costura, ou seja, o grupo dominante na economia e na sociedade.

Para o Sebrae (2015, p. 1), “o segmento está, atualmente, associado ao estilo do jovem urbano e é sinônimo de frescor e juventude. Segundo especialistas, o mercado de *streetwear* no Brasil é um dos maiores do mundo”. Eles também descobriram que a idade média desse consumidor no Brasil, em 2015, era de 16 a 21 anos.

Para entender melhor os consumidores de *streetwear*, também foi usado o site Iconix Brands Groups (ICON), que é a segunda maior empresa de gestão de marcas do mundo e a maior empresa de gestão de marcas do mundo no setor de moda e vestuário. Eles têm três marcas com foco em *streetwear* e *street style*, *Starter Black*, *Ecko Unltd* e *Rocawear*. O posicionamento das três marcas é semelhante, com um público amplo de jovens e mulheres, a *Ecko Unltd* também olha para o público infantil, a *Rocawear* define um público na faixa de 12 a 30 anos e, a *Starter Black* possui como público jovens e adultos entre 15 e 45 anos.

Portanto, define-se como os principais consumidores da moda *streetwear* os jovens. Eles são definidos como participantes de tribos rebeldes, causas sociais, incitadores de mudança e dilatadores de fronteiras, valorizam os sentimentos e precisam se sentir pertencentes.

Hoje, não há como negar o sucesso do *streetwear* na indústria da moda. Não só pela sua importância para as passarelas, mas também pelo simples fato de ser um estilo que se recusa a estagnar sua identidade e, está sempre prestando atenção às mudanças contínuas na sociedade.

### 3. MODELO DE NEGÓCIO

Em um ambiente de negócios, que se encontra cada vez mais competitivo, Osterwalder e Pigneur (2011) acreditam que o uso de ferramentas é essencial para o desenvolvimento de formas inovadoras de criação, entrega e captura de valor. Uma das ferramentas que auxilia no processo de desenvolvimento do Modelo de Negócios de forma interativa e simples é o Business Model Canvas, que é apresentado pelos autores citados acima.

Segundo Santos e Santos (2014), enquanto o plano de negócios explica como sua empresa vai operar e como criar valor para ela, o modelo Canvas pode ajudá-lo a delinear suas ideias. Ou seja, o plano de negócios ajuda a considerar todos os detalhes do modelo de negócios da empresa, e o Canvas pode facilitar a visualização das informações.

Portanto, uma grande vantagem de utilizar esta ferramenta é que é possível visualizar facilmente todo o processo e a forma como cada operação de encaixa, de maneira que possa ser modificado mais rapidamente até que o estado ideal seja alcançado.

Para Osterwalder e Pigneur (2011), o modelo pode ser descrito por nove componentes básicos, que cobrem as quatro áreas principais da empresa: clientes, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira.

Segundo o Sebrae (2013), as ideias representadas nos nove blocos constituem a análise do negócio, ou seja, a forma como o negócio opera e cria valor para o mercado, delineando os principais processos e fluxos, e concedendo uma forma de analisar e visualizar o modelo de atuação no mercado.

Osterwalder e Pigneur (2011) definem os nove componentes da seguinte forma:

- a) **Segmentos de clientes:** diferentes pessoas ou organizações que a empresa pretende atingir e atender. Portanto, para melhor atendê-los, a empresa precisa dividi-los em diferentes segmentos com base nas necessidades, comportamentos e outros atributos comuns;
- b) **Proposta de valor:** é uma série de benefícios proporcionados pela empresa, buscando solucionar problemas e atender às necessidades dos consumidores. Pode ser tanto qualitativo (design, experiência do cliente) quanto quantitativo (preço, velocidade do serviço);
- c) **Canais:** como a empresa se comunica para alcançar a base de clientes e entregar sua proposta de valor;

- d) **Relacionamento com clientes:** é estabelecido e mantido de forma diferente com cada segmento de clientes;
- e) **Fontes de receita:** corresponde ao dinheiro gerado pela empresa, é o resultado das propostas de valor fornecidas aos clientes com sucesso;
- f) **Recursos principais:** Recursos necessários para desenvolver um modelo de negócios. Quer seja financeiro, físico, humano ou intelectual;
- g) **Atividades-chave:** descreve as atividades mais importantes uma empresa deve executar para que seu modelo de negócios funcione;
- h) **Parcerias principais:** é a rede de fornecedores e parceiros que faz o modelo de negócio funcionar, ou seja, todas as atividades terceirizadas e recursos obtidos fora da empresa;
- i) **Estrutura de custo:** descreve os custos envolvidos na atuação de um modelo de negócios.

### 3.1 ANÁLISE DE TENDÊNCIA DE MERCADO

Utilizando a pesquisa quantitativa como metodologia, foi aplicado um questionário, contendo 14 perguntas, através do *google forms* para identificar os padrões de consumo do possível público-alvo. Responderam ao questionário 54 pessoas, entre homens e mulheres.

Primeiramente, os entrevistados respondiam a respeito de seus dados pessoais, incluindo: faixa etária, sexo, nível de escolaridade, profissão e renda mensal. Em seguida, foram feitas perguntas relacionadas a moda e consumo eles respondiam sobre seu estilo pessoal, onde costumam fazer suas compras, o custo aproximado com roupas por mês, o que valorizam na hora da compra e seu nível de participação na moda. Ao final do questionário havia perguntas sobre o estilo de moda *streetwear*, como por exemplo, se conhecem lojas com esse segmento, se já compraram ou usariam roupas no estilo. Os resultados do questionário usado estão ao final, em Apêndice A.

De acordo com a pesquisa, pode-se concluir que o público de 15 a 30 (88,9%) anos é o que mais investe em vestuário e acessórios mensalmente, gastando em média de R\$100,00 a R\$500,00. Segundo a pesquisa, a maioria dos entrevistados (51,9%) escolheu a loja física como preferência de compras.

A maior parte das pessoas respondentes, correspondendo a 51,9%, definiu o seu estilo como casual, o que não é um problema para este empreendimento, visto que o estilo de moda

*streetwear* é uma mistura de vários estilos, incluindo o casual. 46,3% dos entrevistados prezam pela qualidade do produto na hora da compra, enquanto 24,1% prezam pelo preço.

O envolvimento com a moda dos respondentes é bem diversificado, mas a maioria não segue tendências de moda e procuram seguir um estilo próprio. Quanto a compra de peças com o estilo *streetwear*, 70,4% das pessoas responderam que nunca compraram, mas em comparação a isso, 74,1% apontaram que usariam uma peça de roupa com o estilo.

### 3.2 DESENVOLVIMENTO DO BUSINESS MODEL CANVAS

De acordo com o questionário para pesquisa de mercado foi feita a identificação do segmento de clientes que a marca pretende atingir, que são jovens entre 15 e 30 anos, que privilegiam principalmente a qualidade do produto e o preço na compra. Através do Business Model Canvas, definiu-se também como segmento de clientes jovens que têm como gosto musical: *rap, rock e reggae* e seus derivados.

A proposta de valor do empreendimento é entregar roupas e acessórios de qualidade ligados ao *streetwear* para o seu público, dando ao consumidor da marca o sentimento de pertencimento.

Quanto aos canais de venda, a empresa terá as redes sociais (Facebook, Instagram e Whatsapp), a venda direta e o chat do web site. Através dos mesmos meios que os canais de vendas será feito também o relacionamento com os clientes.

Como principais parceiros, a empresa terá empresas de roupas e acessórios especializadas no ramo de *private label*, que nada mais é do que uma empresa terceirizada de produção, que vende para outras empresas produtos no atacado para que, desta maneira essa empresa possa revendê-los com sua marca própria. Terá como principais parceiros também indústrias têxteis para a compra de tecidos, e por fim costureiras/empresas de bordados para que as roupas sejam personalizadas de acordo com o público-alvo.

As atividades principais da empresa serão a compra de produtos (roupas e acessórios) através de *private label*, a compra e envio do tecido para indústrias têxteis para a criação das roupas e, por último o envio das roupas já prontas para empresas de bordados apenas finalizarem as peças. Como recursos principais, o empreendimento terá o web site e o estoque de produtos.

A estrutura de custos da empresa foi definida da seguinte forma: água, energia, telefone, internet, aluguel do *web site*, domínio do web site, funcionários e pró-labore. E por fim, a empresa terá como fonte de receitas a venda de seus produtos.

## 4. PLANO DE COMERCIALIZAÇÃO

### 4.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS

Roupas com estilo *streetwear*, podendo atrair tanto o público feminino como o masculino. Este estilo está intimamente relacionado com praticidade e conforto, é caracterizado por um estilo jovem, cheio de atitude e totalmente urbanizado.

O portfólio de produtos que a marca pretende oferecer incluem óculos solares, corta-ventos, conjuntos de moletom, calças, bermudas, shorts, blusas de moletom e camisetas de manga longa e curta sendo estampadas ou lisas.

Em termos de sazonalidade, nas temporadas de alto verão e inverno encontram-se os picos de venda, pois são os meses em que ocorrem o lançamento das coleções, porém nos outros meses as vendas continuam em alta por serem meses de promoção da loja e no web site.

### 4.2 ESTRATÉGIAS DE PREÇO

Pode-se verificar na pesquisa de mercado as características que o público mais valoriza são a qualidade dos produtos e o preço, portanto, a empresa investirá para oferecer um preço justo e acessível para os seus clientes.

Quanto à forma de pagamento, o cliente poderá realizar a compra à vista ou parcelado. O pagamento à vista pode aumentar o dinheiro em caixa em um período mais curto de tempo. Além disso, permite que a loja tenha mais descontos, o que é muito atraente para clientes que tenham dinheiro disponível. Já no caso do parcelamento, a parcela com um valor menor dá uma vantagem a essa forma de pagamento, pois desta maneira, o consumidor tende a comprar mais sem sentir muito. As lojas que oferecem o maior número possível de métodos de pagamento podem atrair um número maior de clientes, portanto a marca aceitará pagamentos tanto com cartão de crédito e débito quanto em dinheiro.

A seguir é apresentado o Quando 01, que mostra os preços previstos para os produtos da marca, que variam de R\$79,90 à R\$319,90.

**Quadro 01 - Preços previstos para produtos.**

<b>Preços previstos para produtos</b>		
<b>Descrição do produto</b>		<b>Valor</b>
Óculos solar (unisex)		R\$ 249,90
Corta vento (masculino)		R\$ 319,90
Conjunto moletom (masculino)		R\$ 259,90
Calça (masculina)		R\$ 119,90
Bermuda (masculina)		R\$ 89,90
Camiseta manga longa (masculina)	Lisa	R\$ 89,90
	Estampada	R\$ 99,90
Camiseta manga curta (masculina)	Lisa	R\$ 79,90
	Estampada	R\$ 89,90
Blusa moletom (masculina)		R\$ 199,90
Corta vento (feminino)		R\$ 319,90
Conjunto moletom (feminino)		R\$ 259,90
Calça (feminina)		R\$ 119,90
Short (feminino)		R\$ 89,90
Camiseta manga longa (feminina)	Lisa	R\$ 89,90
	Estampada	R\$ 99,90
Camiseta manga curta (feminina)	Lisa	R\$ 79,90
	Estampada	R\$ 89,90
Blusa moletom (feminina)		R\$ 199,90

Fonte: autoria própria.

## 5. MÉTODOS DE ANÁLISE DE INVESTIMENTOS

A avaliação de um investimento determina os parâmetros de viabilidade, com o propósito de oferecer o retorno suficiente ao proprietário desse capital, possibilitando avaliar alternativas (SOARES, 2006). Portanto, para se fazer uma escolha bem-sucedida, é necessário medir os resultados da reflexão financeira.

Abrangendo um conjunto de técnicas, a análise básica de um projeto de investimento torna necessária a avaliação cautelosa dos métodos para que se possam entender o impacto nos resultados financeiros. São citados como métodos de análise por Souza e Clemente, (2004), Casarotto e Kopittke (2008) e Hoji (2010) o Valor Presente Líquido (VPL), a Taxa Interna de Retorno (TIR), o Prazo de Retorno do Investimento (*Payback*), o Índice de Rentabilidade (IL) e a Taxa Mínima de Atratividade (TMA). Reunindo possíveis maneiras de analisar novos investimentos.

Pode ser utilizada como taxa de desconto uma TMA, podendo ser definida por investidores ou analistas. Sua definição é de ser a melhor opção de investimento com o menor nível de risco aplicável (SOUZA; CLEMENTE, 2004).

De acordo com Damodaran (2010), essa taxa é formada a partir de três componentes básicos:

- a) **Custo de oportunidade:** a recompensa obtida a partir de alternativas não analisadas, como por exemplo, caderneta de poupança e fundos de investimento;
- b) **Risco do negócio:** os benefícios devem compensar os riscos inerentes à nova operação. Quanto maior o risco, maior o retorno aguardado; e,
- c) **Liquidez:** capacidade ou rapidez com que se pode deixar uma posição no mercado para assumir outra.

Para determinar se o projeto de investimento atingirá os objetivos definidos pelos administradores e acionistas, é necessário entender os índices descritos pela Taxa Interna de Retorno na viabilidade da solução financeira que se apresenta em forma de taxa. A análise desta se faz comparando com a TMA, se o resultado da TIR for maior ou igual ao TMA, quer dizer o investimento é viável dentro dos critérios estabelecidos pelos gestores.

A Taxa Interna de Retorno é um método que retrata a proporção dos fluxos de caixa líquidos dentro de um determinado espaço de tempo, isto é, as entradas de caixa menos as saídas, dentro de um determinado período, geralmente um ano, calculado para todo o

investimento. Segundo Hoji (2010), a TIR também é intitulada de taxa de desconto do fluxo de caixa, que é uma taxa de juros subentendida em uma série de pagamentos (saídas) e receitas (entradas). Quando usada como taxa de desconto, faz com que o VPL seja igual a zero.

