

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI  
CURSO ADMINISTRAÇÃO**

**CICERO LEOND MENDONÇA DA SILVA**

**PLANO DE NEGÓCIO: LEOND INDÚSTRIA DE CAMISAS**

**JUAZEIRO DO NORTE**

**2014**

CICERO LEOND MENDONÇA DA SILVA

PLANO DE NEGOCIO: LEOND INDÚSTRIA DE CAMISAS

Trabalho de Conclusão do Curso, apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Federal do Ceará (UFC) / Campus Cariri, como requisito para obtenção do grau Bacharel em Administração.

Habilitação: Administração

Orientador: Professor Me. Marcene Venâncio da Silva

JUAZEIRO DO NORTE  
2014

CICERO LEOND MENDONÇA DA SILVA

PLANO DE NEGOCIO: LEOND INDÚSTRIA DE CAMISAS

Trabalho de Conclusão do Curso, apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Federal do Ceará (UFC) / Campus Cariri, como requisito para obtenção do grau Bacharel em Administração.

Habilitação: Administração

Orientador: Professor Me. Marcene Venâncio

Data de aprovação: \_\_/\_\_/\_\_

BANCA EXAMINADORA

---

Professor Me. Marcene Venâncio da Silva

Universidade Federal do Ceará (UFC)

Orientador

---

Professor Me. Alexandre Araújo Cavalcante Soares

Universidade Federal do Ceará (UFC)

Avaliador

---

Professor Me. Jarbas Rodrigues Chagas

Universidade Federal do Ceará (UFC)

Avaliador

*A Minha Família, por ser minha base, aos verdadeiros amigos que sempre estiveram e sempre estarão ao meu lado, a todos que pensaram que eu não iria conseguir e principalmente a minha querida mãe que sempre esteve ao meu lado em todos os momentos e nunca me deixou faltar nada.*

## **AGRADECIMENTOS**

Antes de tudo queria agradecer a Deus por me proporcionar momentos de felicidade, garra e força de vontade para seguir sempre em frente, por ter me dado à benção de conhecer verdadeiros amigos ao decorrer do curso, ter feito amizades sinceras e eternas, por ter proporcionado que todos os meus planos terem se tornado realizações.

Agradecer a toda a minha família por sempre me apoiar principalmente a Maria Socorro, Thauane Luara e Jessica Nayara que acompanharam minha jornada desde o início, que torceram e rezaram sempre por mim, a todos os meus colegas de curso e colegas acadêmicos, agradecer a os professores Marcone Venâncio, Roberto Ramos, Diego Guerra, Alexandre e Neumayer por sempre estarem dispostos e comprometidos a ensinar da melhor forma possível, a avaliar, a aconselhar meus projetos de negocio.

“Todo vencedor tem cicatrizes” (Herbert  
Casson)

## LISTA DE ILUSTRAÇÃO

|  |    |
|--|----|
| Figura 1 – Organograma da LIC.....           | 17 |
| Figura 2 – Modelos de Fardamentos.....       | 18 |
| Figura 3 – Modelo de camisa Bad trip.....    | 19 |
| Figura 4 – Modelo de camisa customizada..... | 20 |
| Figura 5 – Layout da empresa.....            | 30 |
| Figura 6 – Processos de produção.....        | 32 |

## LISTA DE TABELAS

|  |    |
|--|----|
| Tabela 1– Modelos de fardamento.....   | 18 |
| Tabela 2 – Modelo de camisa Badtrip.....   | 19 |
| Tabela 3– Modelo de camisa customizada.....  | 20 |
| Tabela 4 – Remuneração.....  | 27 |
| Tabela 5 – Capacidade produtiva.....   | 31 |
| Tabela 6 – Maquinas.....   | 33 |
| Tabela 7 – Equipamentos.....   | 33 |
| Tabela 8 – Moveis e utensilios.....  | 33 |
| Tabela 9 – Veiculos.....   | 34 |
| Tabela 10 – Computador.....  | 34 |
| Tabela 11 – Estimativa de estoque inicial.....   | 34 |
| Tabela 12– Caixa mínimo, contas a receber e prazo medi de vendas.....                        | 34 |
| Tabela 13 – Fornecedores.....  | 35 |
| Tabela 14 – Estoque.....   | 35 |
| Tabela 15 – Calculo da necessidade liquida de capital de giro em dias.....                   | 35 |
| Tabela 16 – Caixa mínimo.....  | 35 |
| Tabela 17 – total de caixa mínimo.....   | 35 |
| Tabela 18 – Investimentos pré-operacionais.....  | 35 |
| Tabela 19 – Investimento total.....  | 36 |
| Tabela 20 – Estimativa de faturamento total da empresa.....                                  | 36 |
| Tabela 21 – Estimativa de faturamento anual da empresa.....                                  | 36 |
| Tabela 22 – Estimativa de custo unitário de matéria-prima, mat. diretos e terceirizados..... | 36 |
| Tabela 23 – Estimativa de custo de comercialização.....                                      | 37 |
| Tabela 24 – Estimativa de custo total de comercialização.....                                | 38 |
| Tabela 25 – Estimativa de custo total anual de comercialização.....                          | 38 |
| Tabela 26 – Apuração de custo dos materiais diretos.....                                     | 38 |
| Tabela 27 – Apuração de custo anual dos materiais diretos.....                               | 39 |
| Tabela 28 – Estimativa de custo com mão de obra.....   | 39 |
| Tabela 29 – Estimativa de custo com depreciação.....   | 40 |
| Tabela 30 – Estimativa de custos fixos operacionais mensais.....                             | 40 |
| Tabela 31 – Demonstração de resultado.....   | 41 |

|   |    |
|---|----|
| Tabela 32 – Indicadores de viabilidade..... | 41 |
|---|----|

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

|          |   |
|----------|---|
| COFINS   | Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social  |
| CRAJUBAR | Crato, Juazeiro e Barbalha.   |
| FAP      | Faculdade Paraíso   |
| FATEC    | Faculdade de Tecnologia   |
| FJN      | Faculdade de Juazeiro do Norte  |
| FMJ      | Faculdade de Medicina de Juazeiro   |
| ICMS     | Imposto Sobre Circulação de mercadoria e Serviço  |
| IFCE     | Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia do Ceará.  |
| INSS     | Instituto Nacional do Seguro Social   |
| INTA     | Instituto de Teologia Aplicada  |
| IPI      | Imposto Sobre produtos Industrializados   |
| IR       | Imposto de Renda  |
| LIC      | Leond Indústria de Camisas  |
| ME       | Micro Empresa   |
| PIS      | Programa de Integração Social   |
| SIMPLES  | Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das<br>Microempresas e Empresas de Pequeno Porte |
| SINE     | Sistema Nacional de Emprego   |
| UFCA     | Universidade Federal do Cariri  |
| URCA     | Universidade Regional do Cariri   |
| UVA      | Universidade Vale do Acaraú   |

