

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
Instituto de Ciências Econômicas e Gerenciais

Isabela Cerqueira Duarte de Freitas
Jennefer Paola Camilo Munhoz
Lídice Hoffmann dos Santos
Thainá Rodrigues de Oliveira

PROJETO DE VIABILIDADE FIT DANCE

Belo Horizonte
2018

Isabela Cerqueira Duarte de Freitas

Jennefer Paola Camilo Munhoz

Lídice Hoffmann dos Santos

Thainá Rodrigues de Oliveira

PROJETO DE VIABILIDADE FIT DANCE

Trabalho apresentado à disciplina Elaboração e Análise de Projetos 5º período do Curso de Ciências Econômicas do Instituto de Ciências Econômicas e Gerenciais da PUC Minas BH.

Professor: Heles Soares Junior

Belo Horizonte

2018

SUMÁRIO

1 SUMÁRIO EXECUTIVO.....	5
1.1 Enunciado do projeto	5
1.2 Produtos e serviços	5
1.3 Mercado Potencial	5
1.4 Previsão de vendas.....	5
1.5 Aspectos operacionais	Error! Bookmark not defined.
1.6 Investimentos necessários	Error! Bookmark not defined.
1.7 Esquema de financiamento	Error! Bookmark not defined.
1.8 Projeção de resultado	Error! Bookmark not defined.
1.9 Empreendedores	Error! Bookmark not defined.
2 A EMPRESA.....	6
2.1 Denominação ou razão social; forma jurídica	6
2.2 Principais acionistas ou sócios, controle acionário ou societário, relação com outras empresas ou grupos financeiros.	6
2.3 Dirigentes e administradores principais.....	6
2.4 Capital social.....	7
2.5 Motivações dos empreendedores	7
<i>2.5.1 Perfil dos empreendedores</i>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
3 ESTUDO DE MERCADO	8
3.1 Dados dos produtos e serviços	8
<i>3.1.1 Produto</i>	<i>8</i>
<i>3.1.2 Usos e aplicações</i>	<i>8</i>
<i>3.1.3 Produtos substitutos e complementares</i>	<i>8</i>
<i>3.1.4 Estágio do desenvolvimento do empreendimento.....</i>	<i>8</i>
<i>3.1.5 Estágio do ciclo de vida.....</i>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
3.2 Principais consumidores	9
3.3 Estrutura de mercado	9
<i>3.3.1 Evolução e dimensionamento do mercado</i>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
3.4 Empresas concorrentes e participação no mercado	10
3.5 Cenários.....	10
3.6. Projeções do Mercado Global e do Projeto	Error! Bookmark not defined.
<i>3.6.1 O café brasileiro na atualidade.....</i>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
3.7. Vantagens competitivas do projeto e do produto	Error! Bookmark not defined.

3.8. Condições de distribuição	Error! Bookmark not defined.
3.9. Políticas de vendas	Error! Bookmark not defined.
3.9.1. <i>Prazos</i>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
3.9.2. Preços atuais e futuros	Error! Bookmark not defined.
3.9.3 <i>Praça</i>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
3.9.4 <i>Composto do produto</i>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
3.10 Promoções e publicidade	Error! Bookmark not defined.
4 ENGENHARIA DO PROJETO E PLANO OPERACIONAL	Error! Bookmark not defined.
4.1 Caracterização dos produtos	13
4.2 Seleção e descrição do processo produtivo	Error! Bookmark not defined.
4.3 Seleção e especificação dos equipamentos	Error! Bookmark not defined.
4.4 Distribuição dos Equipamentos (<i>lay out</i>)	Error! Bookmark not defined.
4.5 Planta dos edifícios e sua distribuição no terreno	Error! Bookmark not defined.
4.6 Definição dos requisitos físicos de insumos e mão-de-obra	Error! Bookmark not defined.
4.7 Cronograma dos investimentos	Error! Bookmark not defined.
4.8 Projetos Complementares	Error! Bookmark not defined.
4.9 Aspectos fiscais, normativos e regulatórios	Error! Bookmark not defined.
4.9.1 <i>Entidades para eventuais consultas</i>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
4.9.2 <i>Normas técnicas</i>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
4.9.2.1 <i>Normas específicas para café expresso</i>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
4.9.2.2 <i>Normas aplicáveis na execução de um café expresso</i>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
5 ESTUDOS DO TAMANHO OU ESCALA DE PRODUÇÃO/OPERAÇÃO	Error! Bookmark not defined.
6 ESTUDO DA LOCALIZAÇÃO	Error! Bookmark not defined.
7 ESTUDO DOS INVESTIMENTOS	23
7.1 Investimento inicial	Error! Bookmark not defined.
7.2 Capital de giro	Error! Bookmark not defined.
7.3 Despesas pré-operacionais	Error! Bookmark not defined.
7.4 Quadro de investimentos e cronograma físico financeiro.	Error! Bookmark not defined.
8 ESTUDO DO FINANCIAMENTO	26
8.1 Análise da estrutura financeira	27