O Valor Presente Líquido caracteriza-se pelo resultado que o investimento oferecerá no final do projeto, aplicando a TMA. No entanto, retrata o valor do caixa projetado, reduzindo o custo, onde determina-se o resultado financeiro do investimento. Para Casarotto e Kopittke (2008), o VPL consiste em um cálculo simples em que, ao invés de compartilhar o investimento inicial no decorrer de sua vida (custo de recuperação de capital), é necessário somar o restante dos termos fluxo de caixa. A alternativa a ser escolhida deve ser aquela que demonstra melhor VPL.

Dentre as vantagens do VPL, ele levar em consideração o custo do capital e permitir assim analisar o total dos fluxos corrigidos pela TMA, é considerada uma das maiores. Brigham e Ehrhardt (2012) apontam que quando positivo, o VPL demonstra que o capital de investimento será recuperado e remunerado na taxa de juros que mensura o custo de capital do projeto. Desta forma pode-se eleger a alternativa mais rentável, caso o Valor Presente Líquido seja menor que zero o investimento deve ser abandonado, pois é fundamental avaliar outros métodos de investimento na tomada de decisão.

O Índice de Lucratividade é uma variável do VPL que, levando em consideração o fluxo de caixa descontado, indica os resultados obtidos através desse método em forma de índice. Segundo Braga (1995), este índice pode medir para cada unidade monetária investida o retorno esperado. Esse método comprova a relação entre a receita e o custo das unidades vendidas, ou seja, o lucro obtido com a venda do produto (MOTTA; CALÔBA, 2002). Quando maior ou igual a 1 o IL demonstra que a proposta precisará fornecer benefícios financeiros maiores ou iguais as saídas de caixa líquidas, e todos os benefícios serão expressos em moeda do mesmo momento ou instante. Quando menor que 1 o IL demonstra que proposta não é viável economicamente.

Para fazer a verificação de um projeto, uma das coisas a se fazer é determinar o tempo necessário para obter o retorno do investimento. Para isso é preciso aplicar o método *payback*, com ele encontra-se o tempo que se é necessário ponderar os fluxos de caixa líquido obtidos, extraído do investimento inicial, para analisar o seu prazo de retorno.

De acordo com Ross (2000), *payback* é o tempo necessário para um investimento gerar fluxo de caixa suficiente para recuperar o custo inicial. Conforme mencionado por Motta e Calôba (2002), o retorno do investimento não deve ser a única fonte de análise, deve ser retido apenas como um indicador, não como uma escolha entre opções de investimento. Sua

vantagem relevante é que ele considera o tempo de recuperação de recursos dos investidores, analisando suas necessidades financeiras, de forma que o investimento seja mantido até o momento em que um caixa futuro positivo seja obtido.

O *payback* tradicional possui uma deficiência, porque a previsão dos fluxos de caixa ao longo do tempo não leva a correção no valor do dinheiro. Ao levar em consideração o *payback* descontado, o valor real do dinheiro no tempo será observado para obter assim uma estimativa financeira mais clara. De acordo com Brigham e Ehrhardt (2012, p. 425), “o período de *payback* descontado é definido como o número de anos necessário para recuperar o investimento dos fluxos líquidos de caixa descontados”.

De acordo com Correia Neto, Moura e Forte (2002), o resultado das análises de viabilidade econômica pode ser apresentado na forma de TIR, VPL, custo anual, *payback* e IL. Quando obtidos através desses métodos, a série de resultados fornecerá retornos mais interessantes e recomendações de lucros para os gestores tomarem decisões.

Segundo Santos (2001, p. 145) “para efetuar a análise econômica de um projeto de investimentos, seus dados de entradas e saídas de dinheiro são dispostos na forma de um quadro denominado fluxo de caixa”. Portanto, o fluxo de caixa mostra o total de receitas e despesas de uma entidade em um determinado momento, podendo estar vinculado a um projeto específico, sendo assim um instrumento gerencial importante.

Enfim, o fluxo de caixa é um retrato fiel da composição da situação líquida da empresa, constitui-se em instrumento essencial para que a empresa possa ter rapidez e certeza em suas atividades financeiras. Ele ilustra como a empresa obtém e utiliza seus recursos de caixa e, desta forma, permite analisar se as receitas geradas serão maiores do que as despesas. É uma ferramenta que auxilia o gestor a planejar, organizar, coordenar e dirigir os recursos financeiros facilitando a tomada de decisão.

Existem vários métodos disponíveis para a análise de viabilidade do projeto, e os métodos que atendam aos objetivos do projeto devem ser selecionados, pois através desta análise de investimento será possível saber se o projeto trará benefícios futuros.

## 6. RECEITAS, CUSTOS E DESPESAS

Crescer patrimonialmente e gerar lucros é o objetivo de toda organização. Segundo Casarotto Filho e Kopittke (1996) para que uma análise econômica seja feita, é necessário realizar um perfeito levantamento dos custos e receitas decorrentes deste investimento.

De acordo com o site WSC Contabilidade (2019, p. 01), “a receita é todo capital que entra proveniente da atividade empresarial, ou seja, é um dinheiro que contribuirá como parcela positiva na hora de fazer as contas do lucro gerado”; enquanto despesas “é um gasto relativo à manutenção de atividades operacionais e obtenção de receitas, sem vínculos com a produção. Envolve bens ou serviços consumidos direta ou indiretamente para a obtenção de receitas”.

Casarotto Filho e Kopittke (1996, p. 198) classificam os custos da seguinte maneira: “custos de investimento: decorrentes das transações do ativo e custos operacionais: decorrentes da operação dos ativos”. Porém, na empresa tem-se a receita obtida com as atividades fins da organização, e as despesas retratam os gastos operacionais precisos para o funcionamento da entidade.

## 7. ANÁLISE DESCRITIVA DOS DADOS

Este capítulo da pesquisa tem como objetivo analisar a viabilidade de implantação de um empreendimento de moda *streetwear*. A fim de atingir os objetivos de pesquisa, este capítulo é dividido em três tópicos:

- a) o investimento necessário para a implementação do empreendimento;
- b) a previsão de custos, despesas e receitas; e
- c) cálculo da viabilidade econômica e financeira do empreendimento.

### 7.1 INVESTIMENTOS NECESSÁRIOS

Para dar início às atividades de qualquer empreendimento é preciso de um investimento inicial. Nesse caso, para a abertura da empresa foram necessários recursos para despesas pré-operacionais, o investimento fixo e capital de giro para o prosseguimento do empreendimento.

O Quadro 02 demonstra de maneira descritiva os investimentos pré-operacionais precisos para o início do projeto, totalizando R\$6.836,60, sendo que os valores mais representativos se referem a publicidade e divulgação, seguido da abertura da empresa (registro do CNPJ + alvará de funcionamento), hospedagem e domínio do web site, elaboração de logo marca e, por fim registro de marca.

**Quadro 02 - Investimentos pré-operacionais.**

<b>Investimewntos pré-operacionais</b>		
<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Abertura da empresa (registro do CNPJ + alvará)	R\$ 1.174,63	17,18%
Criação, hospedagem e domínio de web site	R\$ 906,97	13,27%
Publicidade	R\$ 1.800,00	26,33%
Divulgação	R\$ 1.800,00	26,33%
Elaboração de logo marca	R\$ 800,00	11,70%
Registro de marca	R\$ 355,00	5,19%
<b>Total de investimentos pré-operacionais de instalação</b>	<b>R\$ 6.836,60</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: autoria própria.

O capital total a ser investido pelos sócios é de R\$97.657,23, cujo R\$22.820,63 retratou o investimento fixo, sendo R\$ 10.983,30 para a compra de máquinas e equipamentos e R\$11.837,33 para móveis e utensílios, como mostrado no Quadro 03.

**Quadro 03 - Investimento fixo.**

<b>Investimento fixo</b>			
Descrição	Quantidade	Valor	Total
<b>Máquinas e equipamentos</b>			
Ar condicionado 12.000 BTU	2	R\$ 1.849,00	R\$ 3.698,00
Purificador de água	1	R\$ 499,99	R\$ 499,99
Notebook	2	R\$ 1.989,00	R\$ 3.978,00
Impressora	1	R\$ 351,41	R\$ 351,41
Aparelho celular	1	R\$ 1.532,54	R\$ 1.532,54
Roteador wi-fi	1	R\$ 169,00	R\$ 169,00
Máquina de cartão	1	R\$ 40,00	R\$ 40,00
Aparelho telefone	1	R\$ 129,00	R\$ 129,00
Ventilador	4	R\$ 146,34	R\$ 585,36
<b>Móveis e utensílios</b>			
Balcão de atendimento	1	R\$ 1.199,00	R\$ 1.199,00
Cadeira	1	R\$ 249,90	R\$ 249,90
Armário	1	R\$ 349,90	R\$ 349,90
Armário multiuso	1	R\$ 407,91	R\$ 407,91
Estante de roupas	2	R\$ 365,04	R\$ 730,08
Persianas	2	R\$ 149,00	R\$ 298,00
Provador de roupas	2	R\$ 999,00	R\$ 1.998,00
Suporte para óculos solares	1	R\$ 1.094,00	R\$ 1.094,00
Arara de roupas	2	R\$ 439,00	R\$ 878,00
Mesa de apoio	1	R\$ 669,00	R\$ 669,00
Banqueta	4	R\$ 139,99	R\$ 559,96
Espelho para provador	4	R\$ 331,45	R\$ 1.325,80
Espelho para parede	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
Manequim feminino	2	R\$ 203,99	R\$ 407,98
Manequim masculino	2	R\$ 295,00	R\$ 590,00
Cabide	2	R\$ 189,90	R\$ 379,80
<b>Total do investimento fixo</b>			<b>R\$ 22.820,63</b>

Fonte: autoria própria.

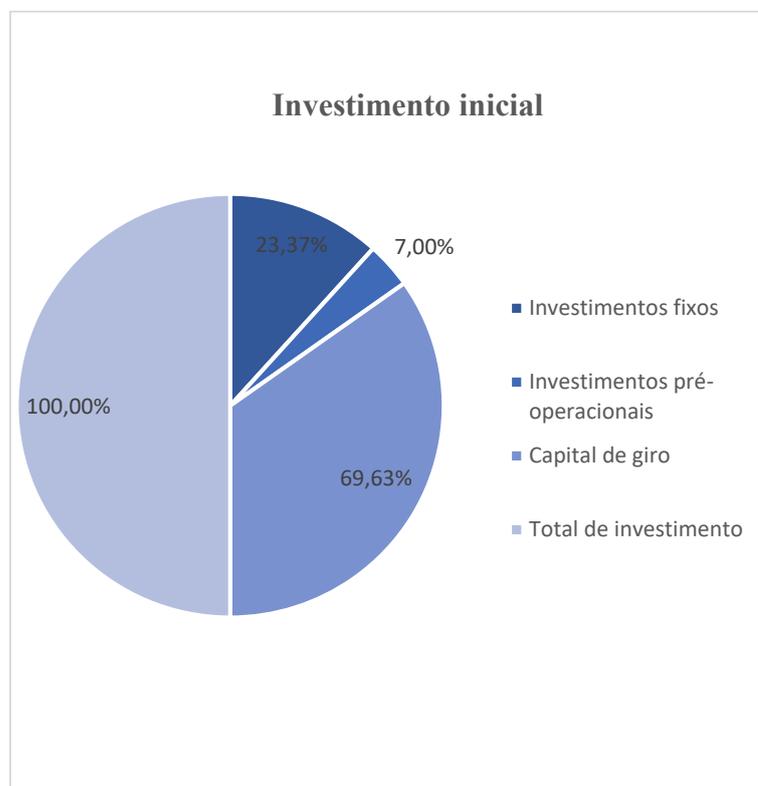
Assim, para o início das atividades do empreendimento de moda *streetwear*, é necessário um investimento inicial total de R\$97.657,23, conforme demonstra o Quadro 04.

**Quadro 04 - Investimento inicial.**

<b>Investimento inicial</b>		
<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Investimentos fixos	R\$ 22.820,63	23,37%
Investimentos pré-operacionais	R\$ 6.836,60	7,00%
Capital de giro	R\$ 68.000,00	69,63%
<b>Total de investimento</b>	<b>R\$ 97.657,23</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: autoria própria.

A Figura 01, apresentada a seguir mostra a composição do investimento inicial de maneira mais clara.

**Figura 01 - Investimento inicial**

Fonte: autoria própria.

## 7.2 CUSTOS, DESPESAS E RECEITAS

### 7.2.1 Custos

Os custos variáveis variam de acordo com a quantidade de produtos vendidos. Dito isto, neste conceito se enquadra a compra de roupas e acessórios para a venda.

A seguir, o Quadro 05 demonstra a estimativa de custos variáveis.

**Quadro 05 - Custos variáveis.**

<b>Custos variáveis</b>		
Descrição	Valor mensal	Valor anual
Compra de roupas e acessórios	R\$ 12.120,00	R\$ 145.440,00

Fonte: autoria própria.

### 7.2.2 Despesas

As despesas têm por objetivo retratar todos os gastos de uma empresa, sendo eles de bens ou serviços, precisos para a obtenção de receita, como por exemplo, depreciação, salários, pró-labore, energia, internet, telefone, entre outros.

Referindo-se ao total de gastos que a empresa tem com os seus colaboradores, a despesa com pessoal inclui tanto os recursos pagos diretamente aos funcionários quanto as despesas sociais, ou seja, provisões de férias e 13º salários. Inicialmente, como os sócios atenderão a demanda de serviços, não haverá contratação de funcionários, porém após um ano de atividade é previsto a contratação de um funcionário para auxílio de vendas na empresa.

No quadro 06 é apresentado o valor previsto com gastos com pessoal a partir do primeiro ano no valor de R\$3.756,45 por mês e no ano de R\$45.077,42.

**Quadro 06 - Estimativa de despesa com pessoal.**

<b>Estimativa de despesa com pessoal</b>			
Descrição	%	Valor mensal	Valor anual
Sálario bruto		R\$ 2.800,00	R\$ 33.600,00
13º salário	8,33%	R\$ 233,24	R\$ 2.798,88
Férias	8,33%	R\$ 233,24	R\$ 2.798,88
Sub total		R\$ 3.266,48	R\$ 39.197,76
FGTS	8,00%	R\$ 261,32	R\$ 3.135,82
Previsões	7,00%	R\$ 228,65	R\$ 2.743,84
Total		R\$ 3.756,45	R\$ 45.077,42
Quantidade de funcionários		1	
Total de despesa com pessoal		R\$ 3.756,45	R\$ 45.077,42

Fonte: autoria própria.