## **LISTA DE SIMBOLOS**

R\$ Real moeda corrente no Brasil

% Porcentagem

## SUMÁRIO

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 1     | <b>RESUMO EXECUTIVO</b> .....   | 14 |
| 2     | <b>NOME DA EMPRESA</b> .....  | 15 |
| 2.1   | <b>Localização:</b> .....   | 15 |
| 2.2   | <b>O Negócio</b> .....  | 15 |
| 2.3   | <b>Missão e Visão</b> .....   | 15 |
| 2.4   | <b>Estruturas Organizacionais:</b> .....                              | 16 |
| 3     | <b>PLANO DE PRODUTOS</b> .....  | 18 |
| 4     | <b>PLANO DE MARKETING</b> .....                                       | 21 |
| 4.1   | <b>Fatores econômicos</b> .....                                       | 21 |
| 4.1   | <b>Fatores socioculturais</b> .....                                   | 21 |
| 4.3   | <b>Fatores políticos/Legais</b> .....                                 | 22 |
| 4.4   | <b>Fatores tecnológicos</b> .....                                     | 23 |
| 4.5   | <b>Concorrências</b> .....  | 23 |
| 4.6   | <b>Fatores internos</b> .....   | 24 |
| 4.7   | <b>Análises de Oportunidades e ameaças, forças e fraquezas.</b> ..... | 24 |
| 4.8   | <b>Estratégias de marketing</b> .....                                 | 24 |
| 4.8.1 | <i>Fardamentos</i> .....  | 25 |
| 4.8.2 | <i>Badtrip</i> .....  | 25 |
| 4.8.3 | <i>Camisas personalizadas</i> .....                                   | 25 |
| 5     | <b>PLANO GERENCIAL</b> .....  | 26 |
| 5.1   | <b>Habilidades, educação formal e experiências</b> .....              | 26 |
| 5.2   | <b>Cargos existentes e planos para ocupar cargos vagos.</b> .....     | 26 |
| 5.3   | <b>Remuneração</b> .....  | 27 |
| 5.4   | <b>Processos decisórios na empresa</b> .....                          | 27 |
| 6     | <b>PLANO OPERACIONAL</b> .....  | 29 |
| 6.1   | <b>Localização da empresa</b> .....                                   | 29 |
| 6.2   | <b>Layout da empresa</b> .....  | 30 |
| 6.3   | <b>Capacidade Produtiva</b> .....                                     | 30 |
| 6.4   | <b>Processos de produção</b> .....                                    | 31 |

|      |   |    |
|------|---|----|
| 7    | <b>PLANO FINANCEIRO</b> .....   | 33 |
| 7.1  | <b>Estimativa de investimentos fixos</b> .....  | 33 |
| 7.2  | <b>Total de investimentos fixos</b> .....   | 34 |
| 7.3  | <b>Capital de giro</b> .....  | 34 |
| 7.4  | <b>Investimentos Total</b> .....  | 36 |
| 7.5  | <b>Estimativas de faturamento mensal da empresa</b> .....                                       | 36 |
| 7.6  | <b>Estimativas de custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações</b> ..... | 37 |
| 7.7  | <b>Estimativas de custo de comercialização</b> .....  | 37 |
| 7.8  | <b>Apurações do custo dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas</b> .....                 | 38 |
| 7.9  | <b>Estimativas dos custos com mão-de-obra</b> .....   | 39 |
| 7.10 | <b>Estimativas do custo com depreciação</b> .....   | 40 |
| 7.11 | <b>Estimativas de custos fixos operacionais mensais</b> .....                                   | 40 |
| 7.12 | <b>Demonstrações de resultado</b> .....   | 41 |
| 7.13 | <b>Indicadores de viabilidade</b> .....   | 41 |
|      | <b>REFERENCIAS</b> .....  | 42 |

## 1 RESUMO EXECUTIVO

A empresa Leond indústria de camisas (LIC) surgiu na necessidade do empreendedor Leond Mendonça em conseguir as camisas que o mesmo gostaria de usar, pois não encontrava nas lojas da sua região, ao fazer sua primeira camisa, os seus amigos logo gostaram e pediram para que o mesmo fizesse camisas personalizadas, desde então não parou de chover pedidos de pessoas querendo camisas personalizadas.

Esse plano de negocio tem o objetivo de expansão da empresa, pois a mesma encontrasse operando em seu nível máximo, com necessidade de mão de obra capacitada e diretores comprometidos com os objetivos da empresa.

A estrutura da LIC será de pequeno porte, contará com o Diretor geral que será responsável por gerir todo o empreendimento, auxiliado por dois gerentes, marketing e produção. Contarão ainda com dois serigrafistas, duas costureiras e uma recepcionista.

Seus produtos resumem-se a três: fardamentos, camisa personalizada e badtrip<sup>1</sup>. O produto fardamento é um dos principais produtos da LIC, os fardamentos serão oferecidos para empresas, escolas e universidades, o produto camisa personalizada o cliente pode customizar totalmente a sua camisa e no produto badtrip é uma marca voltada para o publico jovem que goste do estilo street wear<sup>2</sup>.

Levando em consideração a abrangência da região do cariri cearense, o melhor lugar para a implantação da LIC é na cidade de Juazeiro do norte, mas especificamente no triângulo CRAJUBAR<sup>3</sup> bairro em constante desenvolvimento onde já contém o cariri shopping e Hospital regional do cariri, além de diversos empreendimentos que fortalecem ainda mais a economia da região, como farmácias, universidades, escolas, ginásio poliesportivo, restaurantes, postos de gasolina, lanchonetes, oficinas mecânicas e fabricas de calçados.

---

<sup>1</sup> Gíria da língua inglesa que significa um estado de alucinação

<sup>2</sup> Moda urbana.

<sup>3</sup> Como é conhecido as três cidades, Crato, juazeiro do norte e Barbalha.

## **2 NOME DA EMPRESA**

Leond Indústria de Camisas Ltda. (LIC)

### **2.1 Localização:**

A LIC ficará localizada na Rua Valdemizio Brito Nº 167, Bairro Triângulo, Juazeiro do norte-Ceará. O local é essencialmente estratégico, pois fica no triângulo CRAJUBAR, no meio das três maiores cidades da região metropolitana do Cariri. Esta apresenta um rápido desenvolvimento com relação ao comércio, principalmente com a chegada de grandes empresas multinacionais, e estas poderão vir a ser eventuais clientes ou parceiros.

### **2.2 O Negócio**

O objetivo deste plano de negócio é verificar a viabilidade da empresa LIC, ao confeccionar camisas em geral. A LIC será uma empresa que optará pelo regime tributário do sistema integrado de pagamento de impostos e contribuições das microempresas e empresas de pequeno porte (SIMPLES). A empresa possui um potencial muito grande em atingir o seu público alvo, pois aborda todos os setores e está aberto a eventuais parcerias, interagindo com todo o mercado diretamente.

### **2.3 Missão e Visão**

Conforme Maximiano (2004), um plano estratégico ainda deve conter a definição da missão, visão e objetivos desejados pela organização. Os objetivos devem definir a situação futura desejada em termos de clientes e mercados, produtos e serviços, vantagens competitivas, participação de mercado e desempenho econômico-financeiro.

#### **a) Missão:**

Desenvolver marcas, criar, customizar e comercializar produtos de vestuário com valor percebido e foco no cliente, oferecendo qualidade e rapidez.

#### **b) Visão:**

Torna-se o maior fabricante de camisas do Ceará, com produtos inovadores e diferenciados, fazendo com que as marcas parceiras tornem-se referência em produtos de qualidade no Brasil, tornando a LIC reconhecida pela qualidade.

#### **2.4 Estruturas Organizacionais:**

O gerente de marketing ficará responsável por planejar, organizar e dirigir os programas mercadológicos da empresa, avaliar o desempenho de produtos existentes e coordenar estudos sobre lançamento de novos produtos, definir “mix” de produtos, acompanhar a evolução do mercado, identificar novas oportunidades de negócios e definir planos estratégicos de marketing. A estrutura da LIC será de pequeno porte. Contará com o Diretor geral, que será responsável por gerir todo o empreendimento, auxiliado por dois gerentes, um de marketing e outro de produção.

O gerente de produção irá assegurar o cumprimento das metas de produção, dentro dos padrões de qualidade, quantidade, custos e prazo estabelecidos pela empresa. Planejará, organizará e supervisionará as atividades de produção dentro das especificações e padrões de qualidade estabelecidos, visando assegurar o real objetivo da empresa na área comercial.