9 ORGANIZAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO	Error! Bookmark not defined.
9.1 Programa de Treinamento e Capacitação de Pessoas	Error! Bookmark not defined.
10. ORÇAMENTO DE RECEITAS E CUSTOS.....	Error! Bookmark not defined.
11 ANÁLISE ECONÔMICO-FINANCEIRA E CONCLUSÕES.	28
11.1 Investimento	28
11.2 Taxa mínima de atratividade	28
11.3 Fluxo de caixa projetado	28
11.4 Payback	29
11.5 Valor Presente Líquido –VPL	Error! Bookmark not defined.
11.6 Taxa Interna de Retorno – TIR	30
11.7 Lucratividade	31
11.8 Rentabilidade	31
12 CONCLUSÃO.....	31
13 CONTRIBUIÇÃO DO PROJETO PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO	32
REFERENCIAS	Error! Bookmark not defined.
ANEXO A – FÓRMULAS DE CÁLCULO	Error! Bookmark not defined.
ANEXO B - RECEITAS	Error! Bookmark not defined.

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1 Enunciado do projeto

A Fit Dance é uma empresa de roupas de dança voltada para a prática de ballet e pole dance de pequeno porte localizado no bairro XXXXXXXX, região XXXX de Belo Horizonte, e busca atender pessoas que necessitam de roupas adequadas para a prática e apresentação de danças, sendo essas ballet e pole dance. Oferecemos aos nossos clientes o melhor produto, sendo este personalizado com o tamanho e gosto.

1.2 Produtos e serviços

A Fit Dance tem como objetivo oferecer aos clientes produtos personalizados para apresentações de dança adequados as suas necessidades e também produtos pré-fabricados para a prática do dia a dia de ballet e pole dance como:body, Collans, tops, cropped, shorts, leggings, saias. Sempre procurando o maior conforto e satisfação dos seus clientes, adequando os produtos aos iniciantes e aqueles que já se apresentam artisticamente.

1.3 Mercado Potencial

Nosso público alvo serão os praticantes de dança nas modalidades de ballet (clássico ou moderno) e principalmente os praticantes de pole dance, que terão a oportunidade de adquirir produtos personalizados para suas apresentações, o que atualmente não é oferecido com fácil acesso em Belo Horizonte.

1.4 Previsão de vendas

A previsão de vendas é de 290 produtos variados por mês, com valor médio de R\$59,90 durante o primeiro ano de mercado. O valor foi baseado nos preços praticados pelos concorrentes, sendo que as encomendas personalizadas devem variar de acordo com a peça e sua complexidade.

2 A EMPRESA

2.1 Denominação ou razão social; forma jurídica

A razão social da empresa: Fit Dance LTDA.

Nome fantasia: Fit Dance.

O regime jurídico da empresa será de Sociedade LTDA. O segmento de CONFECÇÃO DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 1412-6/02 como confecção, sob medida, de artigos do vestuário masculino, feminino e infantil (blusas, camisas, vestidos, saias, calças, ternos, casacos, etc.), feitos com qualquer tipo de material (tecidos planos, tecidos de malha, couros, etc.)

2.2 Principais acionistas ou sócios, controle acionário ou societário, relação com outras empresas ou grupos financeiros.

O corpo de sócios será composto por: Isabela Cerqueira, Jennefer Paola, Lídice Hoffmann e Thainá Rodrigues.

Ambas as sócias serão responsáveis de forma igualitária pelo empreendimento, sendo assim a empresa não terá um principal acionista ou sócio, pois as quatro sócias serão responsáveis igualmente pelo capital social da empresa, e também receberão lucros proporcionais as suas cotas. Além disso, a empresa não terá relação com outras empresas ou grupos financeiros.