As despesas de pessoal abrangem o salário bruto, sendo incidido 8,33%, que se refere 13º salário, 8,33% referente às férias e 2,78% de 1/3 de férias. Quanto à provisão do décimo

terceiro salário, também conhecido como abono de Natal, foi instituída de acordo com a Lei nº 4.090 de 13 de julho de 1962, que equivale a 1/12 da folha de pagamento, completando um salário ao término do período, isto é,  $1/12 \times 100 = 8,33\%$ . A forma de cálculo da reserva de férias é a mesma que a do décimo terceiro salário:  $1/12 \times 100 = 8,33\%$ .

Quanto às despesas sociais, tem-se um gasto 8% do FGTS (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço). O objetivo dessa taxa é proteger o trabalhador despedido sem justa causa. Além disso, tem-se um gasto de 7% que se refere a faltas justificadas e licenças de direito dos trabalhadores.

A retirada de pró-labore pelos sócios é no valor de R\$4.000,00 mensais para cada um, resultando num valor mensal de R\$8.000,00 como mostra o Quadro 07.

**Quadro 07 - Pró-labore.**

Pró-labore			
Pró-labore	Quantidade	Total mensal	Total anual
R\$ 4.000,00	2	R\$ 8.000,00	R\$ 96.000,00

Fonte: autoria própria.

As despesas operacionais de uma empresa são definidas por não se alterarem conforme o volume de vendas da empresa. No caso deste projeto de pesquisa, são as seguintes: energia, aluguel, honorários contábeis, material de higiene e limpeza telefone, internet, despesas bancárias, material de escritório, divulgação, brindes, despesa com pessoal e retirada de pró-labore. Dessa maneira, são somados os valores, conforme mostra o Quadro 08, que totaliza R\$17.696,45 no mês e R\$212.357,42 no ano.

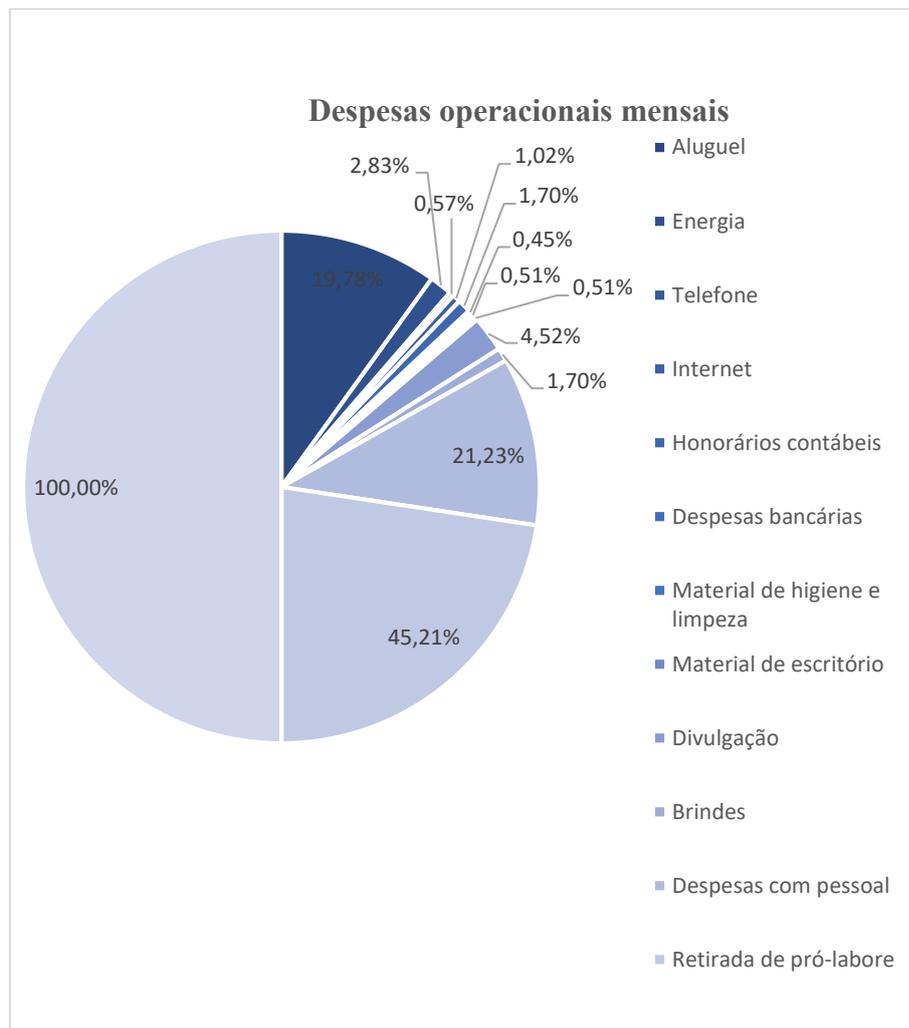
**Quadro 08 - Despesas operacionais mensais.**

Despesas operacionais mensais			
Descrição	Valor	%	Valor anual
Aluguel	R\$ 3.500,00	19,78%	R\$ 42.000,00
Energia	R\$ 500,00	2,83%	R\$ 6.000,00
Telefone	R\$ 100,00	0,57%	R\$ 1.200,00
Internet	R\$ 180,00	1,02%	R\$ 2.160,00
Honorários contábeis	R\$ 300,00	1,70%	R\$ 3.600,00
Despesas bancárias	R\$ 80,00	0,45%	R\$ 960,00
Material de higiene e limpeza	R\$ 90,00	0,51%	R\$ 1.080,00
Material de escritório	R\$ 90,00	0,51%	R\$ 1.080,00
Divulgação	R\$ 800,00	4,52%	R\$ 9.600,00
Brindes	R\$ 300,00	1,70%	R\$ 3.600,00
Despesas com pessoal	R\$ 3.756,45	21,23%	R\$ 45.077,42
Retirada de pró-labore	R\$ 8.000,00	45,21%	R\$ 96.000,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 17.696,45</b>	<b>100,00%</b>	<b>R\$ 212.357,42</b>

Fonte: autoria própria.

A maior despesa refere-se à retirada de pró-labore dos dois sócios, seguida das despesas com pessoal, aluguel, divulgação, energia, brindes, honorários contábeis, internet, telefone, material de higiene e limpeza, material de escritório e, por fim despesas bancárias. A figura 02, apresentada a seguir, mostra a composição das despesas operacionais de forma mais clara, evidenciando cada despesa relacionada ao valor total.

**Figura 02 - Despesas operacionais mensais.**



Fonte: autoria própria.

### 7.2.3 Receitas

A receita refere-se ao resultado obtido com a prestação de serviços. Nesse estudo em questão, a receita é obtida com a venda de roupas e acessórios que tem como estilo o

*streetwear*. O quadro a seguir demonstra a estimativa de receitas mensais e total do primeiro ano de atividade da empresa.

**Quadro 09 - Receitas.**

<b>Receitas</b>		
<b>Meses</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor</b>
Janeiro	160	R\$ 24.384,00
Fevereiro	160	R\$ 24.384,00
Março	160	R\$ 24.384,00
Abril	160	R\$ 24.384,00
Maiο	160	R\$ 24.384,00
Junho	160	R\$ 24.384,00
Julho	160	R\$ 24.384,00
Agosto	160	R\$ 24.384,00
Setembro	160	R\$ 24.384,00
Outubro	160	R\$ 24.384,00
Novembro	160	R\$ 24.384,00
Dezembro	160	R\$ 24.384,00
<b>Receita bruta anual</b>	<b>1920</b>	<b>R\$ 292.608,00</b>

Fonte: autoria própria.

## 8. VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA

### 8.1 FLUXO DE CAIXA

Neste item faz-se uma análise do empreendimento.

O objetivo principal do fluxo de caixa é representar as entradas e saídas de dinheiro em determinado período, sendo uma ferramenta fundamental para a análise do desempenho financeiro da empresa.

Neste sentido, o fluxo de caixa a seguir demonstrado, foi elaborado em um período de dez anos.

Para a elaboração do fluxo de caixa, foi considerada a estimativa de custos variáveis, conforme demonstrado nos quadros a seguir.

**Quadro 10A - Estimativa dos custos variáveis**

Estimativa dos custos variáveis				
Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4
Roupas e acessórios	R\$ 84.840,00	R\$ 158.166,00	R\$ 172.710,00	R\$ 188.163,00

Fonte: autoria própria.

**Quadro 10B - Estimativa dos custos variáveis**

Estimativa dos custos variáveis					
Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
R\$ 205.434,00	R\$ 223.614,00	R\$ 243.612,00	R\$ 265.428,00	R\$ 289.062,00	R\$ 315.423,00

Fonte: autoria própria.

O valor dos custos variáveis no primeiro ano será de R\$84.840,00, visto que os cinco primeiros meses o dinheiro gasto para a compra de produtos será retirado do capital de giro. No segundo ano, o valor gasto será de R\$158.166,00, no terceiro R\$172.710,00, no quarto R\$188.163,00, no quinto R\$205.434,00, no sexto R\$223.614,00, no sétimo R\$243.612,00, no oitavo R\$265.428,00, no nono e décimo ano serão gastos R\$289.062,00 e R\$315.423,00 respectivamente.

Foi considerada também a estimativa de vendas para os produtos, conforme demonstra o Quadro 11.

**Quadro 11 - Estimativa de vendas para os produtos.**

Estimativa de vendas para produtos						
Descrição do produto	Estimativa de custos			Estimativa de vendas		
	Vendas unitárias	Custo unitário	Custo total	Preço de venda unitário	Faturamento mensal	Faturamento anual
Óculos solar (unisex)	16	R\$ 90,00	R\$ 1.440,00	R\$ 249,90	R\$ 3.998,40	R\$ 47.980,80
Corta vento (masculino)	8	R\$ 130,00	R\$ 1.040,00	R\$ 319,90	R\$ 2.559,20	R\$ 30.710,40
Conjunto moletom (masculino)	6	R\$ 140,00	R\$ 840,00	R\$ 259,90	R\$ 1.559,40	R\$ 18.712,80
Calça (masculina)	8	R\$ 80,00	R\$ 640,00	R\$ 119,90	R\$ 959,20	R\$ 11.510,40
Bermuda (masculina)	6	R\$ 60,00	R\$ 360,00	R\$ 89,90	R\$ 539,40	R\$ 6.472,80
Camiseta manga longa (masculina)	Lisa	10	R\$ 50,00	R\$ 500,00	R\$ 89,90	R\$ 10.788,00
	Estampada	8	R\$ 60,00	R\$ 480,00	R\$ 99,90	R\$ 9.590,40
Camiseta manga curta (masculina)	Lisa	12	R\$ 40,00	R\$ 480,00	R\$ 79,90	R\$ 11.505,60
	Estampada	8	R\$ 50,00	R\$ 400,00	R\$ 89,90	R\$ 8.630,40
Blusa moletom (masculina)	6	R\$ 100,00	R\$ 600,00	R\$ 199,90	R\$ 1.199,40	R\$ 14.392,80
Corta vento (feminino)	8	R\$ 130,00	R\$ 1.040,00	R\$ 319,90	R\$ 2.559,20	R\$ 30.710,40
Conjunto moletom (feminino)	6	R\$ 140,00	R\$ 840,00	R\$ 259,90	R\$ 1.559,40	R\$ 18.712,80
Calça (feminina)	8	R\$ 80,00	R\$ 640,00	R\$ 119,90	R\$ 959,20	R\$ 11.510,40
Short (feminino)	6	R\$ 60,00	R\$ 360,00	R\$ 89,90	R\$ 539,40	R\$ 6.472,80
Camiseta manga longa (feminina)	Lisa	10	R\$ 50,00	R\$ 500,00	R\$ 89,90	R\$ 10.788,00
	Estampada	8	R\$ 60,00	R\$ 480,00	R\$ 99,90	R\$ 9.590,40
Camiseta manga curta (feminina)	Lisa	12	R\$ 40,00	R\$ 480,00	R\$ 79,90	R\$ 11.505,60
	Estampada	8	R\$ 50,00	R\$ 400,00	R\$ 89,90	R\$ 8.630,40
Blusa moletom (feminina)	6	R\$ 100,00	R\$ 600,00	R\$ 199,90	R\$ 1.199,40	R\$ 14.392,80
Valor total	160	R\$ 1.510,00	R\$ 12.120,00	Total de vendas (R\$)	R\$ 24.384,00	R\$ 292.608,00

Fonte: autoria própria.

No processo de elaboração desse fluxo, foi considerada também a projeção de receita com base no valor projetado pelos sócios. Os empresários preveem que o número de vendas dos produtos aumentará 9% a cada ano e o valor aumentará 20% a cada ano, conforme mostrado nos Quadros 12<sup>a</sup> e 12B.

**Quadro 12A - Projeção de aumento da receita.**

Projeção de aumento da receita								
Anos	1º ano		2º ano		3º ano		4º ano	
Valor (R\$)			*aumento de 9% na quantidade e 20% no valor		*aumento de 9% na quantidade e 20% no valor		*aumento de 9% na quantidade e 20% no valor	
Meses	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor
Janeiro	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55
Fevereiro	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55
Março	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55
Abril	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55
Maio	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55
Junho	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55
Julho	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55
Agosto	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55
Setembro	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55
Outubro	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55
Novembro	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55
Dezembro	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55
Total de receita anual (R\$)	1920	R\$ 292.608,00	2088	R\$ 351.129,60	2280	R\$ 421.355,52	2484	R\$ 505.626,62

Fonte: autoria própria.