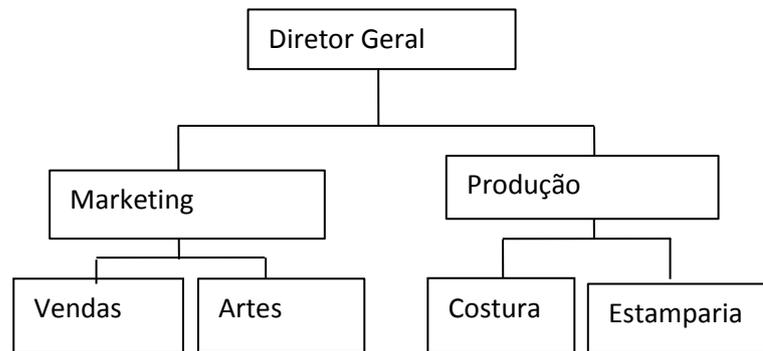
O gerente de marketing terá dois setores para coordenar: o setor de vendas e o setor de artes. O setor de vendas contará com dois vendedores que serão responsáveis por todas as vendas da LIC. O setor de artes contará com um design que será responsável por todo o processo de pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e artes finalistas onde ele preparará as artes para a gravação de tela da produção.

O gerente de produção será responsável pelo setor de estamparia e pela a organização da matéria prima que será levado à costura<sup>4</sup> (serviço terceirizado) No primeiro haverá o corte do tecido e a confecção das camisas e no segundo, a estamparia, em que se realizará a gravação das telas para impressão e posteriormente a finalização das camisas.

---

<sup>4</sup> Serviço terceirizado por duas costureiras empreendedoras individuais. Que cobram R\$ 2,00 por cada camisa costurada.

Figura 1 – Organograma da LIC



Fonte: elaborado pelo autor (2013)

### 3 PLANO DE PRODUTOS

A LIC trabalhará com um mix de três produtos: Fardamento, badtrip e camisa personalizada. Dentre os três tipos de produtos há algumas variações.

- a) **Fardamentos:** um dos principais produtos da LIC, os fardamentos serão oferecidos para empresas, escolas e universidades.

Figura 2- Modelos de Fardamentos



Fonte: elaborado pelo próprio autor (2014)

Tabela 1- Modelos de fardamentos

| <b>Modelo</b>        | <b>Gola</b>         | <b>Tecido</b>                 |
|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| <b>T-shirt</b>       | V ou careca         | Poliéster ou algodão          |
| <b>Babylook</b>      | Canoa, V ou careca. | Poliéster ou algodão          |
| <b>Polo</b>          | Padrão              | Piquet, Poliéster ou algodão. |
| <b>Polo Babylook</b> | Padrão              | Piquet, Poliéster ou algodão. |

Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2014)

- b) **Bad Trip:** A Bad trip é uma marca voltada para o público jovem que goste do estilo street wear.

Figura 3- Modelo de camisa Bad trip



Fonte: elaborado pelo próprio autor (2014)

Tabela 2- Modelo de camisa Bad trip

| Modelo         | Gola                | Tecido   |
|----------------|---------------------|----------|
| T-shirt        | V ou careca         | Algodão  |
| Babylook       | Canoa, V ou careca. | Algodão  |
| Raglan         | Careca              | Algodão  |
| Raglan longa   | Careca              | Algodão. |
| T-shirt longa  | V ou Careca         | Algodão. |
| Babylook longa | Canoa, V ou careca. | Algodão. |

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2014)

- a) **Camisa personalizada:** o produto camisa personalizada o cliente possui a opção de uma customização, onde o eventual cliente pode escolher todas as características do produto como: cor, estampa da camisa, modelo, tecido, detalhes.

Figura 4- modelo de camisa customizada



Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2014)

Tabela 3- modelo de camisa customizada

| <b>Modelo</b>         | <b>Gola</b>         | <b>Tecido</b> |
|-----------------------|---------------------|---------------|
| <b>T-shirt</b>        | V ou careca         | Algodão       |
| <b>Babylook</b>       | Canoa, V ou careca. | Algodão       |
| <b>Raglan</b>         | Careca              | Algodão       |
| <b>Raglan longa</b>   | Careca              | Algodão.      |
| <b>T-shirt longa</b>  | V ou Careca         | Algodão.      |
| <b>Babylook longa</b> | Canoa, V ou careca. | Algodão.      |

Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2014)

## **4 PLANO DE MARKETING**

### **4.1 Fatores econômicos**

Aspectos econômicos como inflação, distribuição de renda e taxa de juros, pode afetar determinado produto da LIC, porém, sem afetar a produção total da empresa, que de maneira estratégica possui produtos de extrema necessidade para o cliente.

Todas as empresas utilizam de fardamento, esse produto pode alcançando uma marca significativa para cobrir a baixa demanda de outros produtos que esteja hipoteticamente em baixa demanda.

### **4.1 Fatores socioculturais**

Com base em pesquisas no site da prefeitura de Juazeiro do norte, cidade sede da empresa LIC, chega-se à conclusão que a mesma possui um grande potencial para o produto fardamentos com cerca de 800 empresas industriais ativas, 2.982 empresas de comércio varejista e 222 empresas de serviço. Seu polo acadêmico possui 11 instituições de ensino superior, contendo 57 cursos.

Faculdade Leão Sampaio: Administração, Enfermagem, Serviço Social, Ciências contábeis, Fisioterapia, Educação física, Biomedicina, Psicologia, Gestão de recursos Humanos, Análise e desenvolvimento de Sistemas, Gestão comercial, Gestão de Segurança no Trabalho, Odontologia e Direito.

Faculdade de Medicina de Juazeiro (FMJ): Medicina, Farmácia, Fisioterapia e Enfermagem.

Faculdade de Juazeiro do Norte (FJN): Ciências Contábeis, Sistema de Informação, Enfermagem, Farmácia e Nutrição.

Faculdade Paraíso (FAP): Administração, Direito e Sistema de Informação.

Universidade Vale do Acaraú (UVA): Pedagogia, Recursos humanos, Administração, Ciências Contábeis.

Universidade Federal do Cariri (UFCA): Engenharia, Filosofia, Biblioteconomia, Administração, comunicação social (jornalismo), Design de produtos, música, engenharia de materiais, agronomia e administração pública.

Universidade Regional do Cariri (URCA): Engenharia de Produção Mecânica, matemática, Construção Civil (estradas e edifícios), Física e Artes/Teatro.

Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia do Ceará (IFCE): Automação Industrial, Produção Civil, Construção de Edifícios, licenciatura em Matemática, Licenciatura em educação Física, Engenharia Ambiental.

Faculdade de Tecnologia (FATEC): Tecnologia de Alimentos, Saneamento Ambiental, Recursos Hídricos e irrigação, Eletro Mecânica e Manutenção Industrial.

Instituto de Teologia Aplicada (INTA): teologia e pedagogia

Anhanguera: Administração, Ciências Contábeis, Letras, Pedagogia, Serviço Social, Superior em Serviço em Tecnologia de Gestão Pública, Superior em Tecnologia de gestão Hospitalar, Superior em Tecnologia de Gestão Financeira, Superior em tecnologia de gestão de Recursos Humanos, Superior em tecnologia em gestão comercial, Superior de Tecnologia em logística, Superior de tecnologia em Marketing e Superior em Tecnologia de Processos Gerenciais.

Todas as empresas de comercio varejista, todas as indústrias e todas as instituições de ensino superior são potenciais clientes alvos para a LIC, podendo assim ter um grande fluxo de vendas no produto fardamento. Para o produto camisa personalizadas o numero de clientes não se pode ser calculado, pois não há registro numérico para potenciais clientes que busquem personalização. Levando em consideração os dados da empresa LIC que já possui 250 clientes que buscaram camisas personalizadas, fica então essa media para o produto em questão. Para o produto Bad Trip a base sócio/cultural da região do cariri é levada em consideração os clientes de lojas do segmento *street wear*, Porão Rock, Equilíbrio e Impacto *skate Shop*, juntas possuem 2.560 clientes.

### **4.3 Fatores políticos/Legais**

A LIC atuará como micro empresa (ME), cujo seus pagamentos de impostos podem ser realizados de maneira simplificada, ou seja, optar pelo sistema integrado de pagamento de impostos e contribuições das microempresas e empresas de pequeno porte (SIMPLES). Com essa forma de tributação, podem-se englobar oito impostos numa única alíquota com valores reduzidos, entre eles estão, o imposto de renda (IR), programa de integração social (PIS), contribuição para o financiamento da seguridade social (COFINS), instituto nacional do seguro social (INSS), imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e prestação de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação (ICMS) e imposta sobre produtos industrializados (IPI).