2.3 Dirigentes e administradores principais

O corpo de dirigentes será composto pelas próprias sociais investidoras do projeto, sendo assim elas terão papéis de responsabilidade e poder de decisão iguais em suas respectivas áreas, por isso não haverá um papel de dirigente ou administrador principal, mas sim quatro papéis que juntos compõe o corpo de diretores da empresa. As decisões que envolvam a estrutura geral da empresa deverão ser votadas e decididas pelas quatro sócias. Os dirigentes de cada área serão:

Isabela Cerqueira Duarte de Freitas, graduanda em Ciências Econômicas, atuará como Diretora

Administrativo/Financeiro;

Jennefer Paola Camilo Munhoz, graduanda em Ciências Econômicas, atuará como Diretora de planejamento;

Lídice Hoffmann, graduanda em Ciências Econômicas, atuará como Diretora Comercial;

Thainá Oliveira Rodrigues, graduanda em Ciências Econômicas, atuará como Diretora de Marketing.

2.4 Capital social

2.5 Motivações dos empreendedores

Através do crescimento das práticas de pole dance, mesmo que as academias de dança cada vez mais procurem oferecer a modalidades roupas para a prática dessa atividade não estão em fácil acesso dos praticantes da modalidade, podendo ser adquiridas apenas via internet. As empreendedoras identificaram através de pessoas que praticam a dança profissionalmente que as roupas adequadas para apresentações são extremamente difíceis de achar em Belo Horizonte e região metropolitana, além de que ao desejarem roupas adequadas para apresentações, as mesmas não encontravam quem pudesse confeccioná-las com destreza. Com isso também foi possível identificar que mesmo aqueles que são principiantes nas modalidades, não conseguem encontrar roupas adequadas a treinos, muitas vezes também por falta de acesso.

Foi a partir dessa dificuldade e do aumento na procura para a prática do pole dance que as empreendedoras viram a oportunidade de oferecer para o segmento aquilo que eles desejavam: produtos adequados. Porém, para complementar o negócio, também foi visto a possibilidade de oferecer roupas pré-fabricadas, ou seja, já confeccionadas a moldes comuns, para a prática de ballet e treinos de pole dance, sendo assim, surgiu também a motivação para oferecer roupas também para esse segmento de ballet.

3 ESTUDO DE MERCADO

3.1 Dados dos produtos e serviços

3.1.1 Produto

Os produtos oferecidos pelo nosso empreendimento serão roupas específicas para prática de danças (pole dance e ballet), sendo o foco principal, roupas para apresentações de Pole Dance. As roupas oferecidas serão:

- a) Produtos para Pole Dance: Body, Collans, Tops, Cropped, Shorts, Leggins
- b) Produtos para Ballet: Collans, bodys, saias

3.1.2 Usos e aplicações

Os produtos oferecidos pela Fit Dance tem como uso a prática de aulas de Pole Dance e Ballet, mas têm como principal foco a produção de roupas para apresentações artísticas de Pole Dance. Os produtos confeccionados pelo empreendimento serão adequados para apresentações, trazendo mais glamour e estilo para as mesmas, onde muitas vezes em competições artísticas as roupas também são avaliadas.

3.1.3 Produtos substitutos e complementares

Por se tratar de um produto para uso de uma atividade específica, no âmbito da prática do ballet clássico não possui muitos substitutos, por já serem produtos bem específicos para a prática. Já para a prática de aulas de Pole Dance, roupas de beachwear e adequadas para exercícios físicos de musculação são muito usadas para substituir, e para as apresentações, roupas do ramo de sexy shopping como fantasias e lingerie são muito usadas por ajudarem na mobilidade e serem mais sensuais.

3.1.4 Estágio no ciclo de vida

O ciclo de vida do produto (modelo de como as vendas de um produto se comportam com o passar do tempo) estimado por nós detalhadamente é:

Introdução: A chegada dos nossos produtos no mercado começará em agosto de 2018, após o início a divulgação da nossa marca e tempo de espaço o suficiente para a captação de

encomendas para as roupas específicas personalizadas para apresentações.

Crescimento: Com o conhecimento por parte do público sobre os produtos oferecidos pela empresa, o crescimento se dará 6 meses após o a introdução da marca no mercado, sendo assim, fevereiro de 2019.