### Quadro 12B - Projeção de aumento da receita.

Projeção de aumento da receita											
5º ano		6º ano		7º ano		8º ano		9º ano		10º ano	
*aumento de 9% na quantidade e 20% no valor		*aumento de 9% na quantidade e 20% no valor		*aumento de 9% na quantidade e 20% no valor		*aumento de 9% na quantidade e 20% no valor		*aumento de 9% na quantidade e 20% no valor		*aumento de 9% na quantidade e 20% no valor	
Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor
226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
2712	R\$ 606.751,95	2952	R\$ 728.102,34	3216	R\$ 873.722,81	3504	R\$ 1.048.467,37	3816	R\$ 1.258.160,84	4164	R\$ 1.509.793,01

Fonte: autoria própria.

Conforme mencionado anteriormente, os Quadros 12 A e B mostram um acréscimo de 9% na quantidade de vendas 20% no valor. Porém, nem todos os itens do fluxo de caixa apresentam esse aumento, nas despesas operacionais, em que o valor não se altera com o aumento das atividades, o aumento anual é considerado de 12%.

### Quadro 13A – Estimativa das Despesas operacionais.

Estimativa das despesas operacionais				
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4
Descrição		12%	12%	12%
Aluguel	R\$ 42.000,00	R\$ 47.040,00	R\$ 52.684,80	R\$ 59.006,98
Energia	R\$ 6.000,00	R\$ 6.720,00	R\$ 7.526,40	R\$ 8.429,57
Telefone	R\$ 1.200,00	R\$ 1.344,00	R\$ 1.505,28	R\$ 1.685,91
Internet	R\$ 2.160,00	R\$ 2.419,20	R\$ 2.709,50	R\$ 3.034,64
Honorários contábeis	R\$ 3.600,00	R\$ 4.032,00	R\$ 4.515,84	R\$ 5.057,74
Despesas bancárias	R\$ 960,00	R\$ 1.075,20	R\$ 1.204,22	R\$ 1.348,73
Material de higiene e limpeza	R\$ 1.080,00	R\$ 1.209,60	R\$ 1.354,75	R\$ 1.517,32
Material de escritório	R\$ 1.080,00	R\$ 1.209,60	R\$ 1.354,75	R\$ 1.517,32
Divulgação	R\$ 9.600,00	R\$ 10.752,00	R\$ 12.042,24	R\$ 13.487,31
Brindes	R\$ 3.600,00	R\$ 4.032,00	R\$ 4.515,84	R\$ 5.057,74
Despesas com pessoal	R\$ -	R\$ 45.077,42	R\$ 50.486,71	R\$ 56.545,12
Retirada de pró-labore	R\$ 96.000,00	R\$ 107.520,00	R\$ 120.422,40	R\$ 134.873,09
Valor total (R\$)	R\$ 167.280,00	R\$ 232.431,02	R\$ 260.322,74	R\$ 291.561,47

Fonte: autoria própria.

**Quadro 13B – Estimativa das Despesas operacionais.**

Estimativa das despesas operacionais					
Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
12%	12%	12%	12%	12%	12%
R\$ 66.087,81	R\$ 74.018,35	R\$ 82.900,55	R\$ 92.848,62	R\$ 103.990,45	R\$ 116.469,31
R\$ 9.441,12	R\$ 10.574,05	R\$ 11.842,94	R\$ 13.264,09	R\$ 14.855,78	R\$ 16.638,47
R\$ 1.888,22	R\$ 2.114,81	R\$ 2.368,59	R\$ 2.652,82	R\$ 2.971,16	R\$ 3.327,69
R\$ 3.398,80	R\$ 3.806,66	R\$ 4.263,46	R\$ 4.775,07	R\$ 5.348,08	R\$ 5.989,85
R\$ 5.664,67	R\$ 6.344,43	R\$ 7.105,76	R\$ 7.958,45	R\$ 8.913,47	R\$ 9.983,08
R\$ 1.510,58	R\$ 1.691,85	R\$ 1.894,87	R\$ 2.122,25	R\$ 2.376,92	R\$ 2.662,16
R\$ 1.699,40	R\$ 1.903,33	R\$ 2.131,73	R\$ 2.387,54	R\$ 2.674,04	R\$ 2.994,93
R\$ 1.699,40	R\$ 1.903,33	R\$ 2.131,73	R\$ 2.387,54	R\$ 2.674,04	R\$ 2.994,93
R\$ 15.105,79	R\$ 16.918,48	R\$ 18.948,70	R\$ 21.222,54	R\$ 23.769,25	R\$ 26.621,56
R\$ 5.664,67	R\$ 6.344,43	R\$ 7.105,76	R\$ 7.958,45	R\$ 8.913,47	R\$ 9.983,08
R\$ 63.330,53	R\$ 70.930,19	R\$ 79.441,82	R\$ 88.974,83	R\$ 99.651,81	R\$ 111.610,03
R\$ 151.057,86	R\$ 169.184,80	R\$ 189.486,98	R\$ 212.225,42	R\$ 237.692,46	R\$ 266.215,56
R\$ 326.548,85	R\$ 365.734,71	R\$ 409.622,88	R\$ 458.777,62	R\$ 513.830,93	R\$ 575.490,65

Fonte: autoria própria.

Portanto, o Quadro 14, a seguir, mostra as entradas e saídas de dinheiro da empresa. Os dados completos estão no Apêndice B.

### Quadro 14 - Fluxo de caixa.

Fluxo de caixa											
	0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
1. Receita											
Taxa de incremento no valor			10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
Taxa de incremento na quantidade			9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%
Saldo inicial		-R\$ 102.193,83	-R\$ 61.705,83	-R\$ 101.173,25	-R\$ 112.850,47	-R\$ 86.948,32	-R\$ 12.179,22	R\$ 126.574,41	R\$ 347.062,34	R\$ 671.324,09	R\$ 1.126.592,00
Receita		R\$ 292.608,00	R\$ 351.129,60	R\$ 421.355,52	R\$ 505.626,62	R\$ 606.751,95	R\$ 728.102,34	R\$ 873.722,81	R\$ 1.048.467,37	R\$ 1.258.160,84	R\$ 1.509.793,01
Investimentos iniciais	R\$ 95.357,23										
Receita total	-R\$ 95.357,23	R\$ 292.608,00	R\$ 351.129,60	R\$ 421.355,52	R\$ 505.626,62	R\$ 606.751,95	R\$ 728.102,34	R\$ 873.722,81	R\$ 1.048.467,37	R\$ 1.258.160,84	R\$ 1.509.793,01
2. Desembolsos no período											
Custos variáveis		R\$ 84.840,00	R\$ 158.166,00	R\$ 172.710,00	R\$ 188.163,00	R\$ 205.434,00	R\$ 223.614,00	R\$ 243.612,00	R\$ 265.428,00	R\$ 289.062,00	R\$ 315.423,00
Roupas e acessórios		R\$ 84.840,00	R\$ 158.166,00	R\$ 172.710,00	R\$ 188.163,00	R\$ 205.434,00	R\$ 223.614,00	R\$ 243.612,00	R\$ 265.428,00	R\$ 289.062,00	R\$ 315.423,00
Despesas pré-operacionais	R\$ 6.836,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Abertura da empresa (registro do CNPJ + alvará)	R\$ 1.174,63	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Criação, hospedagem e domínio de web site	R\$ 906,97	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Publicidade	R\$ 1.800,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Divulgação	R\$ 1.800,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Elaboração de logo marca	R\$ 800,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Registro de marca	R\$ 355,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Despesas operacionais	R\$ -	R\$ 167.280,00	R\$ 232.431,02	R\$ 260.322,74	R\$ 291.561,47	R\$ 326.548,85	R\$ 365.734,71	R\$ 409.622,88	R\$ 458.777,62	R\$ 513.830,93	R\$ 575.490,65
Aluguel	R\$ -	R\$ 42.000,00	R\$ 47.040,00	R\$ 52.684,80	R\$ 59.006,98	R\$ 66.087,81	R\$ 74.018,35	R\$ 82.900,55	R\$ 92.848,62	R\$ 103.990,45	R\$ 116.469,31
Energia	R\$ -	R\$ 6.000,00	R\$ 6.720,00	R\$ 7.526,40	R\$ 8.429,57	R\$ 9.441,12	R\$ 10.574,05	R\$ 11.842,94	R\$ 13.264,09	R\$ 14.855,78	R\$ 16.638,47
Telefone	R\$ -	R\$ 1.200,00	R\$ 1.344,00	R\$ 1.505,28	R\$ 1.685,91	R\$ 1.888,22	R\$ 2.114,81	R\$ 2.368,59	R\$ 2.652,82	R\$ 2.971,16	R\$ 3.327,69
Internet	R\$ -	R\$ 2.160,00	R\$ 2.419,20	R\$ 2.709,50	R\$ 3.034,64	R\$ 3.398,80	R\$ 3.806,66	R\$ 4.263,46	R\$ 4.775,07	R\$ 5.348,08	R\$ 5.989,85
Honorários contábeis	R\$ -	R\$ 3.600,00	R\$ 4.032,00	R\$ 4.515,84	R\$ 5.057,74	R\$ 5.664,67	R\$ 6.344,43	R\$ 7.105,76	R\$ 7.958,45	R\$ 8.913,47	R\$ 9.983,08
Despesas bancárias	R\$ -	R\$ 960,00	R\$ 1.075,20	R\$ 1.204,22	R\$ 1.348,73	R\$ 1.510,58	R\$ 1.691,85	R\$ 1.894,87	R\$ 2.122,25	R\$ 2.376,92	R\$ 2.662,16
Material de higiene e limpeza	R\$ -	R\$ 1.080,00	R\$ 1.209,60	R\$ 1.354,75	R\$ 1.517,32	R\$ 1.699,40	R\$ 1.903,33	R\$ 2.131,73	R\$ 2.387,54	R\$ 2.674,04	R\$ 2.994,93
Material de escritório	R\$ -	R\$ 1.080,00	R\$ 1.209,60	R\$ 1.354,75	R\$ 1.517,32	R\$ 1.699,40	R\$ 1.903,33	R\$ 2.131,73	R\$ 2.387,54	R\$ 2.674,04	R\$ 2.994,93
Divulgação	R\$ -	R\$ 9.600,00	R\$ 10.752,00	R\$ 12.042,24	R\$ 13.487,31	R\$ 15.105,79	R\$ 16.918,48	R\$ 18.948,70	R\$ 21.222,54	R\$ 23.769,25	R\$ 26.621,56
Brindes	R\$ -	R\$ 3.600,00	R\$ 4.032,00	R\$ 4.515,84	R\$ 5.057,74	R\$ 5.664,67	R\$ 6.344,43	R\$ 7.105,76	R\$ 7.958,45	R\$ 8.913,47	R\$ 9.983,08
Despesas com pessoal	R\$ -	-	R\$ 45.077,42	R\$ 50.486,71	R\$ 56.545,12	R\$ 63.330,53	R\$ 70.930,19	R\$ 79.441,82	R\$ 88.974,83	R\$ 99.651,81	R\$ 111.610,03
Retirada de pró-labore	R\$ -	R\$ 96.000,00	R\$ 107.520,00	R\$ 120.422,40	R\$ 134.873,09	R\$ 151.057,86	R\$ 169.184,80	R\$ 189.486,98	R\$ 212.225,42	R\$ 237.692,46	R\$ 266.215,56
Total dos desembolsos	-R\$ 6.836,60	R\$ 252.120,00	R\$ 390.597,02	R\$ 433.032,74	R\$ 479.724,47	R\$ 531.982,85	R\$ 589.348,71	R\$ 653.234,88	R\$ 724.205,62	R\$ 802.892,93	R\$ 890.913,65
3. Diferença do período (1-2)	-R\$ 102.193,83	R\$ 40.488,00	-R\$ 39.467,42	-R\$ 11.677,22	R\$ 25.902,15	R\$ 74.769,10	R\$ 138.753,63	R\$ 220.487,93	R\$ 324.261,75	R\$ 455.267,91	R\$ 618.879,36
4. Saldo da vendas anteriores ou inicial		-R\$ 102.193,83	-R\$ 61.705,83	-R\$ 101.173,25	-R\$ 112.850,47	-R\$ 86.948,32	-R\$ 12.179,22	R\$ 126.574,41	R\$ 347.062,34	R\$ 671.324,09	R\$ 1.126.592,00
5. Disponibilidade acumulada (+/- 3+4)		-R\$ 61.705,83	-R\$ 101.173,25	-R\$ 112.850,47	-R\$ 86.948,32	-R\$ 12.179,22	R\$ 126.574,41	R\$ 347.062,34	R\$ 671.324,09	R\$ 1.126.592,00	R\$ 1.745.471,36
6. Saldo final caixa realizado	-R\$ 102.193,83	-R\$ 61.705,83	-R\$ 101.173,25	-R\$ 112.850,47	-R\$ 86.948,32	-R\$ 12.179,22	R\$ 126.574,41	R\$ 347.062,34	R\$ 671.324,09	R\$ 1.126.592,00	R\$ 1.745.471,36
Período de retorno efetivo do capital - payback descontado	-R\$ 102.193,83	-R\$ 66.043,83	-R\$ 97.507,02	-R\$ 105.818,63	-R\$ 89.357,35	-R\$ 46.931,35	R\$ 23.365,56	R\$ 123.103,10	R\$ 254.066,98	R\$ 418.241,15	R\$ 617.503,74
Saldo anual Caixa	-R\$ 102.193,83	R\$ 40.488,00	-R\$ 39.467,42	-R\$ 11.677,22	R\$ 25.902,15	R\$ 74.769,10	R\$ 138.753,63	R\$ 220.487,93	R\$ 324.261,75	R\$ 455.267,91	R\$ 618.879,36
Saldo anual de caixa TMA: 12% a.a.	-R\$ 102.193,83	R\$ 36.150,00	-R\$ 31.463,19	-R\$ 8.311,62	R\$ 16.461,28	R\$ 42.426,00	R\$ 70.296,91	R\$ 99.737,54	R\$ 130.963,88	R\$ 164.174,17	R\$ 199.262,59
VPL - Valor Presente Líquido	R\$ 639.146,60										
TIR - Taxa Interna de Retorno		4493,00%									
IL - Índice de Lucratividade		R\$ 4,11									

Fonte: autoria própria.