#### 4.4 Fatores tecnológicos

A tecnologia estar em constante evolução e uma empresa que trabalha com artes gráficas, design gráfico e personalização não pode parar no tempo, sob pena de ficar defasada tecnologicamente. Para a LIC é muito importante bons equipamentos de *hardware*<sup>5</sup> e bons *software*<sup>6</sup> para que possa oferecer sempre os melhores serviços.

O fator tecnológico pode ser um diferencial para a organização principalmente na parte de software que envolve todo o trabalho da LIC, tais como:

- a) **CORELDRAW<sup>7</sup> e PHOTOSHOP<sup>8</sup>**: são softwares responsáveis pela criação e ajuste das artes gráficas para fim de impressão.
- b) **AVAST PRO ANTVIRUS<sup>9</sup>**: Esta versão inclui todas as ferramentas presentes na versão *Free Edition*<sup>10</sup>, melhor do que o antivírus gratuito é mais eficaz na proteção na hora de navegar na internet, inclui novas ferramentas, entre elas o *Avast! Sandbox*<sup>11</sup> que permite que um navegador da web possa ser executado em um ambiente virtual seguro. Esta é uma versão paga
- c) **Sistema Integrado Comercial**: é um sistema de vendas e controle de estoque que permite ao administrador ter um maior controle, cadastro e número de cliente, estoque e vendas. Mantendo assim um estoque sempre favorável e mínimo para cada período do ano.

#### 4.5 Concorrências

O mercado de vestuário na região do cariri é muito forte possui grandes concorrentes de renome, porém a LIC possui um diferencial, que de maneira estratégica vai até o cliente, oferecendo o seu produto de maneira que seus concorrentes não oferecem, em primeiro lugar o cariri não possui uma marca de camisas de estilo street wear, apenas em Fortaleza é o lugar mais próximo que oferece produtos dessa categoria, a partir daí já se tem uma vantagem por ter um mercado só escasso só para um tipo de produto, para fardamentos a LIC dispõe do menor preço do mercado sem afetar o lucro final do produto, sobre camisas personalizadas as

<sup>5</sup> O termo "*hardware*" é usado para fazer referência a detalhes específicos de uma dada máquina, incluindo-se seu projeto lógico pormenorizado bem como a tecnologia de embalagem da máquina.

<sup>6</sup> É a parte lógica, o conjunto de instruções e dados processado pelos circuitos eletrônicos do *hardware*.

<sup>7</sup> Software para edição e criação de imagens.

<sup>8</sup> Software para edição e criação de imagens.

<sup>9</sup> Software antivírus.

<sup>10</sup> Edição grátis.

<sup>11</sup> Ambiente totalmente isolado.

serigrafias como são chamadas as empresas de impressão em camisas não costumam trabalhar com personalização e as que trabalham fornecem um preço muito alto.

#### 4.6 Fatores internos

Atualmente a LIC atua sobre o regime de micro empreendedor individual (MEI) podendo contratar apenas um funcionário com carteira assinada, havendo uma grande necessidade de contratação de mais dois funcionários com extrema urgência a LIC não possui capacidade física para atual procura de produtos oferecida pela empresa.

Em termo de software, matéria-prima e estoque de camisas, a empresa será devidamente estruturada, porém, em termos de máquinas deixa a desejar, por conta da mesa de berço, mesa responsável para impressão das camisas, seria necessário uma mesa maior e por conta da impressora, responsável pala impressão da arte final, que imprimiri no tamanho A4, seria necessário uma impressora que imprimisse no formato A3.

#### 4.7 Análises de Oportunidades e ameaças, forças e fraquezas.

- a) **Oportunidades:** grandes eventos de animes na região do cariri, acesso rápido as redes sociais dos jovens, loja virtual em atividade, conhecimento técnico.
- b) **Ameaças:** falta de matéria-prima por parte dos fornecedores, demora do setor de costura para entregar as camisas prontas, inadimplência, preço abaixo do mercado por conta dos concorrentes,
- c) **Forças:** fácil acesso à compra pela loja virtual na internet, a imagem da empresa é solida apesar de pouco tempo no mercado, clientes fieis, frete grátis para o triângulo CRAJUBAR, preço acessível, customização total,
- d) **Fraquezas:** recursos financeiros limitados, demora na entrega de determinados pedidos, falta de matéria-prima em determinadas cores, demora na entrega das camisas prontas por conta das costureiras.

#### 4.8 Estratégias de marketing

A LIC possui seu público alvo bem abrangente, pois possui uma variedade de produtos lhe permite atingir diferentes setores econômicos. Toda empresa necessita de um fardamento, assim como todas as escolas precisam de um uniforme, embora os alunos universitários não

sejam obrigados a usar fardamento, eles procuram organizar-se para ter um padrão da sua turma.

Já a Badtrip possui um nicho de mercado definido voltada para seu público jovem que gosta de aventura e esportes radicais. Camisas personalizadas são para pessoas que gostam de serem únicas, de usar uma camisa que ninguém poderá ter igual.

Para atingir esses três seguimentos diferentes a LIC possui uma estratégia para cada uma delas.

#### ***4.8.1 Fardamentos***

O público alvo para o produto fardamentos é basicamente empresas, escolas e universidades, para buscar esses clientes para a empresa é investido divulgação em panfletos que serão distribuídos na frente das universidades, mala direta para empresas e escolas, propaganda em rádio e em redes sociais.

#### ***4.8.2 Badtrip***

Badtrip é uma marca para jovens e adolescentes entre 12 e 35 anos, que gostam de esportes radicais, aventura, rock e festas. Atingir esses clientes que tanto poderá ser consumidor final como lojista, para ambos a LIC possui uma loja virtual ([www.badtrip.net.br](http://www.badtrip.net.br)), mala direta para os lojistas, redes sociais, outdoors e Apoio a atletas e eventos.

#### ***4.8.3 Camisas personalizadas***

O produto camisas personalizadas não possui público alvo definido, pois qualquer pessoa de qualquer idade pode desejar esse produto, para atingir o público alvo em questão utilizaremos das redes sociais, panfletos e rádio.

## 5 PLANO GERENCIAL

Para um melhor aproveitamento de tomadas de decisões a equipe gerencial constituirá de três setores gerenciais, o primeiro setor em questão equivale à diretoria geral, que coordenará os outros dois setores; o segundo setor equivale à diretoria de marketing que por ventura a suas responsabilidades organizará as células de vendas e de artes gráficas; o terceiro setor equivale à diretoria de produção, cujo domínio de suas atividades concentra-se na supervisão das células de costura e estamparia.

### 5.1 Habilidades, educação formal e experiências.

- a) Diretor geral: o cargo de diretor geral ficará ocupado por Cicero Leond Mendonça da Silva graduando em administração de empresa pela Universidade federal do Ceará (UFC), o mesmo com vasta experiência em gestão, marketing e serigrafia.
- b) Diretoria de marketing: Jessica Nayara Silva Lemos, estudante, graduanda em história pela Universidade Estadual do Ceará (URCA), estará responsável por todo o marketing. Apesar da mesma não ser graduada em curso superior equivalente ao seu cargo, à mesma possui experiência em marketing/vendas e artes gráficas comprovada em carteira de trabalho. O que mostrou ter a devida capacidade para assumir tal cargo com a necessitada competência para as atividades da empresa.
- c) Diretoria de produção: Rogério Araújo da Silva ocupará o cargo por suas devidas experiências trabalhista na produção de grandes fabricas de calçados e serigrafia em geral.