Maturidade: A maturidade dos produtos no mercado se dará 2 anos após a fase do crescimento, sendo assim, fevereiro de 2021, sendo o período mais longo vivido pelo empreendimento.

Declínio: O declínio dos nossos produtos no mercado está previsto para o ano de 2025, ou seja, 7 anos após o surgimento da marca.

3.2 Principais consumidores (“Público Alvo”)

O público alvo do nosso empreendimento são os praticantes de Pole Dance em geral, alunos e professores, desde principiantes a aqueles que também se apresentam em shows, casas noturnas e competições. E alunos de ballet que também se apresentem nessa modalidade.

Nosso público reúne principalmente mulheres, entre 16 e 45 anos, que pratiquem o pole dance e também homens e mulheres, sejam crianças, jovens ou adultos que pratiquem ballet clássico.

3.3 Estrutura de mercado e concorrência

- É um mercado onde a venda é feita diretamente para o consumidor final, podendo também ser revendida por terceiros.
- Não existem barreiras para a entrada por existir poucas empresas no ramo, principalmente em Minas Gerais;
- Podemos considerar um oligopólio, pois apesar de existir alguns bens substitutos, trata-se de produtos únicos, produzidos por poucas empresas.
- Não existem concorrentes diretos, somente os que oferecem produtos substitutos;
- A concorrência se dá mais em marketplaces na internet, onde pode se encontrar uma variedade de produtos tanto para o ballet, como pole dance, mesmo assim, os mesmos não oferecem produtos personalizados;

- As costureiras que saibam confeccionar esse tipo de produto, bodys, collans, saias, etc personalizados, podem representar uma forma de concorrência, mas produzem em pequena escala.

3.4 Empresas concorrentes e participação no mercado

- Sexy Shops
- Lojas de roupas esportivas
- Os principais concorrentes são empresas que fabricam bens substitutos (roupas de beachwear e a academia, roupas para ballet)

3.5 Evolução e Dimensionamento do Mercado

- Ao longo dos últimos anos o Pole Dance vem ganhando espaço nos estúdios de dança, deixando de ser uma prática vista apenas em casas noturnas e ligadas a atividades extremamente sexuais, para ser visto como uma dança e atividade física capaz de ajudar o corpo tanto fisicamente e mentalmente, por estimular o equilíbrio e concentração.
- Com isso a tendência da procura por roupas entre os praticantes tende a crescer enquanto o mercado de Pole Dance crescer, e também as apresentações artísticas continuarem crescendo também.
- O mercado de roupas artísticas vem crescendo no Brasil e em Minas Gerais com a expansão da oferta da modalidade de Pole Dance nos estúdios de dança.

3.6 Cenários

- Atualmente existem mais 150 estúdios que oferecem aulas de Pole Dance cadastrados em vários estados: Alagoas, Amazonas, Goiás, Maranhão, Minas Gerais, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Rondônia, Santa Catarina, São Paulo e Sergipe, além do Distrito Federal.
- É uma dança procurada por mulheres de várias idades por elevar a sensualidade e autoestima;

- Hoje existe um número crescente de Federações de Pole Dance que tem como objetivo legitimar a dança também como esporte, e com isso também é crescente o número de campeonatos por todo o Brasil;
- A procura por roupas adequadas para essa modalidade se torna cada vez mais constante com a divulgação da prática e com os motivos acima citados.

3.7 Projeções do Mercado Global e do Projeto (para os anos de vida útil)

- Mundialmente a prática de diversas danças é uma tradição, principalmente quando se fala em ballet, sendo assim a procura por roupas adequadas para a atividade só cresce a cada ano em diversos países, principalmente roupas infantis.
- Já em termos da prática de Pole Dance que vem sendo difundida pelo mundo a cerca de 20 anos, o mercado cresce aos poucos a medida que a imagem da prática começa a ser vista como algo menos ligado a práticas sexuais e sim como um esporte e uma dança que pode ser praticado por todos, homens e mulheres de diversas idades.
- As projeções mercadológicas são de crescimento com o passar dos anos, acompanhando também o crescimento dos estúdios de dança.
- Em termos de anos, podemos estimar que a prática ainda seja procurado pelas próximas décadas, assim como as roupas para apresentações. Sendo assim, a vida útil do projeto é longa, modificando apenas a entrada de concorrentes, já que é um mercado crescente, passível de atrair diversos deles.