O Quadro 14 mostra que o saldo inicial é estimado em R\$102.193,83. Neste ano, estima-se que a empresa receberá vendas à vista de R\$292.608,00, no segundo ano R\$351.129,60, R\$421.355,52 no terceiro, no quarto ano R\$505.626,62, no quinto ano R\$606.751,95, R\$728.102,34 no sexto ano, R\$873.722,81 no sétimo ano, R\$1.048.467,37 no oitavo ano, no nono ano R\$1.258.160,84 e, por fim R\$1.509.793,01 no décimo ano.

Com relação às saídas de caixa, estima-se que o valor total do primeiro ano é de R\$252.120,00, o segundo ano é de R\$390.597,02, R\$433.032,74 no terceiro ano, R\$479.724,47 no quarto ano, no quinto ano R\$531.982,85, no sexto ano R\$589.348,71, no sétimo ano R\$653.234,88, R\$724.205,62 no oitavo ano, no nono ano R\$802.892,93 e, por fim R\$890.913,65 no décimo ano.

Então, subtraindo a entrada total da saída total, chegou-se ao saldo final de caixa, que passou a ser positivo efetivamente a partir do quarto ano com um valor de R\$25.902,15. Estima-se que a empresa recuperará o capital investido no sexto ano de atividade, obtendo um valor de R\$126.547,41, isso sem considerar o custo de capital.

## 8.2 MÉTODO PAYBACK DESCONTADO

O método de retorno sobre o investimento descontado informa quando o capital de investimento é recuperado considerando o custo monetário no tempo, em outras palavras, uma Taxa Mínima de Atratividade, neste caso, foi definida pelos sócios do empreendimento uma TMA de 12% ao ano.

**Quadro 15 - Payback descontado.**

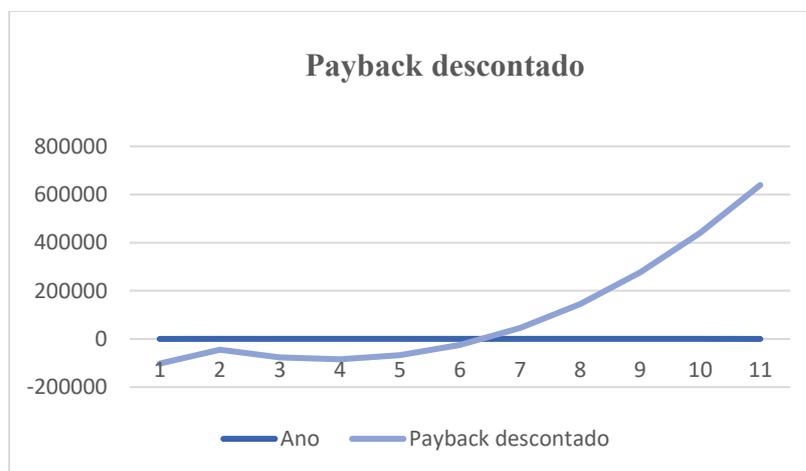
Payback descontado						
Ano	Saldo inicial	Entrada	Saída	Entrada atualizada ao momento 0	Saída atualizada ao momento 0	Payback descontado
0	-R\$ 102.193,83	R\$ -	-R\$ 102.193,83	R\$ -	-R\$ 102.193,83	-R\$ 102.193,83
1	R\$ -	R\$ 40.488,00	R\$ -	R\$ 36.150,00	R\$ -	-R\$ 66.043,83
2	R\$ -	-R\$ 39.467,42	R\$ -	-R\$ 31.463,19	R\$ -	-R\$ 97.507,02
3	R\$ -	-R\$ 11.677,22	R\$ -	-R\$ 8.311,61	R\$ -	-R\$ 105.818,63
4	R\$ -	R\$ 25.902,15	R\$ -	R\$ 16.461,28	R\$ -	-R\$ 89.357,35
5	R\$ -	R\$ 74.769,10	R\$ -	R\$ 42.426,00	R\$ -	-R\$ 46.931,35
6	R\$ -	R\$ 138.753,63	R\$ -	R\$ 70.296,91	R\$ -	R\$ 23.365,56
7	R\$ -	R\$ 220.487,93	R\$ -	R\$ 99.737,54	R\$ -	R\$ 123.103,10
8	R\$ -	R\$ 324.261,75	R\$ -	R\$ 130.963,88	R\$ -	R\$ 254.066,98
9	R\$ -	R\$ 455.267,91	R\$ -	R\$ 164.174,17	R\$ -	R\$ 418.241,15
10	R\$ -	R\$ 618.879,36	R\$ -	R\$ 199.262,59	R\$ -	R\$ 617.503,74

Fonte: autoria própria.

Desta maneira, é possível perceber que o empreendimento gerará rendimentos suficientes para pagar o custo do investimento inicial a partir do sexto ano de atividade.

Na sequência, a Figura 03, retrata através de um gráfico de linha a recuperação do capital inicial levando em consideração o custo do investimento no tempo.

**Figura 03 – Payback Descontado.**



Fonte: autoria própria.

### 8.3 TAXA MÍNIMA DE ATRATIVIDADE – TMA

A Taxa Média de Atratividade é determinada por outras oportunidades já existentes no mercado no qual o investidor poderia aplicar o seu capital sem ter a necessidade de investir na atividade estudada.

Nesta pesquisa foi considerada uma TMA de 12% ao ano, podendo ser percebido que no quarto ano demonstrou um saldo anual de caixa positivo com um valor de R\$16.461,28.

### 8.4 VALOR PRESENTE LÍQUIDO - VPL

Vale observar que sempre que o Valor Presente Líquido obter como resultado um valor positivo, ou seja, um valor maior do que o investimento, quer dizer que a empresa obterá um retorno superior ao custo de oportunidade da empresa (TMA).

O Quadro 16 mostra o VPL do projeto de pesquisa.

**Quadro 16 – VPL.**

Valor Presente Líquido (VPL)				
Ano	TMA	Saída	Entrada	Entrada atualizada ao momento 0
0	12%	-R\$ 102.193,83	R\$ -	R\$ -
1	12%	R\$ -	R\$ 40.488,00	R\$ 36.150,00
2	12%	R\$ -	-R\$ 39.467,42	-R\$ 31.463,19
3	12%	R\$ -	-R\$ 11.677,22	-R\$ 8.311,61
4	12%	R\$ -	R\$ 25.902,15	R\$ 16.461,28
5	12%	R\$ -	R\$ 74.769,10	R\$ 42.426,00
6	12%	R\$ -	R\$ 138.753,63	R\$ 70.296,91
7	12%	R\$ -	R\$ 220.487,93	R\$ 99.737,54
8	12%	R\$ -	R\$ 324.261,75	R\$ 130.963,88
9	12%	R\$ -	R\$ 455.267,91	R\$ 164.174,17
10	12%	R\$ -	R\$ 618.879,36	R\$ 199.262,59
Valor Presente Líquido (R\$)				R\$ 617.503,74

Fonte: autoria própria.

Desta maneira, conforme mostrado no Quadro 16, no décimo ano a empresa obterá um fluxo de caixa descontado acumulado de R\$617.503,74, em outras palavras, superior ao valor do investimento inicial.

### 8.5 TAXA INTERNA DE RETORNO - TIR

A taxa interna de retorno está relacionada ao VPL e representa a taxa de juros real.

No Quadro 17, é possível observar na primeira coluna o período da análise e, na segunda a taxa efetiva de porcentagem, ou seja, a TIR deste empreendimento. Na terceira coluna apresenta-se os valores de saída de caixa e na quarta os valores de entrada, já na quinta e última coluna são apresentados o valor dos fluxos de caixa trazidos ao valor presente com uma taxa de 44,93%, considerando o custo do dinheiro no tempo.

**Quadro 17 – TIR.**

<b>Taxa Interna de Retorno (TIR)</b>				
Ano	TIR	Saída	Entrada	VPL (R\$)
0	44,93%	-R\$ 102.193,83	R\$ -	-R\$ 102.193,83
1	44,93%	R\$ -	R\$ 85.008,00	R\$ 58.654,52
2	44,93%	R\$ -	R\$ 45.085,78	R\$ 21.464,61
3	44,93%	R\$ -	R\$ 44.945,74	R\$ 14.764,33
4	44,93%	R\$ -	R\$ 44.233,86	R\$ 10.025,86
5	44,93%	R\$ -	R\$ 42.826,01	R\$ 6.697,55
6	44,93%	R\$ -	R\$ 40.577,64	R\$ 4.378,62
7	44,93%	R\$ -	R\$ 37.320,70	R\$ 2.778,70
8	44,93%	R\$ -	R\$ 32.860,32	R\$ 1.688,13
9	44,93%	R\$ -	R\$ 26.970,80	R\$ 956,02
10	44,93%	R\$ -	R\$ 19.391,26	R\$ 474,27

Fonte: autoria própria.

Dessa forma, pode-se perceber a estimativa de retorno do investimento é muito superior ao retorno mínimo esperado pelos sócios.

## 8.6 INDICE DE LUCRATIVIDADE

Caracterizado pela expressão do lucro líquido em relação ao valor das receitas, esse indicador demonstra o quanto a empresa pode obter depois de pagar todos os seus custos e despesas. Através dele é possível verificar se a receita das atividades desenvolvidas pela empresa é capaz de se reembolsar e ainda sobrar dinheiro.

**Quadro 18 – IL.**

<b>Índice de Lucratividade (IL)</b>		
Receita total	Lucro líquido	IL
R\$ 7.595.718,06	R\$ 1.847.665,19	411%

Fonte: autoria própria.

Como mostra o Quadro 18, o valor do índice de lucratividade foi de 411%, indicando assim, que o empreendimento é viável economicamente.

## 9. ANÁLISE ECONÔMICO-FINANCEIRA

Desta forma, através de todas as análises feitas neste trabalho é possível perceber a viabilidade do empreendimento. Começando pelo fluxo de caixa, percebe-se que o valor do caixa passa a ser positivo efetivamente a partir do quarto ano com um valor de R\$25.902,15. Seguindo para a análise do Valor Presente Líquido (VPL), pode-se verificar que o empreendimento gera um valor de R\$617.503,74, isso se considerar uma Taxa Mínima de Atratividade de 12%. Isso quer dizer que o investimento retornará o capital investido e ainda gerará um ganho dentro do período estudado.

A Taxa Interna de Retorno (TIR) gerada pelo investimento é de 44,93% ao ano. Seguindo para a análise do Índice de Lucratividade (IL) que resultou num valor de 411%. Analisando também os cálculos do *payback* descontado, pode-se observar que o investimento conseguirá ser recuperado dentro do período analisado.

## 10. CONCLUSÃO

A elaboração deste trabalho de conclusão de curso deu ênfase ao uso da análise de viabilidade econômica e financeira como ferramenta essencial para a tomada de decisão de implantação de um empreendimento, pois observa o total de investimento, estuda dificuldades que podem afetar o caixa e apresenta a rentabilidade do negócio.

O presente estudo de viabilidade esboça para um período de dez anos todo o comportamento do negócio abrangendo da fase pré-operacional à projeção anual do resultado. Através das ferramentas de análise de investimentos, pode-se comprovar a viabilidade do investimento, que demonstrou bons indicadores de desempenho e de rentabilidade sobre o capital investido.

Após a conclusão desta pesquisa é possível afirmar que o projeto de implantação de empreendimento de moda no estilo *streetwear* é viável econômica e financeiramente, o que foi comprovado ao longo do trabalho, por meio dos resultados positivos que obtiveram os métodos de análise aplicados.

Por fim, pode-se concluir que realizar uma análise de viabilidade é de extrema importância para a empresa, pois com ela é possível obter informações a fim de definir estratégias para enfrentar a competitividade e as tendências de mercado, para que desta forma seja possível tomar a decisão certa a tempo.

## REFERÊNCIAS

- ABIT. **Perfil do setor**. 2017. Disponível em: <<https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>>. Acesso em: 10 nov. 2020.
- AMARAL, S. Estilo das Ruas Impulsiona Nova Onda na Moda Brasileira Depois de Contagiar Mercado de Luxo do Mundo, Streetwear Impulsiona Nova Safra de Marcas Nacionais. **Terra**, 26 jan. 2019. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/diversao/estilo-das-ruas-impulsiona-nova-onda-na-modabrasileira,da6a545270ce977983f99625e9cbb5ddmhkj5jm1.html>>. Acesso em: 10 nov. 2020.
- BANHETTI, E.; POZZA F. **Estilo streetwear: o skate através do olhar feminino**. Design de moda, Apucarana, 2016. Disponível em: <[http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/8650/1/AP\\_CODEM\\_2016\\_1\\_03.pdf](http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/8650/1/AP_CODEM_2016_1_03.pdf)>. Acesso em: 11 nov. 2020.
- BRAGA, R. **Fundamentos e técnicas de administração financeira**. São Paulo: Atlas, 1995.
- BRIGHAM, E. F.; EHRHARDT, M. C. **Administração financeira: teoria e prática**. 13.ed. São Paulo: Thomson Learning, 2012.
- CALZA, M. U. **Imagens urbanas: diálogos entre moda, sujeito e cidade**. **Moda Palavra**, nº 6, jul. – dez., 2010. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/5140/514051717002.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2020
- CARREIRA, G. **Alerta de tendência: o novo streetwear**. 2018. Disponível em: <<https://www.farfetech.com/br/style-guide/tendencias-subculturas/o-novo-streetwear/>>. Acesso em: 11 nov. 2020.
- CASAROTTO FILHO, N. C.; KOPITTKE, B. H. **Análise de investimentos**. 10.ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- CASAROTTO FILHO, N. C. e KOPITTKE, B. H. **Análise de investimentos: matemática financeira, engenharia econômica, tomada de decisão, estratégia empresarial**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 1996.
- CECCONELLO, Renato A.; AJZENTAL, Alberto. **A construção do plano de negócio**. São Paulo: Saraiva, 2008.
- CORREIA NETO, J. F.; MOURA, H. J; FORTE, S. H. A. C. Modelo Prático de Previsão de Fluxo de Caixa Operacional para Empresas Comerciais Considerando os Efeitos do Risco, Através do Método de Monte Carlo. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 8, n. 3, 2002.
- COUTINHO, F.; PORTINARI, D. B. A tribo dos body-mods paulistanos e as estéticas marginais contemporâneas. **Revista Contemporânea da UERJ**, Rio de Janeiro, v.11, n.22, 2013. Disponível em: <<http://www.epublicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/7832/6330>>. Acesso em: 15 out. 2020.