### 5.2 cargos existentes e planos para ocupar cargos vagos.

- a) Diretor geral: cargo ocupado por Cicero Leond Mendonça
- b) Diretoria de marketing: cargo ocupado por Jessica Nayara silva lemos
- c) Diretoria de produção: cargo ocupado por Rogério Araújo Sampaio
- d) Arte finalista: o cargo de arte finalista encontrasse desocupado.
- e) Dois Serigrafistas: os cargos de serigrafistas encontram-se desocupados.
- f) Recepcionista: Eliane Mendonça silva lemos ocupará o cargo de recepcionista

Para os cargos vagos haverá um recrutamento e seleção pela própria empresa, organizado pelo diretor geral, com divulgação e sites de emprego (vagas.com e manager emprego), loja virtual

da Bad Trip camisas, rádio, programa notícias da cidade (TV verde vale) e no Sistema Nacional de Emprego (SINE).

### 5.3 Remuneração

Tabela 4- Remuneração

| Quantidade de vagas | Cargo                 | R\$     | Total R\$ |
|---------------------|-----------------------|---------|-----------|
| 1                   | Diretor geral         | 1445,80 | 1445,80   |
| 1                   | Diretora de marketing | 1084,35 | 1084,35   |
| 1                   | Diretor de produção   | 1084,35 | 1084,35   |
| 1                   | Arte finalista        | 722,90  | 722,90    |
| 2                   | Serigrafistas         | 722,90  | 1445,80   |
| 1                   | Recepcionista         | 722,90  | 722,90    |

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2014)

### 5.4 Processos decisórios na empresa

Segundo Gomes (2002, p. 11) a palavra decisão é formada por de (que em latim significa parar, extrair, interromper) que se antepõe à palavra *caedere* (que significa cindir, cortar). Tomada ao pé da letra, a palavra decisão significa “parar de cortar” ou “deixar fluir”.

Os processos da tomada de decisão referente a cada setor será abordado de maneira singular, definido por seu diretor em questão, ou seja, para cada setor sua tomada de decisão partirá do seu diretor junto ao diretor geral.

- a) Análise e identificação da situação: A situação do ambiente onde o problema está inserido será identificada através do levantamento de informações, para que se possa chegar a uma decisão segura e precisa.
- b) Desenvolvimento de alternativas: Em função do levantamento das informações, ou seja, da coleta de dados, pode se chegar a possíveis alternativas para a resolução do problema proposto.
- c) Comparação entre as alternativas: Levantamento das vantagens e desvantagens de cada alternativa.

- d) Classificação dos riscos de cada alternativa: As decisões sempre envolvem riscos, seja em um grau quase nulo, seja um alto grau de risco, ou seja, em um estágio intermediário de risco três entre o quase nulo e o alto grau. Temos sempre que levar em consideração o grau de risco que temos em cada alternativa e escolher a alternativa que apresente comprovadamente o menor grau de risco. Porém, é necessário, muitas vezes, se combinar o grau de risco com os objetivos a serem alcançados. Às vezes, o grau de risco que se corre é muito grande, porém, o objetivo a ser alcançado, se alcançado, nos trará benefícios maiores em relação às alternativas menos arriscadas.
- e) Escolher a melhor alternativa: Tendo o conhecimento das vantagens, desvantagens e riscos que o decisor é capaz de identificar a alternativa que melhor solucione seu problema.
- f) Execução e avaliação: A alternativa escolhida fornecerá resultados que deverão ser comparados e avaliados com as previsões anteriores.

## **6 PLANO OPERACIONAL**

### **6.1 Localização da empresa**

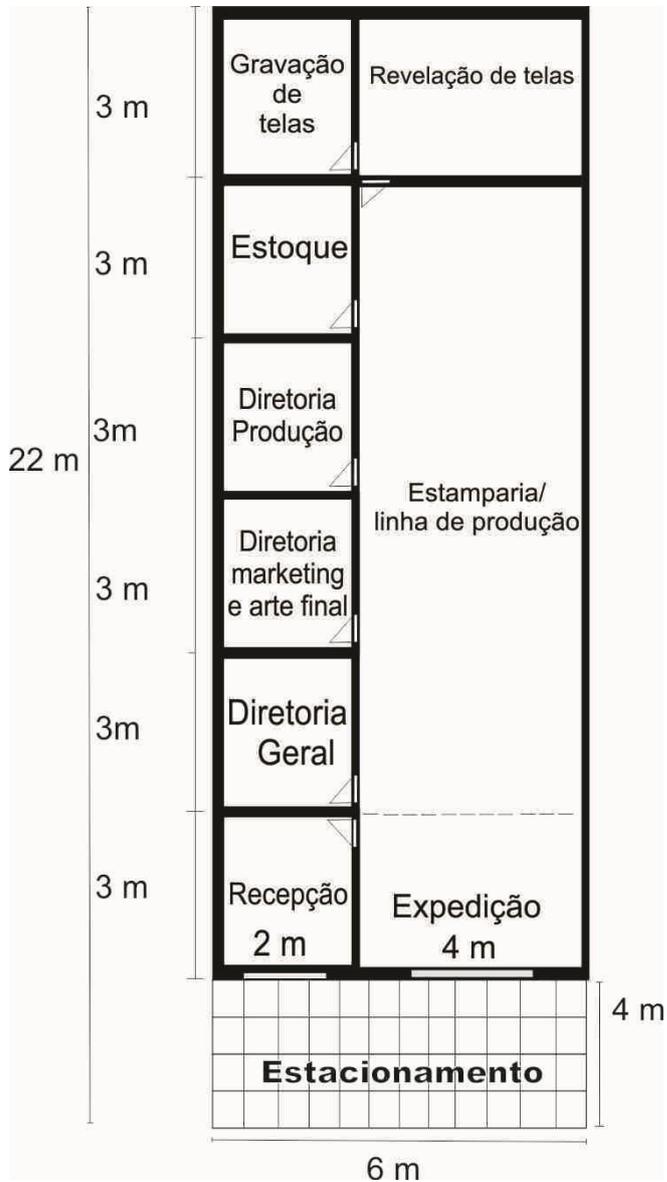
Levando em consideração a abrangência da região do cariri cearense, o melhor lugar para a implantação da LIC é na cidade de Juazeiro do norte, mas especificamente no triângulo CRAJUBAR, bairro em constante desenvolvimento onde já contém o cariri shopping e Hospital regional do cariri, além de diversos empreendimentos que fortalecem ainda mais a economia da região, como farmácias, universidades, escolas, ginásio poliesportivo, restaurantes, postos de gasolina, lanchonetes, oficinas mecânicas e fabricas de calçados.

A composição do imóvel e o preço de locação fora bastante atrativo, pois se adequa muito bem a estrutura e orçamento da empresa, cuja mesma encontra-se em expansão, aumentando o seu quadro de funcionários e sua capacidade produtiva.

- a) Endereço: Rua Joaquim Figueiredo n° 440
- b) Bairro: Triângulo
- c) Cidade: Juazeiro do norte
- d) Estado: Ceará
- e) Fone: (88) 3571-6500

## 6.2 Layout da empresa

Figura 5 – Layout da empresa



Fonte: elaborado pelo autor (2013).

## 6.3 Capacidade Produtiva

A capacidade produtiva da LIC é levada em consideração todos os processos de produção, desde o corte até a embalagem das camisas. Cada setor funciona de maneira desigual, seus processos produtivos levam tempo diferente em cada setor da empresa. Na tabela abaixo mostra todos os setores e sua capacidade produtiva.