3.8 Vantagens Competitivas do Projeto e do(s) Produto(s)/Serviço(s)

- Por ser um projeto praticamente pioneiro em Minas Gerais, possui vantagem sobre os concorrentes de fora, no quesito frete e tempo de espera;
- Em Minas Gerais, clientes que antes compravam apenas pela internet poderão ter acesso à roupa antes mesmo de comprar;
- Produtos podem ser personalizados e por medida;
- Produtos mais adequados e confortáveis para a prática;
- O cliente tem fácil acesso a quem produz.

3.9 Condições de Distribuição

Os produtos poderão ser encontrados e distribuídos em:

- Loja física da marca;
- Estúdios de dança;
- Via internet, através dos correios;

Sendo assim o cliente terá fácil acesso as opções já existentes e também poderá encomendar o seu produto.

3.10 Políticas de Vendas

A. Prazos

A.1. Prazos de Entrega

- Para modelos já existentes: de 1 a 15 dias dependendo da modalidade da compra (física ou pela internet)
- Para encomendas: de 10 a 30 dias dependendo da demanda do mês e da modalidade da compra (física ou pela internet)

A.2 Prazos de pagamentos

- Os prazos de pagamento são de até 4 vezes mensais após o ato da compra

B. Preços Atuais e Futuros

B.1 Para Pole Dance

Roupas de ensaio

- Bodys: R\$49,90 a R\$69,90
- Leggings: R\$39,90 a R\$59,90
- Tops: R\$25,90 a R\$59,90
- Croppeds: R\$29,90 a R\$59,90

Roupas para apresentação

- Variam de acordo com a roupa escolhida
- Para modelos prontos de R\$129,90 a 254,90

B.2 Para Ballet

- Bodys: R\$49,90 a R\$69,90
- Collans: R\$49,90 a R\$79,90
- Saias: R\$39,90 a R\$79,90

C. Composto do Produto

Roupas para Dança

Produto: Peças de roupas específicas para a prática de danças

Roupas para apresentações de Pole Dance

Praça: Minas Gerais

Estúdios de Dança de Belo Horizonte e região metropolitana

Preço: de R\$25,90 a R\$254,90

Promoção: Redes Sociais e em estúdios de dança

D. Promoções e Publicidade

Inicialmente a divulgação do produto será feita através das redes sociais e em academias/estúdios de dança, através de folders e cartões de visitas informando a localização da loja física e virtual.

- Divulgação através das redes sociais (Facebook e Instragram);
- Divulgação física em estúdios de dança e academias;
- Exposição de produtos em estúdios de dança;
- Eventos do ramo.

4 ENGENHARIA DO PROJETO E PLANO OPERACIONAL

4.1 Caracterização dos produtos e Dimensionamento do Programa de Produção/Operação

O produto comercializado será feito de malhas adequadas para a prática de exercícios que se ajustam ao corpo, o modelando para facilitar o movimento de danças executados. O produto confeccionado por encomenda pela Fit Dance apresentará diferentes cores e materiais em tecido que possam ser agregados a roupa sem estragar sua funcionalidade, como bordados e diversas rendas, variando com o gosto e necessidade do cliente. Já os produtos usados para treinos terão uma apresentação mais simples, lisos e mais versáteis, devido à manutenção do conforto principalmente para os principiantes e serão das cores já selecionadas: preto, cinza, rosa choque, azul escuro, azul marinho, branco, roxo e verde musgo.