DAMODARAN, A. **Avaliação de investimentos**. 2.ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2010.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 5.ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 2014.

FIESP. Federação das Indústrias do Estado de São Paulo. **Mercado da moda deve crescer 3,1% ao ano até 2021**. 2018. Disponível em: <<https://www.fiesp.com.br/noticias/mercado-de-moda-deve-crescer-31-ao-ano-ate-2021/>>. Acesso em: 09 nov. 2020.

FRANCO, C. A. **Moda streetwear**. 2007. Disponível em: <<http://www.orm.com.br/stile/interna/default.asp?codigo=254750>>. Acesso em: 10 set. 2020.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GUIMARÃES, M. E. **A rua e a moda**: estilo de vida, identidade e consumo. S.L. 2006. Disponível em: <[http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/2-Coloquio-deModa\\_2006/artigos/82.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/2-Coloquio-deModa_2006/artigos/82.pdf)>. Acesso em: 10 nov. 2020.

HIRAI, A. L. Estudo de viabilidade de uma marca de roupas unissex de Curitiba – PR. **Design de moda**, Curitiba, 2015. Disponível em: <[https://issuu.com/designmodasenai/docs/estudo\\_de\\_viabilidade\\_de\\_uma\\_marca\\_](https://issuu.com/designmodasenai/docs/estudo_de_viabilidade_de_uma_marca_)>. Acesso em: 12 nov. 2020.

HOJI, M. **Administração financeira e orçamentária**: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

ICON. **ICONIX BRANDS GROUPS**. Disponível em: <<https://iconixbrasil.com/>>. Acesso em: 12 nov. 2020.

IMEI. Inteligência de mercado. **A nova moda nas ruas**. 2019. Disponível em: <<https://www.iemi.com.br/a-nova-moda-nas-ruas/>>. Acesso em: 12 nov. 2020.

LIZOTE, S.; ANDRADE, D.; SILVA, F.; PEREIRA, R.; PEREIRA, W. Análise de investimentos: um estudo aplicado em uma empresa do ramo alimentício. *In*: XI Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, Rezende, 2014. **Anais [...]**. Rezende, 2014. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/1220115.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2020.

MALLMANN, R. **Análise da viabilidade de um empreendimento de produção musical**. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Contábeis) – Universidade Regional do Oeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, 2012. Disponível em: <<https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/bitstream/handle/123456789/1024/TCC%20VERSÃO%20FINAL.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 14 nov. 2020.

MAMEDES, P. **Streetwear**: liberdade e personalidade para vestir. 2013. Disponível em: <<http://www.dandimoderno.com/2013/06/streetwear-liberdade-e-personalidade.html>>. Acesso em: 13 nov. 2020.

MOTTA, R. R.; CALÔBA, G. M. **Análise de Investimentos**: tomada de decisão em projetos industriais. São Paulo: Atlas, 2002.

NEVES, L. H. S. **Moda Streetwear**: identificação de propósitos através da comunicação entre marcas e consumidores. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação social) – Universidade de Caxias do Sul, 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: 12 nov. 2020

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business model generation**: inovação em modelos de negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

ROSS, S. A. **Princípios de administração financeira**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

SANTOS, C. Z. G.; SANTOS, J. R. **Design de moda**: o corpo, a roupa e o espaço que os habita. 2014. Disponível em: <[http://uniesp.edu.br/sites/\\_biblioteca/revistas/20180403122325.pdf](http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20180403122325.pdf)>. Acesso em: 11 nov. 2020.

SANTOS, E. O. **Administração financeira da pequena e média empresa**. São Paulo: Atlas, 2001.

SEBRAE. **Moda Streetwear**: roupas, calçados e acessórios para jovens com estilo skatista. 2015. Disponível em: <<https://respostas.sebrae.com.br/moda-streetwear-roupas-calcados-e-acessorios-para-jovens-com-estilo-skatista/>>. Acesso em: 15 nov. 2020

SEBRAE. **Roupas em alta**: crescimento do mercado brasileiro de vestuário e acessórios abre oportunidades para empreendedores. 2013. Disponível em: <[https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Not%C3%ADcias/Revista%20Conex%C3%A3o/conexao\\_39.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Not%C3%ADcias/Revista%20Conex%C3%A3o/conexao_39.pdf)>. Acesso em: 10 nov. 2020.

SERASA EXPERIAN. **Indicadores econômicos**. 2018. Disponível em: <<https://www.serasaexperian.com.br/amplie-seus-conhecimentos/indicadores-economicos>>. Acesso em: 09 nov. 2020.

SOARES, J. A. R. **A análise de risco, segundo o método de Monte Carlo, aplicada à modelagem financeira das empresas**. 2006. Dissertação (Mestrado em Economia) – Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS. Porto Alegre, 2006. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/10799>>. Acesso em: 09 nov. 2020.

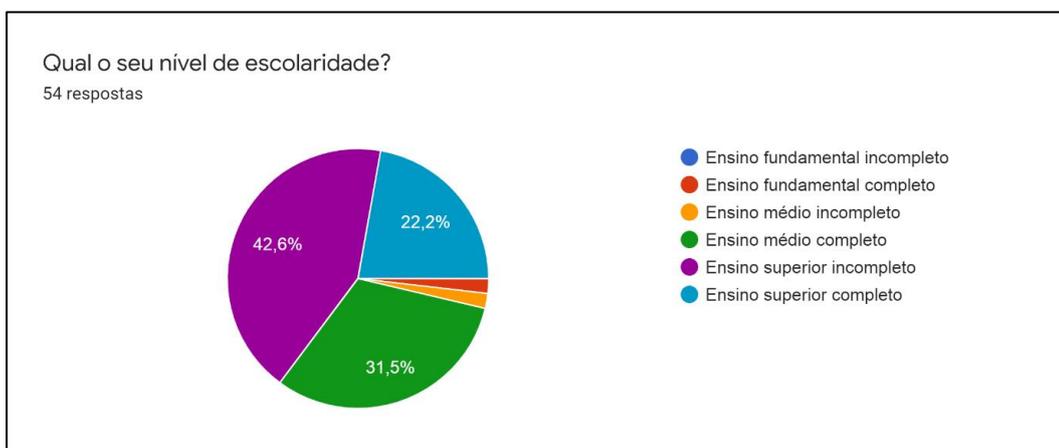
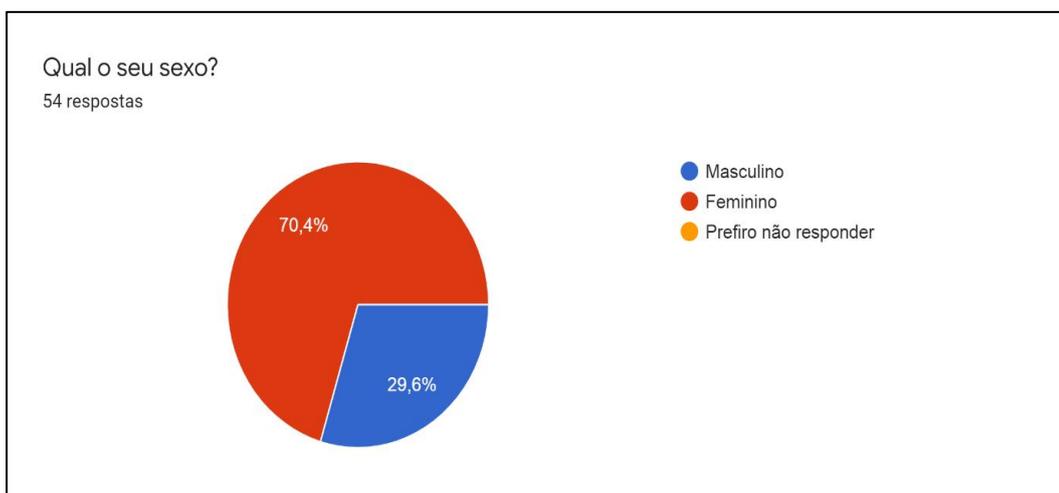
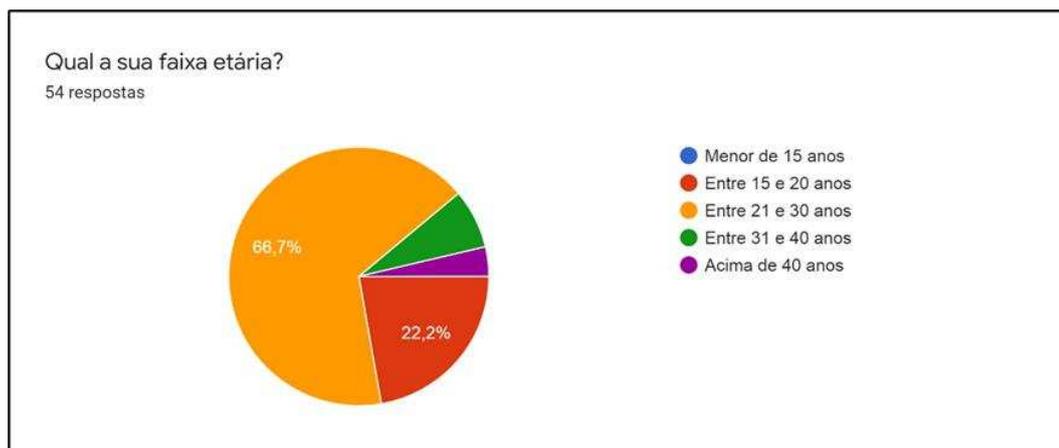
SOUZA, A.; CLEMENTE, A. **Decisões Financeiras e Análise de Investimentos**: fundamentos, técnicas e aplicações. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2004.

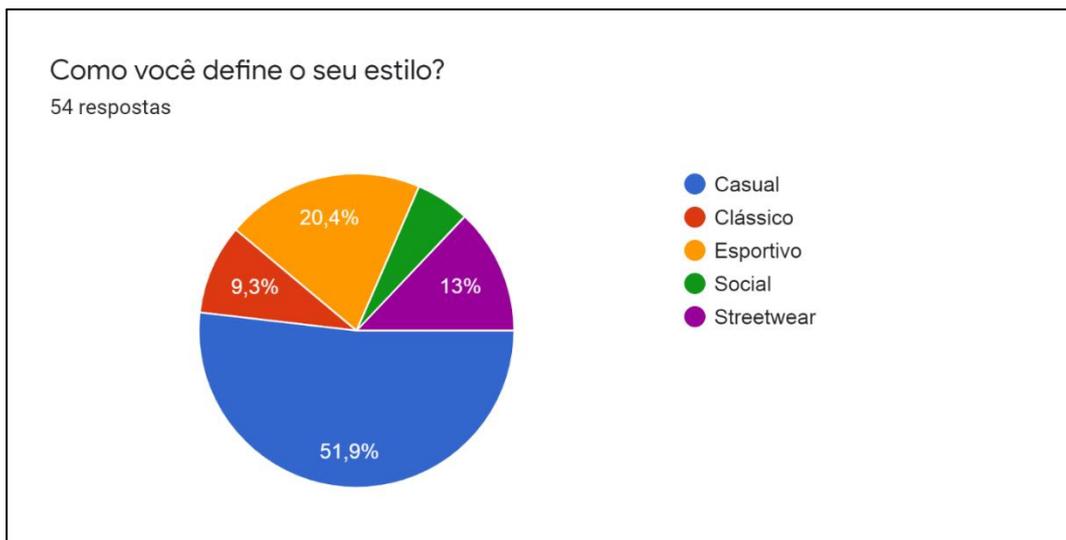
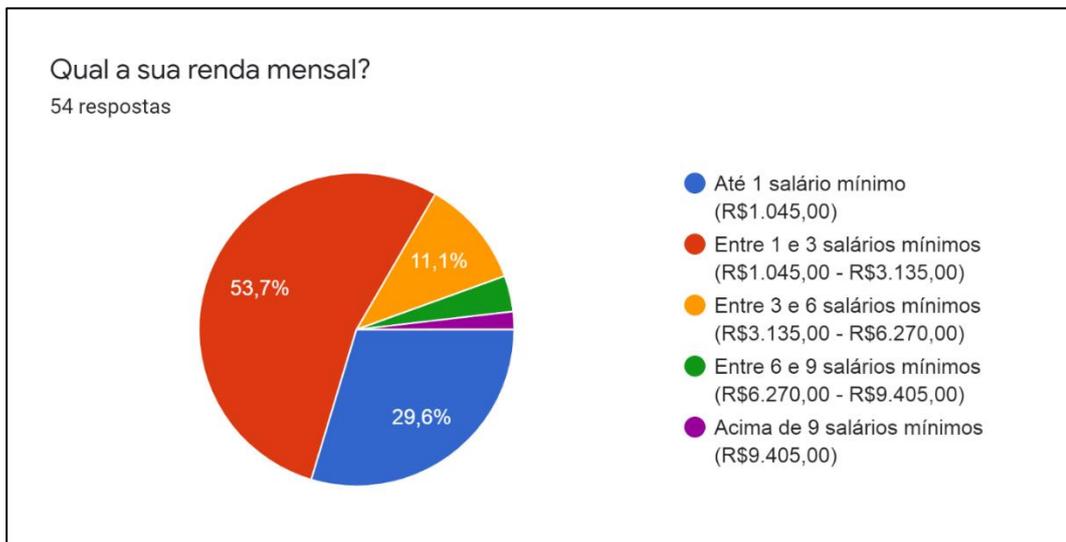
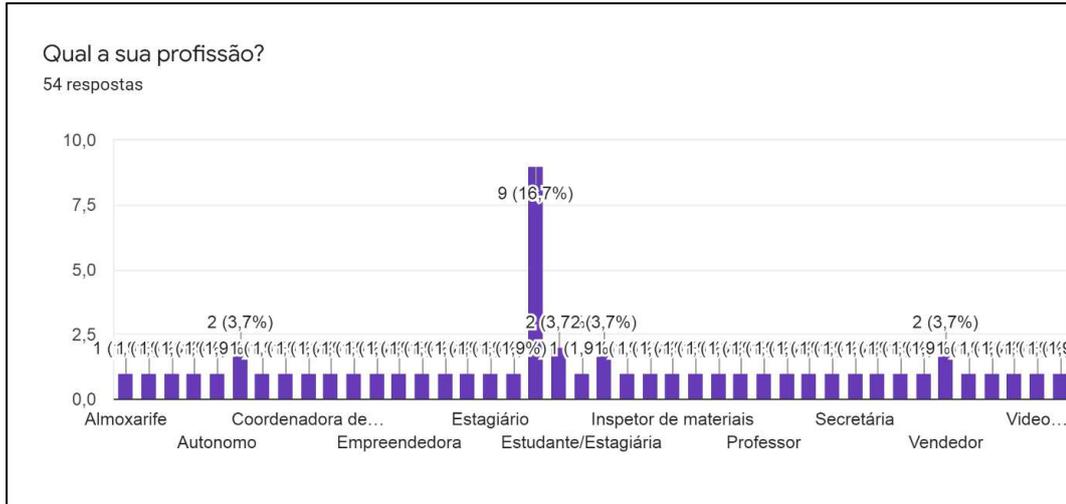
STREETWEAR BRASIL. **O que é Streetwear**. 2018. Disponível em: <<https://streetwearbr.com/2018/07/afinal-o-que-e-streetwear.html>>. Acesso em: 10 nov. 2020.