Tabela 5 – capacidade produtiva

| Setor          | Quant. por hora | Quant. por dia 8 h de trabalho | Atividade  |
|----------------|-----------------|--------------------------------|------------|
| Artes gráficas | 10              | 80                             | Arte final |
| Costura        | 26,25           | 210                            | Costura    |
| Estamparia     | 50              | 400                            | Estampas   |

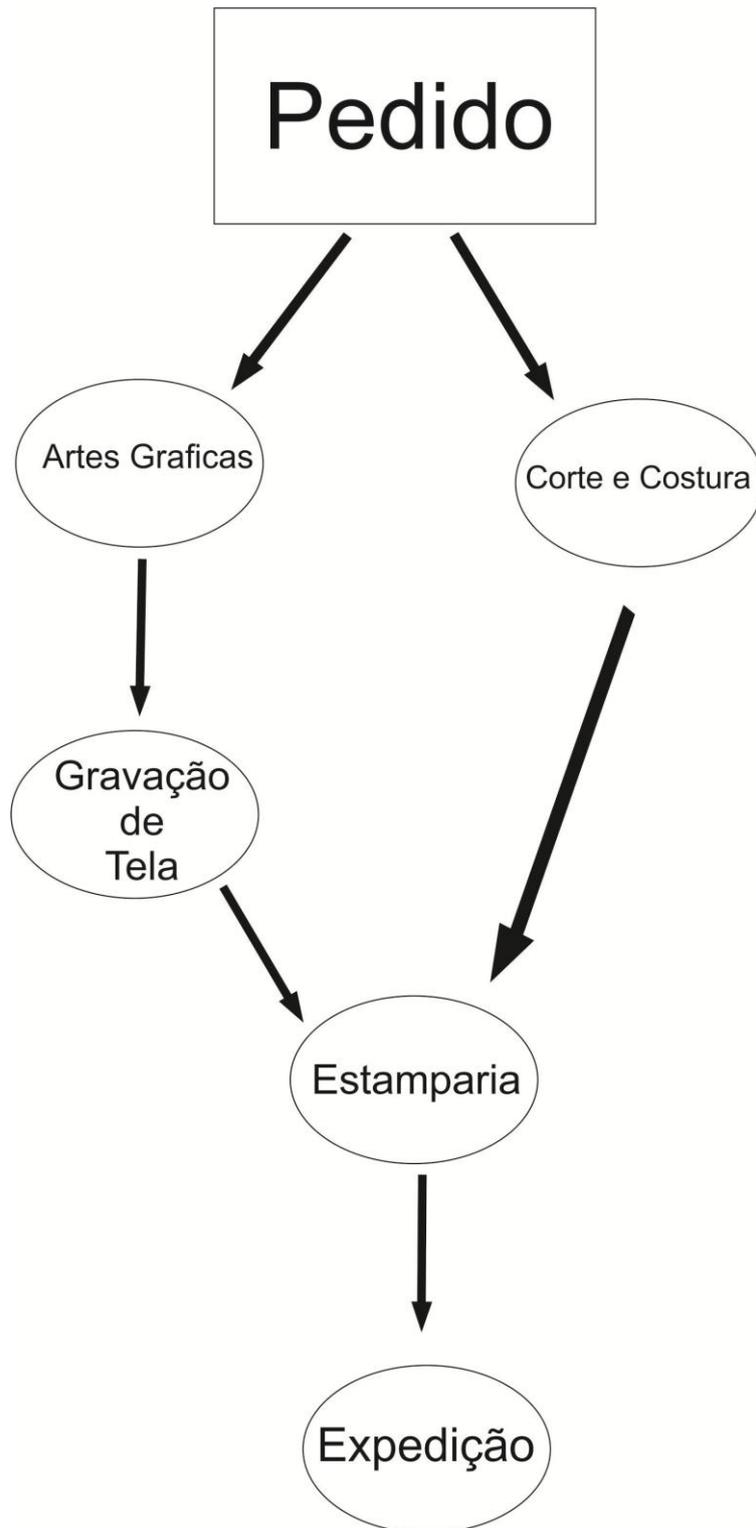
Fonte: elaborado pelo autor (2013).

A capacidade produtiva foi baseada nos cálculos feita na própria empresa nos dias atuais, tendo assim um padrão de tempo decorrente a cada atividade, foi levado em consideração um planejamento de expansão da produtividade da empresa, tendo em vista um melhor aproveitamento dos recursos e seus devidos setores, não há uma forma de manter uma margem de produção específica, pois a quantidade de serviços é diferente, por exemplo, uma arte final pode ser feita uma quantidade X de camisas, sendo assim a costura e a estamparia tende a produzir por igual, porém os dois processos tende a produzir quantidades diferentes, havendo uma necessidade de mão de obra maior no setor de costura. Como a capacidade da estamparia é maior em horas não significa que terá tempo ocioso, pois os serigrafistas serão responsáveis também pela embalagem das camisas e da gravação das telas de pintura.

#### 6.4 Processos de produção

A LIC trabalha com o arranjo físico misto, onde há uma necessidade de conter mais de um tipo de arranjo. O setor de vendas vende o produto, o pedido é enviado ao setor de artes gráficas e corte e costura. Esses dois setores trabalham com o arranjo físico por produto, em seguida após a arte final estiver pronta é passado para a gravação da tela, após o termino do processo é repassado à tela para a estamparia que conseqüentemente está recebendo as camisas prontas do corte e costura, as camisas são estampadas, em seguida empaladas e enviadas a expedição para enfim ser entregue ao cliente.

Figura 6 – processos de produção



Fonte: elaborado pelo autor (2013).

## 7 PLANO FINANCEIRO

### 7.1 Estimativa de investimentos fixos

Tabela 6- Máquinas

| Nº              | Descrição     | Quantidade | Valor Unitário | Total               |
|-----------------|---------------|------------|----------------|---------------------|
| 2               | Soprador      | 3          | R\$ 150,00     | R\$ 450,00          |
| 3               | Mesa rotativa | 1          | R\$ 220,00     | R\$ 220,00          |
| 4               | Mesa gravação | 1          | R\$ 200,00     | R\$ 200,00          |
| 5               | Secador       | 1          | R\$ 19,00      | R\$ 19,00           |
| 6               | Impressora A4 | 1          | R\$ 200,00     | R\$ 200,00          |
| 7               | Impressora A3 | 1          | R\$ 899,00     | R\$ 899,00          |
| <b>Subtotal</b> |               |            |                | <b>R\$ 1.988,00</b> |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

Tabela 7 - Equipamentos

| Nº              | Descrição     | Quantidade | Valor unitário | Total               |
|-----------------|---------------|------------|----------------|---------------------|
| 1               | Mesa de berço | 10         | R\$ 300,00     | R\$ 3.000,00        |
| 2               | Telas         | 41         | R\$ 18,00      | R\$ 738,00          |
| 3               | Celular       | 1          | R\$ 500,00     | R\$ 500,00          |
| 4               | Telefone fixo | 1          | R\$ 29,90      | R\$ 29,90           |
| <b>Subtotal</b> |               |            |                | <b>R\$ 5.505,90</b> |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

Tabela 8 – Móveis e utensílios

| Nº | Descrição                   | Quantidade | Valor unitário | Total        |
|----|-----------------------------|------------|----------------|--------------|
| 1  | Cesto de lixo               | 5          | R\$ 3,00       | R\$ 15,00    |
| 2  | Pendrive                    | 1          | R\$ 19,90      | R\$ 19,90    |
| 3  | Mouse                       | 4          | R\$ 19,90      | R\$ 79,60    |
| 4  | Grampeador                  | 1          | R\$ 7,00       | R\$ 7,00     |
| 5  | Grampeador para tela        | 1          | R\$ 39,90      | R\$ 39,90    |
| 6  | Isqueiro                    | 1          | R\$ 12,00      | R\$ 12,00    |
| 7  | Escova para limpeza de tela | 3          | R\$ 45,00      | R\$ 135,00   |
| 8  | Rodos                       | 6          | R\$ 15,00      | R\$ 90,00    |
| 9  | Extensão                    | 3          | R\$ 19,90      | R\$ 59,70    |
| 10 | Estante                     | 3          | R\$ 70,00      | R\$ 210,00   |
| 11 | Mesa                        | 1          | R\$ 50,00      | R\$ 50,00    |
| 13 | Mesa para escritório        | 4          | R\$ 230,68     | R\$ 922,72   |
| 14 | Cadeira para escritório     | 4          | R\$ 299,00     | R\$ 1.196,00 |
| 15 | Armário gabinete            | 4          | R\$ 249,90     | R\$ 999,60   |

Continua...