WSC CONTABILIDADE. **Receita X Despesas X Custos**: entenda a diferença na sua empresa. 2019. Disponível em: <<https://www.wsccontabilidade.com.br/receita-x-despesa-x-custos-entenda-a-diferenca-na-sua-empresa/>>. Acesso em: 10 nov. 2020.

## APÊNDICES

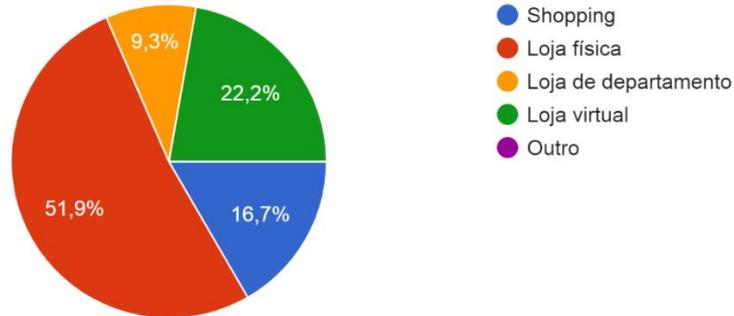
## APÊNDICE A – RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO APLICADO PARA PESQUISA DE MERCADO





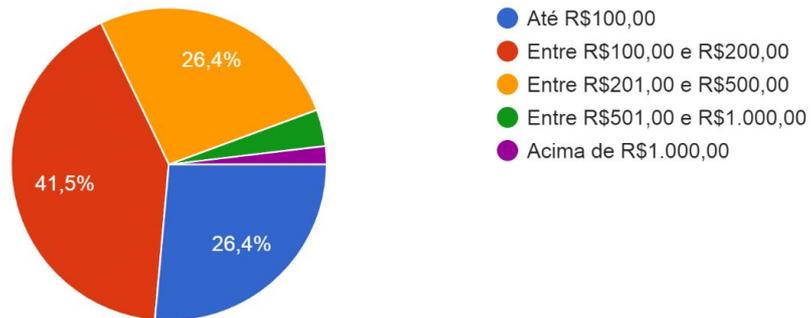
### Onde você costuma comprar roupas?

54 respostas



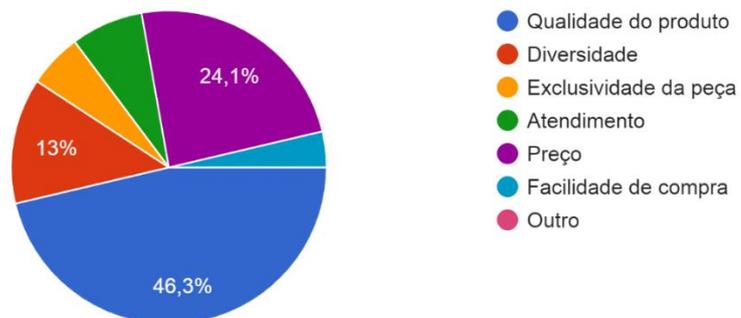
### Quanto você costuma gastar mensalmente em roupas e acessórios?

53 respostas



### O que você valoriza na hora da compra?

54 respostas



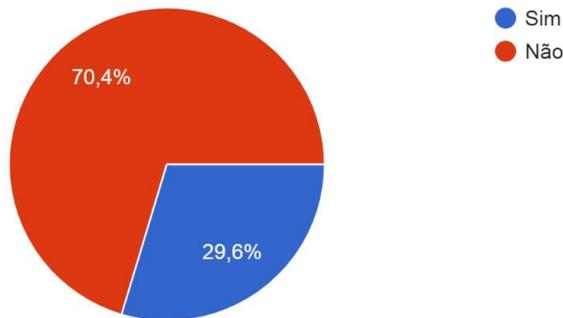
Qual é o seu envolvimento com a moda?

54 respostas



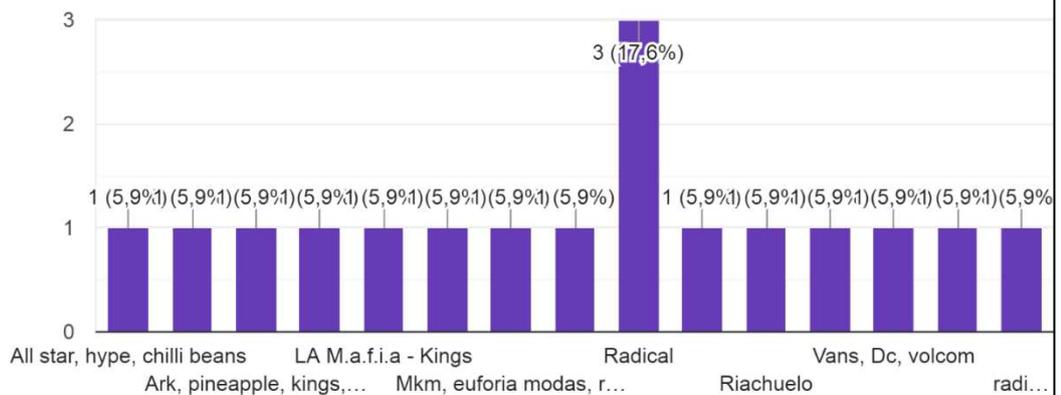
Conhece lojas que vendem roupas com o estilo streetwear?

54 respostas



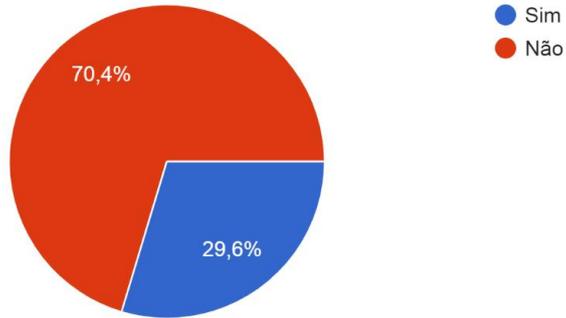
Caso tenha respondido sim na questão anterior, qual/quais loja/lojas você conhece?

17 respostas



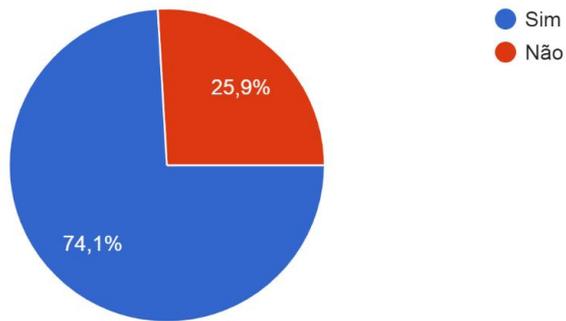
Você já comprou alguma peça de roupa com estilo streetwear?

54 respostas



Você usa/usaria uma peça de roupa com o estilo streetwear?

54 respostas



## APÊNDICE B – RELATÓRIOS UTILIZADOS PARA A ANÁLISE DO INVESTIMENTO

Preços previstos para produtos		
Descrição do produto		Valor
Óculos solar (unisex)		R\$ 249,90
Corta vento (masculino)		R\$ 319,90
Conjunto moletom (masculino)		R\$ 259,90
Calça (masculina)		R\$ 119,90
Bermuda (masculina)		R\$ 89,90
Camiseta manga longa (masculina)	Lisa	R\$ 89,90
	Estampada	R\$ 99,90
Camiseta manga curta (masculina)	Lisa	R\$ 79,90
	Estampada	R\$ 89,90
Blusa moletom (masculina)		R\$ 199,90
Corta vento (feminino)		R\$ 319,90
Conjunto moletom (feminino)		R\$ 259,90
Calça (feminina)		R\$ 119,90
Short (feminino)		R\$ 89,90
Camiseta manga longa (feminina)	Lisa	R\$ 89,90
	Estampada	R\$ 99,90
Camiseta manga curta (feminina)	Lisa	R\$ 79,90
	Estampada	R\$ 89,90
Blusa moletom (feminina)		R\$ 199,90

Investimentos pré-operacionais		
Descrição	Valor	%
Abertura da empresa (registro do CNPJ + alvará)	R\$ 1.174,63	17,18%
Criação, hospedagem e domínio de web site	R\$ 906,97	13,27%
Publicidade	R\$ 1.800,00	26,33%
Divulgação	R\$ 1.800,00	26,33%
Elaboração de logo marca	R\$ 800,00	11,70%
Registro de marca	R\$ 355,00	5,19%
<b>Total de investimentos pré-operacionais de instalação</b>	<b>R\$ 6.836,60</b>	<b>100,00%</b>

<b>Investimento fixo</b>			
Descrição	Quantidade	Valor	Total
<b>Máquinas e equipamentos</b>			
Ar condicionado 12.000 BTU	2	R\$ 1.849,00	R\$ 3.698,00
Purificador de água	1	R\$ 499,99	R\$ 499,99
Notebook	2	R\$ 1.989,00	R\$ 3.978,00
Impressora	1	R\$ 351,41	R\$ 351,41
Aparelho celular	1	R\$ 1.532,54	R\$ 1.532,54
Roteador wi-fi	1	R\$ 169,00	R\$ 169,00
Máquina de cartão	1	R\$ 40,00	R\$ 40,00
Aparelho telefone	1	R\$ 129,00	R\$ 129,00
Ventilador	4	R\$ 146,34	R\$ 585,36
<b>Móveis e utensílios</b>			
Balcão de atendimento	1	R\$ 1.199,00	R\$ 1.199,00
Cadeira	1	R\$ 249,90	R\$ 249,90
Armário	1	R\$ 349,90	R\$ 349,90
Armário multiuso	1	R\$ 407,91	R\$ 407,91
Estante de roupas	2	R\$ 365,04	R\$ 730,08
Persianas	2	R\$ 149,00	R\$ 298,00
Provador de roupas	2	R\$ 999,00	R\$ 1.998,00
Suporte para óculos solares	1	R\$ 1.094,00	R\$ 1.094,00
Arara de roupas	2	R\$ 439,00	R\$ 878,00
Mesa de apoio	1	R\$ 669,00	R\$ 669,00
Banqueta	4	R\$ 139,99	R\$ 559,96
Espelho para provador	4	R\$ 331,45	R\$ 1.325,80
Espelho para parede	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
Manequim feminino	2	R\$ 203,99	R\$ 407,98
Manequim masculino	2	R\$ 295,00	R\$ 590,00
Cabide	2	R\$ 189,90	R\$ 379,80
<b>Total do investimento fixo</b>			<b>R\$ 22.820,63</b>

<b>Investimento inicial</b>		
Descrição	Valor	%
Investimentos fixos	R\$ 22.820,63	23,37%
Investimentos pré-operacionais	R\$ 6.836,60	7,00%
Capital de giro	R\$ 68.000,00	69,63%
<b>Total de investimento</b>	<b>R\$ 97.657,23</b>	<b>100,00%</b>

<b>Custos variáveis</b>		
Descrição	Valor mensal	Valor anual
Compra de roupas e acessórios	R\$ 12.120,00	R\$ 145.440,00

<b>Estimativa de despesa com pessoal</b>			
Descrição	%	Valor mensal	Valor anual
Sálario bruto		R\$ 2.800,00	R\$ 33.600,00
13º salário	8,33%	R\$ 233,24	R\$ 2.798,88
Férias	8,33%	R\$ 233,24	R\$ 2.798,88
Sub total		R\$ 3.266,48	R\$ 39.197,76
FGTS	8,00%	R\$ 261,32	R\$ 3.135,82
Previsões	7,00%	R\$ 228,65	R\$ 2.743,84
Total		R\$ 3.756,45	R\$ 45.077,42
Quantidade de funcionários		1	
Total de despesa com pessoal		R\$ 3.756,45	R\$ 45.077,42

<b>Pró-labore</b>			
Pró-labore	Quantidade	Total mensal	Total anual
R\$ 4.000,00	2	R\$ 8.000,00	R\$ 96.000,00

<b>Despesas operacionais mensais</b>			
Descrição	Valor	%	Valor anual
Aluguel	R\$ 3.500,00	19,78%	R\$ 42.000,00
Energia	R\$ 500,00	2,83%	R\$ 6.000,00
Telefone	R\$ 100,00	0,57%	R\$ 1.200,00
Internet	R\$ 180,00	1,02%	R\$ 2.160,00
Honorários contábeis	R\$ 300,00	1,70%	R\$ 3.600,00
Despesas bancárias	R\$ 80,00	0,45%	R\$ 960,00
Material de higiene e limpeza	R\$ 90,00	0,51%	R\$ 1.080,00
Material de escritório	R\$ 90,00	0,51%	R\$ 1.080,00
Divulgação	R\$ 800,00	4,52%	R\$ 9.600,00
Brindes	R\$ 300,00	1,70%	R\$ 3.600,00
Despesas com pessoal	R\$ 3.756,45	21,23%	R\$ 45.077,42
Retirada de pró-labore	R\$ 8.000,00	45,21%	R\$ 96.000,00
Total	R\$ 17.696,45	100,00%	R\$ 212.357,42