...Continuação

|                 |                  |          |                 |                    |
|-----------------|------------------|----------|-----------------|--------------------|
| 16              | <b>Espanador</b> | <b>4</b> | <b>R\$ 5,00</b> | <b>R\$ 20,00</b>   |
| <b>Subtotal</b> |                  |          |                 | <b>R\$ 3856,42</b> |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

Tabela 9 – veículo

| Nº              | Descrição | Quantidade | Valor unitário | Total               |
|-----------------|-----------|------------|----------------|---------------------|
| 1               | Moto      | 1          | R\$ 5.865,00   | R\$ 5.865,00        |
| <b>Subtotal</b> |           |            |                | <b>R\$ 5.865,00</b> |

Fonte: elaborado pelo autor (2013).

Tabela 10- computador

| Nº              | Descrição | Quantidade | Valor unitário | Total               |
|-----------------|-----------|------------|----------------|---------------------|
| 1               | Note book | 4          | R\$ 944,10     | R\$ 3.776,40        |
| <b>Subtotal</b> |           |            |                | <b>R\$ 3.776,40</b> |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

## 7.2 Total de investimentos fixos

(Maquinas + Equipamentos + Móveis e utensílios + veículo + computador = R\$19.753,72)

## 7.3 Capital de giro

Tabela 11 – Estimativa de estoque inicial

| Nº              | Descrição     | Quantidade     | Valor unitário | Total               |
|-----------------|---------------|----------------|----------------|---------------------|
| 1               | Camisas lisas | 1.000 unidades | R\$ 7,50       | R\$ 7.500,00        |
| 2               | Tintas        | 17 Quilos      | R\$ 15,00      | R\$ 255,00          |
| 3               | Fita adesiva  | 8 Rolos        | R\$ 2,50       | R\$ 20,00           |
| 4               | Papel ofício  | 1 Resma        | R\$ 12,00      | R\$ 12,00           |
| 5               | Sacolas       | 5 Milheiro     | R\$ 6,00       | R\$ 30,00           |
| 6               | Emulsão       | 5 Quilos       | R\$ 25,00      | R\$ 125,00          |
| <b>Subtotal</b> |               |                |                | <b>R\$ 7.937,00</b> |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

Tabela 12 - Caixa mínimo, contas a receber, prazo médio de vendas.

| Prazo médio de vendas    | (%) | Numero de dias | Media ponderada em dias |
|--------------------------|-----|----------------|-------------------------|
| Camisas prazo            | 50  | 30             | 15                      |
| Camisas a vista          | 50  | 0              | 0                       |
| <b>Prazo médio total</b> |     |                | <b>15</b>               |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

Tabela 13 - Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

| Prazo médio de compras                  | (%) | Numero de dias | Media ponderada em dias |
|---|-----|----------------|-------------------------|
| Tecido                                  | 50  | 60             | 30                      |
| Material serigráfico e outros materiais | 50  | 0              | 0                       |
| <b>Prazo médio total</b>                |     |                | <b>30</b>               |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

Tabela 14- Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque

| Necessidade média de estoque |    |
|------------------------------|----|
| Numero de dias               | 30 |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

Tabela 15 - Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

| Recursos da empresa fora do seu caixa          | Número de dias |
|--|----------------|
| 1. Contas a Receber – prazo médio de vendas    | 15             |
| 2. Estoques – necessidade média de estoques    | 30             |
| <b>Subtotal Recursos fora do caixa</b>         | <b>45</b>      |
| Recursos de terceiros no caixa da empresa      |                |
| 3. Fornecedores – prazo médio de compras       | 30             |
| <b>Subtotal Recursos de terceiros no caixa</b> | <b>30</b>      |
| <b>Subtotal Recursos de terceiros no caixa</b> | <b>15</b>      |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

Tabela 16 – caixa mínimo

|   |                     |
|---|---------------------|
| 1. Custo fixo mensal                              | R\$ 9.980,20        |
| 2. Custo variável mensal                          | R\$ 8.723,00        |
| 3. Custo total da empresa                         | R\$ 18.703,20       |
| 4. Custo total diário                             | R\$ 623,44          |
| 5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias | 15                  |
| <b>Total de Caixa Mínimo</b>                      | <b>R\$ 9.351,60</b> |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

Tabela 17- Total de caixa mínimo

| Descrição                             | Valor                |
|---------------------------------------|----------------------|
| A- Estoque inicial                    | R\$ 7.942,00         |
| B- Caixa minimi                       | R\$ 9.351,60         |
| <b>Total de capital de giro (A+B)</b> | <b>R\$ 17.293,60</b> |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

Tabela 18- Investimentos pré-operacionais

| Descrição               | Valor    |
|-------------------------|----------|
| Despesas de legalização | 2.038,00 |
| Divulgação              | 1.000,00 |

Continua...

...Continuação

|       |                 |
|-------|-----------------|
| Total | <b>3.038,00</b> |
|-------|-----------------|

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

#### 7.4 Investimentos Total

Tabela 19- Investimento total

| Descrição do Investimento     | Valor         | (%)    |
|-------------------------------|---------------|--------|
| Investimentos fixos           | R\$ 19.753,72 | 49,28  |
| Capital de giro               | R\$ 17.293,60 | 43,14  |
| Investimento pré-operacionais | R\$ 3.038,00  | 7,58   |
| Total                         | R\$ 40.085,32 | 100,00 |

Fonte: elaborado pelo autor (2013).

#### 7.5 Estimativas de faturamento mensal da empresa

Tabela 20- estimativa de faturamento mensal da empresa

| Nº    | Produto | Estimativa de venda | Preço Unitário<br>(em R\$) | Faturamento<br>total (em R\$) |
|-------|---------|---------------------|----------------------------|-------------------------------|
| 1     | Camisa  | 1300                | R\$ 18,00                  | R\$ 23.400,00                 |
| Total |         |                     |                            | R\$ 23.400,00                 |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

Crescimento a uma taxa constante: 2% ao mês para os 12 primeiros meses e 4% ao ano a partir do 2º ano.

Tabela 21- estimativa de faturamento anual da empresa

| Período | Faturamento total |
|---------|-------------------|
| Mês 1   | R\$ 23,400.00     |
| Mês 2   | R\$ 23,868.00     |
| Mês 3   | R\$ 24,345.36     |
| Mês 4   | R\$ 24,832.27     |
| Mês 5   | R\$ 25,328.91     |
| Mês 6   | R\$ 25,835.49     |
| Mês 7   | R\$ 26,352.20     |
| Mês 8   | R\$ 26,879.24     |
| Mês 9   | R\$ 27,416.83     |
| Mês 10  | R\$ 27,965.17     |

Continua...

...Continuação

|        |                      |
|--------|----------------------|
| Mês 11 | <b>R\$ 28,524.47</b> |
| Mês 12 | R\$ 29,094.96        |
| Ano 1  | R\$ 313,842.90       |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

## 7.6 Estimativas de custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações

Tabela 22- Estimativa de custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações.

| Materiais / Insumos usados                | Qtde | Custo Unitário | Total           |
|---|------|----------------|-----------------|
| Camisa (junto com a costura terceirizada) | 1    | R\$ 4.20       | R\$ 4.20        |
| Tinta                                     | 1    | R\$ 0.15       | R\$ 0.15        |
| Papel                                     | 1    | R\$ 0.11       | R\$ 0.11        |
| Cartucho te tinta                         | 1    | R\$ 0.19       | R\$ 0.19        |
| Emulsão                                   | 1    | R\$ 0.50       | R\$ 0.50        |
| Solvente                                  | 1    | R\$ 0.35       | R\$ 0.35        |
| Água sanitária                            | 1    | R\$ 0.04       | R\$ 0.04        |
| <b>Total</b>                              |      |                | <b>R\$ 5.54</b> |

Fonte: elaborado pelo autor (2014)