<b>Receitas</b>		
Meses	Quantidade	Valor
Janeiro	160	R\$ 24.384,00
Fevereiro	160	R\$ 24.384,00
Março	160	R\$ 24.384,00
Abril	160	R\$ 24.384,00
Maiο	160	R\$ 24.384,00
Junho	160	R\$ 24.384,00
Julho	160	R\$ 24.384,00
Agosto	160	R\$ 24.384,00
Setembro	160	R\$ 24.384,00
Outubro	160	R\$ 24.384,00
Novembro	160	R\$ 24.384,00
Dezembro	160	R\$ 24.384,00
Receita bruta anual	1920	R\$ 292.608,00

Estimativa dos custos variáveis					Estimativa dos custos variáveis					
Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
Roupas e acessórios	R\$ 84.840,00	R\$ 158.166,00	R\$ 172.710,00	R\$ 188.163,00	R\$ 205.434,00	R\$ 223.614,00	R\$ 243.612,00	R\$ 265.428,00	R\$ 289.062,00	R\$ 315.423,00

Estimativa de vendas para produtos							
Descrição do produto	Estimativa de custos			Estimativa de vendas			
	Vendas unitárias	Custo unitário	Custo total	Preço de venda unitário	Faturamento mensal	Faturamento anual	
Óculos solar (unisex)	16	R\$ 90,00	R\$ 1.440,00	R\$ 249,90	R\$ 3.998,40	R\$ 47.980,80	
Corta vento (masculino)	8	R\$ 130,00	R\$ 1.040,00	R\$ 319,90	R\$ 2.559,20	R\$ 30.710,40	
Conjunto moletom (masculino)	6	R\$ 140,00	R\$ 840,00	R\$ 259,90	R\$ 1.559,40	R\$ 18.712,80	
Calça (masculina)	8	R\$ 80,00	R\$ 640,00	R\$ 119,90	R\$ 959,20	R\$ 11.510,40	
Bermuda (masculina)	6	R\$ 60,00	R\$ 360,00	R\$ 89,90	R\$ 539,40	R\$ 6.472,80	
Camiseta manga longa (masculina)	Lisa	10	R\$ 50,00	R\$ 500,00	R\$ 89,90	R\$ 899,00	R\$ 10.788,00
	Estampada	8	R\$ 60,00	R\$ 480,00	R\$ 99,90	R\$ 799,20	R\$ 9.590,40
Camiseta manga curta (masculina)	Lisa	12	R\$ 40,00	R\$ 480,00	R\$ 79,90	R\$ 958,80	R\$ 11.505,60
	Estampada	8	R\$ 50,00	R\$ 400,00	R\$ 89,90	R\$ 719,20	R\$ 8.630,40
Blusa moletom (masculina)	6	R\$ 100,00	R\$ 600,00	R\$ 199,90	R\$ 1.199,40	R\$ 14.392,80	
Corta vento (feminino)	8	R\$ 130,00	R\$ 1.040,00	R\$ 319,90	R\$ 2.559,20	R\$ 30.710,40	
Conjunto moletom (feminino)	6	R\$ 140,00	R\$ 840,00	R\$ 259,90	R\$ 1.559,40	R\$ 18.712,80	
Calça (feminina)	8	R\$ 80,00	R\$ 640,00	R\$ 119,90	R\$ 959,20	R\$ 11.510,40	
Short (feminino)	6	R\$ 60,00	R\$ 360,00	R\$ 89,90	R\$ 539,40	R\$ 6.472,80	
Camiseta manga longa (feminina)	Lisa	10	R\$ 50,00	R\$ 500,00	R\$ 89,90	R\$ 899,00	R\$ 10.788,00
	Estampada	8	R\$ 60,00	R\$ 480,00	R\$ 99,90	R\$ 799,20	R\$ 9.590,40
Camiseta manga curta (feminina)	Lisa	12	R\$ 40,00	R\$ 480,00	R\$ 79,90	R\$ 958,80	R\$ 11.505,60
	Estampada	8	R\$ 50,00	R\$ 400,00	R\$ 89,90	R\$ 719,20	R\$ 8.630,40
Blusa moletom (feminina)	6	R\$ 100,00	R\$ 600,00	R\$ 199,90	R\$ 1.199,40	R\$ 14.392,80	
Valor total	160	R\$ 1.510,00	R\$ 12.120,00	Total de vendas (R\$)	R\$ 24.384,00	R\$ 292.608,00	

Projeção de aumento da receita																				
Anos	1º ano		2º ano		3º ano		4º ano		5º ano		6º ano		7º ano		8º ano		9º ano		10º ano	
Valor (R\$)			*aumento de 9% na quantidade e 20% no valor		*aumento de 9% na quantidade e 20% no valor		*aumento de 9% na quantidade e 20% no valor		*aumento de 9% na quantidade e 20% no valor		*aumento de 9% na quantidade e 20% no valor		*aumento de 9% na quantidade e 20% no valor		*aumento de 9% na quantidade e 20% no valor		*aumento de 9% na quantidade e 20% no valor		*aumento de 9% na quantidade e 20% no valor	
Meses	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor
Janeiro	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55	226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
Fevereiro	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55	226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
Março	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55	226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
Abril	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55	226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
Mai	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55	226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
Junho	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55	226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
Julho	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55	226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
Agosto	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55	226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
Setembro	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55	226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
Outubro	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55	226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
Novembro	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55	226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
Dezembro	160	R\$ 24.384,00	174	R\$ 29.260,80	190	R\$ 35.112,96	207	R\$ 42.135,55	226	R\$ 50.562,66	246	R\$ 60.675,19	268	R\$ 72.810,23	292	R\$ 87.372,28	318	R\$ 104.846,74	347	R\$ 125.816,08
Total de receita anual (R\$)	1920	R\$ 292.608,00	2088	R\$ 351.129,60	2280	R\$ 421.355,52	2484	R\$ 505.626,62	2712	R\$ 606.751,95	2952	R\$ 728.102,34	3216	R\$ 873.722,81	3504	R\$ 1.048.467,37	3816	R\$ 1.258.160,84	4164	R\$ 1.509.793,01

Estimativa das despesas operacionais										
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
Descrição		12%	12%	12%	12%	12%	12%	12%	12%	12%
Aluguel	R\$ 42.000,00	R\$ 47.040,00	R\$ 52.684,80	R\$ 59.006,98	R\$ 66.087,81	R\$ 74.018,35	R\$ 82.900,55	R\$ 92.848,62	R\$ 103.990,45	R\$ 116.469,31
Energia	R\$ 6.000,00	R\$ 6.720,00	R\$ 7.526,40	R\$ 8.429,57	R\$ 9.441,12	R\$ 10.574,05	R\$ 11.842,94	R\$ 13.264,09	R\$ 14.855,78	R\$ 16.638,47
Telefone	R\$ 1.200,00	R\$ 1.344,00	R\$ 1.505,28	R\$ 1.685,91	R\$ 1.888,22	R\$ 2.114,81	R\$ 2.368,59	R\$ 2.652,82	R\$ 2.971,16	R\$ 3.327,69
Internet	R\$ 2.160,00	R\$ 2.419,20	R\$ 2.709,50	R\$ 3.034,64	R\$ 3.398,80	R\$ 3.806,66	R\$ 4.263,46	R\$ 4.775,07	R\$ 5.348,08	R\$ 5.989,85
Honorários contábeis	R\$ 3.600,00	R\$ 4.032,00	R\$ 4.515,84	R\$ 5.057,74	R\$ 5.664,67	R\$ 6.344,43	R\$ 7.105,76	R\$ 7.958,45	R\$ 8.913,47	R\$ 9.983,08
Despesas bancárias	R\$ 960,00	R\$ 1.075,20	R\$ 1.204,22	R\$ 1.348,73	R\$ 1.510,58	R\$ 1.691,85	R\$ 1.894,87	R\$ 2.122,25	R\$ 2.376,92	R\$ 2.662,16
Material de higiene e limpeza	R\$ 1.080,00	R\$ 1.209,60	R\$ 1.354,75	R\$ 1.517,32	R\$ 1.699,40	R\$ 1.903,33	R\$ 2.131,73	R\$ 2.387,54	R\$ 2.674,04	R\$ 2.994,93
Material de escritório	R\$ 1.080,00	R\$ 1.209,60	R\$ 1.354,75	R\$ 1.517,32	R\$ 1.699,40	R\$ 1.903,33	R\$ 2.131,73	R\$ 2.387,54	R\$ 2.674,04	R\$ 2.994,93
Divulgação	R\$ 9.600,00	R\$ 10.752,00	R\$ 12.042,24	R\$ 13.487,31	R\$ 15.105,79	R\$ 16.918,48	R\$ 18.948,70	R\$ 21.222,54	R\$ 23.769,25	R\$ 26.621,56
Brindes	R\$ 3.600,00	R\$ 4.032,00	R\$ 4.515,84	R\$ 5.057,74	R\$ 5.664,67	R\$ 6.344,43	R\$ 7.105,76	R\$ 7.958,45	R\$ 8.913,47	R\$ 9.983,08
Despesas com pessoal	R\$ -	R\$ 45.077,42	R\$ 50.486,71	R\$ 56.545,12	R\$ 63.330,53	R\$ 70.930,19	R\$ 79.441,82	R\$ 88.974,83	R\$ 99.651,81	R\$ 111.610,03
Retirada de pró-labore	R\$ 96.000,00	R\$ 107.520,00	R\$ 120.422,40	R\$ 134.873,09	R\$ 151.057,86	R\$ 169.184,80	R\$ 189.486,98	R\$ 212.225,42	R\$ 237.692,46	R\$ 266.215,56
Valor total (R\$)	R\$ 167.280,00	R\$ 232.431,02	R\$ 260.322,74	R\$ 291.561,47	R\$ 326.548,85	R\$ 365.734,71	R\$ 409.622,88	R\$ 458.777,62	R\$ 513.830,93	R\$ 575.490,65



Payback descontado						
Ano	Saldo inicial	Entrada	Saída	Entrada atualizada ao momento 0	Saída atualizada ao momento 0	Payback descontado
0	-R\$ 102.193,83	R\$ -	-R\$ 102.193,83	R\$ -	-R\$ 102.193,83	-R\$ 102.193,83
1	R\$ -	R\$ 40.488,00	R\$ -	R\$ 36.150,00	R\$ -	-R\$ 66.043,83
2	R\$ -	-R\$ 39.467,42	R\$ -	-R\$ 31.463,19	R\$ -	-R\$ 97.507,02
3	R\$ -	-R\$ 11.677,22	R\$ -	-R\$ 8.311,61	R\$ -	-R\$ 105.818,63
4	R\$ -	R\$ 25.902,15	R\$ -	R\$ 16.461,28	R\$ -	-R\$ 89.357,35
5	R\$ -	R\$ 74.769,10	R\$ -	R\$ 42.426,00	R\$ -	-R\$ 46.931,35
6	R\$ -	R\$ 138.753,63	R\$ -	R\$ 70.296,91	R\$ -	R\$ 23.365,56
7	R\$ -	R\$ 220.487,93	R\$ -	R\$ 99.737,54	R\$ -	R\$ 123.103,10
8	R\$ -	R\$ 324.261,75	R\$ -	R\$ 130.963,88	R\$ -	R\$ 254.066,98
9	R\$ -	R\$ 455.267,91	R\$ -	R\$ 164.174,17	R\$ -	R\$ 418.241,15
10	R\$ -	R\$ 618.879,36	R\$ -	R\$ 199.262,59	R\$ -	R\$ 617.503,74

Valor Presente Líquido (VPL)				
Ano	TMA	Saída	Entrada	Entrada atualizada ao momento 0
0	12%	-R\$ 102.193,83	R\$ -	R\$ -
1	12%	R\$ -	R\$ 40.488,00	R\$ 36.150,00
2	12%	R\$ -	-R\$ 39.467,42	-R\$ 31.463,19
3	12%	R\$ -	-R\$ 11.677,22	-R\$ 8.311,61
4	12%	R\$ -	R\$ 25.902,15	R\$ 16.461,28
5	12%	R\$ -	R\$ 74.769,10	R\$ 42.426,00
6	12%	R\$ -	R\$ 138.753,63	R\$ 70.296,91
7	12%	R\$ -	R\$ 220.487,93	R\$ 99.737,54
8	12%	R\$ -	R\$ 324.261,75	R\$ 130.963,88
9	12%	R\$ -	R\$ 455.267,91	R\$ 164.174,17
10	12%	R\$ -	R\$ 618.879,36	R\$ 199.262,59

Taxa Interna de Retorno (TIR)				
Ano	TIR	Saída	Entrada	VPL (R\$)
0	44,93%	-R\$ 102.193,83	R\$ -	-R\$ 102.193,83
1	44,93%	R\$ -	R\$ 85.008,00	R\$ 58.654,52
2	44,93%	R\$ -	R\$ 45.085,78	R\$ 21.464,61
3	44,93%	R\$ -	R\$ 44.945,74	R\$ 14.764,33
4	44,93%	R\$ -	R\$ 44.233,86	R\$ 10.025,86
5	44,93%	R\$ -	R\$ 42.826,01	R\$ 6.697,55
6	44,93%	R\$ -	R\$ 40.577,64	R\$ 4.378,62
7	44,93%	R\$ -	R\$ 37.320,70	R\$ 2.778,70
8	44,93%	R\$ -	R\$ 32.860,32	R\$ 1.688,13
9	44,93%	R\$ -	R\$ 26.970,80	R\$ 956,02
10	44,93%	R\$ -	R\$ 19.391,26	R\$ 474,27

Índice de Lucratividade (IL)		
Receita total	Lucro líquido	IL
R\$ 7.595.718,06	R\$ 1.847.665,19	411%