## 7.7 Estimativas de custo de comercialização

Tabela 23- Estimativa de custo de comercialização

| Descrição                            | (%)  | Faturamento Estimado | Custo Total  |
|--------------------------------------|------|----------------------|--------------|
| SIMPLES (Imposto Federal)            | 4.50 | R\$ 23,400.00        | R\$ 1,053.00 |
| Comissões (Gastos com Vendas)        | 0.00 | R\$ 23,400.00        | R\$ 0.00     |
| Propaganda (Gastos com Vendas)       | 2.00 | R\$ 23,400.00        | R\$ 468.00   |
| Taxas de Cartões (Gastos dom Vendas) | 0.00 | R\$ 23,400.00        | R\$ 0.00     |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

Tabela 24- Estimativa de custo total de comercialização

|  |                     |
|--|---------------------|
| Total Impostos                         | R\$ 1,053.00        |
| Total Gastos com Vendas                | R\$ 468.00          |
| <b>Total Geral (Impostos + Gastos)</b> | <b>R\$ 1,521.00</b> |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

Tabela 25- Estimativa de custo total anual de comercialização

| Período      | Custo Total          |
|--------------|----------------------|
| Mês 1        | R\$ 1,521.00         |
| Mês 2        | R\$ 1,551.42         |
| Mês 3        | R\$ 1,582.45         |
| Mês 4        | R\$ 1,614.10         |
| Mês 5        | R\$ 1,646.38         |
| Mês 6        | R\$ 1,679.31         |
| Mês 7        | R\$ 1,712.89         |
| Mês 8        | R\$ 1,747.15         |
| Mês 9        | R\$ 1,782.09         |
| Mês 10       | R\$ 1,817.74         |
| Mês 11       | R\$ 1,854.09         |
| Mês 12       | R\$ 1,891.17         |
| <b>Ano 1</b> | <b>R\$ 20,399.79</b> |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

## 7.8 Apurações do custo dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

Tabela 26- Apuração do custo dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

| Nº           | Produto/Serviço | Estimativa de Vendas<br>(em unidades) | Custo<br>/Aquisições | CMD / CMV           |
|--------------|-----------------|---------------------------------------|----------------------|---------------------|
| 1            | Camisa          | 1300                                  | R\$ 5.54             | R\$ 7,202.00        |
| <b>Total</b> |                 |                                       |                      | <b>R\$ 7,202.00</b> |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

Tabela 27- Apuração do custo anual dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

| Período | CMD/CMV       |
|---------|---------------|
| Mês 1   | R\$ 7,202.00  |
| Mês 2   | R\$ 7,346.04  |
| Mês 3   | R\$ 7,492.96  |
| Mês 4   | R\$ 7,642.82  |
| Mês 5   | R\$ 7,795.68  |
| Mês 6   | R\$ 7,951.59  |
| Mês 7   | R\$ 8,110.62  |
| Mês 8   | R\$ 8,272.83  |
| Mês 9   | R\$ 8,438.29  |
| Mês 10  | R\$ 8,607.06  |
| Mês 11  | R\$ 8,779.20  |
| Mês 12  | R\$ 8,954.78  |
| Ano 1   | R\$ 96,593.87 |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

## 7.9 Estimativas dos custos com mão-de-obra

Tabela 28- Estimativa dos custos com mão-de-obra

| Função               | Nº de Empregados | Salário Mensal | Subtotal        | Encargos sociais    | Total               |
|----------------------|------------------|----------------|-----------------|---------------------|---------------------|
| Serigrafistas        | 2                | R\$ 722.90     | R\$ 1,445.80    | R\$ 488.25          | R\$ 1,934.05        |
| Recepcionista        | 1                | R\$ 722.90     | R\$ 722.90      | R\$ 244.12          | R\$ 967.02          |
| Arte finalista       | 1                | R\$ 722.90     | R\$ 722.90      | R\$ 244.12          | R\$ 967.02          |
| Diretor de marketing | 1                | R\$ 1,084.35   | R\$ 1,084.35    | R\$ 362.61          | R\$ 1,446.96        |
| Diretor de produção  | 1                | R\$ 1,084.35   | R\$ 1,084.35    | R\$ 362.61          | R\$ 1,446.96        |
| Diretor geral        | 1                | R\$ 1,445.80   | R\$ 1,445.80    | R\$ 0.00            | R\$ 1,445.80        |
| <b>TOTAL</b>         | <b>7</b>         |                | <b>6,506.10</b> | <b>R\$ 1,701.71</b> | <b>R\$ 8,207.81</b> |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

## 7.10 Estimativas do custo com depreciação

Tabela 29- Estimativa do custo com depreciação

| Ativos Fixos | Valor do bem | Vida útil em Anos | Depreciação Anual   | Depreciação Mensal |
|--------------|--------------|-------------------|---------------------|--------------------|
| Maquinas     | R\$ 1,988.00 | 10                | R\$ 198.80          | R\$ 16.57          |
| Equipamentos | R\$ 4,267.90 | 5                 | R\$ 853.58          | R\$ 71.13          |
| Moveis       | R\$ 3,856.42 | 10                | R\$ 385.64          | R\$ 32.14          |
| Veículos     | R\$ 5,865.00 | 5                 | R\$ 1,173.00        | R\$ 97.75          |
| Note books   | R\$ 3,776.40 | 3                 | R\$ 1,258.80        | R\$ 104.90         |
| <b>Total</b> |              |                   | <b>R\$ 3,869.82</b> | <b>R\$ 322.49</b>  |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

## 7.11 Estimativas de custos fixos operacionais mensais

Tabela 30- Estimativa de custos fixos operacionais mensais

| Descrição                   | Custo        |
|-----------------------------|--------------|
| Aluguel                     | R\$ 1,000.00 |
| Condomínio                  | R\$ 0.00     |
| IPTU                        | R\$ 0.00     |
| Energia elétrica            | R\$ 100.00   |
| Telefone + internet         | R\$ 69.90    |
| Honorários do contador      | R\$ 200.00   |
| Pró-labore                  | R\$ 0.00     |
| Manutenção dos equipamentos | R\$ 0.00     |
| Salários + encargos         | R\$ 8,207.81 |
| Material de limpeza         | R\$ 50.00    |
| Material de escritório      | R\$ 30.00    |
| Taxas diversas              | R\$ 0.00     |
| Serviços de terceiros       | R\$ 0.00     |

Continua...

...Continuação

|              |                     |
|--------------|---------------------|
| Depreciação  | <b>R\$ 322.49</b>   |
| <b>TOTAL</b> | <b>R\$ 9,980.20</b> |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

## 7.12 Demonstrações de resultado

Tabela 31- Demonstração de resultado

| Descrição                                    | Valor               | Valor Anual          | (%)          |
|--|---------------------|----------------------|--------------|
| Receita Total com Vendas                     | R\$ 23,400.00       | R\$ 280,800.00       | 100,00       |
| Custos Variáveis Totais                      |                     |                      |              |
| (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*) | R\$ 7,202.00        | R\$ 86,424.00        | 30.78        |
| (-) Impostos sobre vendas                    | R\$ 1,053.00        | R\$ 12,636.00        | 4.50         |
| (-) Gastos com vendas                        | R\$ 468.00          | R\$ 5,616.00         | 2.00         |
| Total de custos Variáveis                    | R\$ 8,723.00        | R\$ 104,676.00       | 37.28        |
| Margem de Contribuição                       | R\$ 14,677.00       | R\$ 176,124.00       | 62.72        |
| (-) Custos Fixos Totais                      | R\$ 9,980.20        | R\$ 119,762.40       | 42.65        |
| <b>Resultado Operacional: LUCRO</b>          | <b>R\$ 4,696.80</b> | <b>R\$ 56,361.60</b> | <b>20.07</b> |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

## 7.13 Indicadores de viabilidade

Tabela 32- Indicadores de viabilidade

| Indicadores                      | Ano 1          |
|----------------------------------|----------------|
| Ponto de Equilíbrio              | R\$ 190,940.94 |
| Lucratividade                    | 24.56 %        |
| Rentabilidade                    | 192.31 %       |
| Prazo de retorno do investimento | 7 meses        |

Fonte: elaborado pelo autor (2014).

## REFERENCIAS