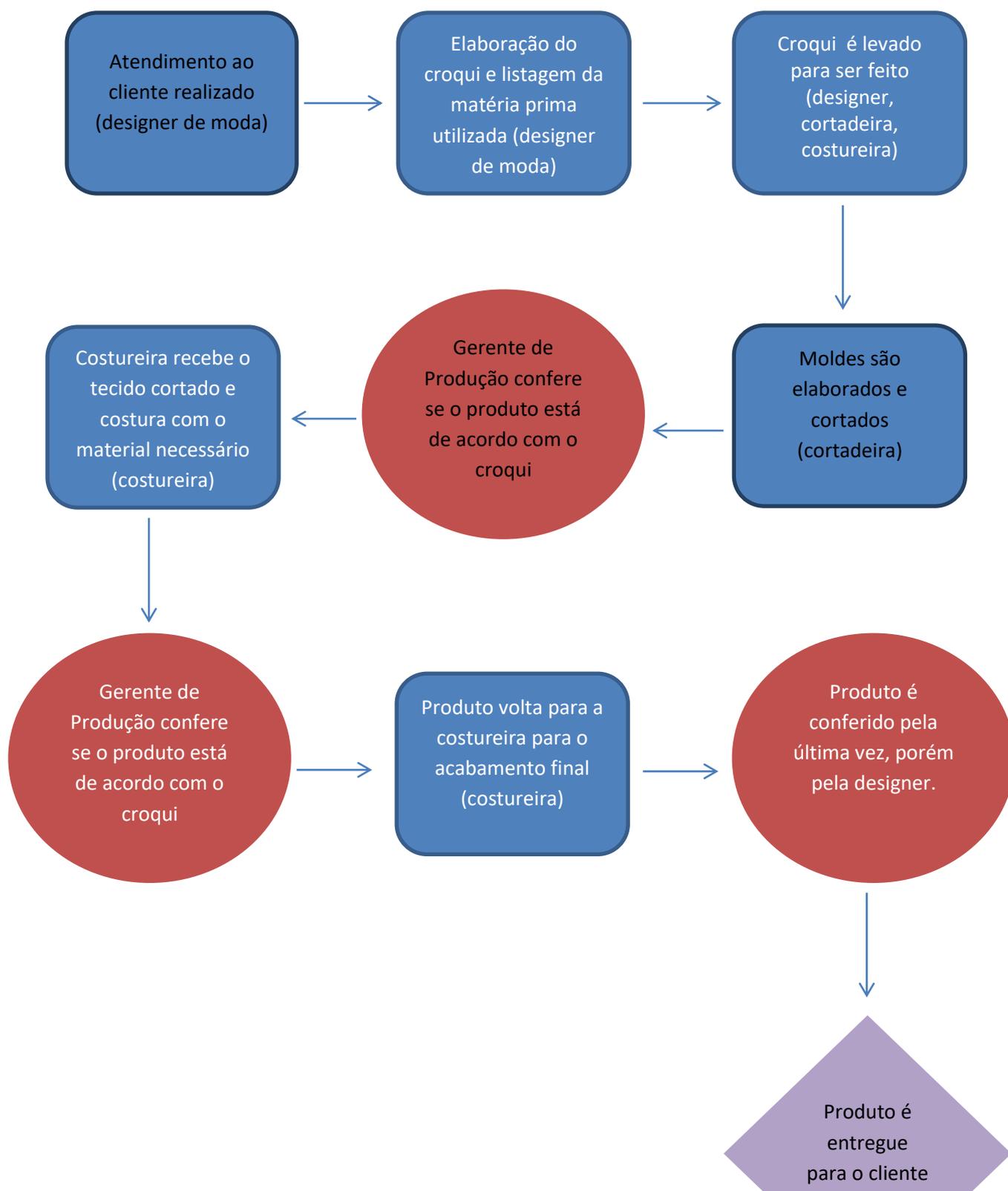
As roupas pré-fabricadas para treinos de dança serão colocadas de imediato à disposição do cliente de maneira física no padrão de tamanhos PP, P, M, G e GG, que são fôrmas já utilizadas no mercado brasileiro de vestuário. Já as roupas por encomenda poderão ser sob medida de acordo com o cliente, sendo que a logística de produção requer um prazo

para a confecção podendo variar de acordo com a complexidade do produto devido as texturas e design escolhidos.

As etapas do programa de produção serão:

- Atendimento ao cliente realizado pela própria designer de moda;
- Elaboração de croqui e detalhamento da matéria-prima de acordo com o desejo do cliente feito pela designer:
 - Tecidos
 - Paêtes
 - Rendas
 - Linhas
 - Viés
 - Acabamentos (zíperes, botões...)
- Negociação de matéria-prima
- Aquisição de matéria-prima
- Passagem do croqui para a costureira e cortadeira responsável pela sua execução;
- Moldes elaborados e cortados pela cortadeira
- Conferência do produto pela Gerente de Produção avaliando se o mesmo está de acordo com as orientações da designer;
- Costureira recebe o tecido já cortado e apenas o costura com o material necessário;
- Conferência do produto pela Gerente de Produção avaliando se o mesmo está de acordo com as orientações da designer;
- Produto volta para a costureira para os acabamentos finais;
- Após a costura e acabamento do produto, o mesmo é encaminhado para a designer para uma última conferência antes da entrega final do produto.

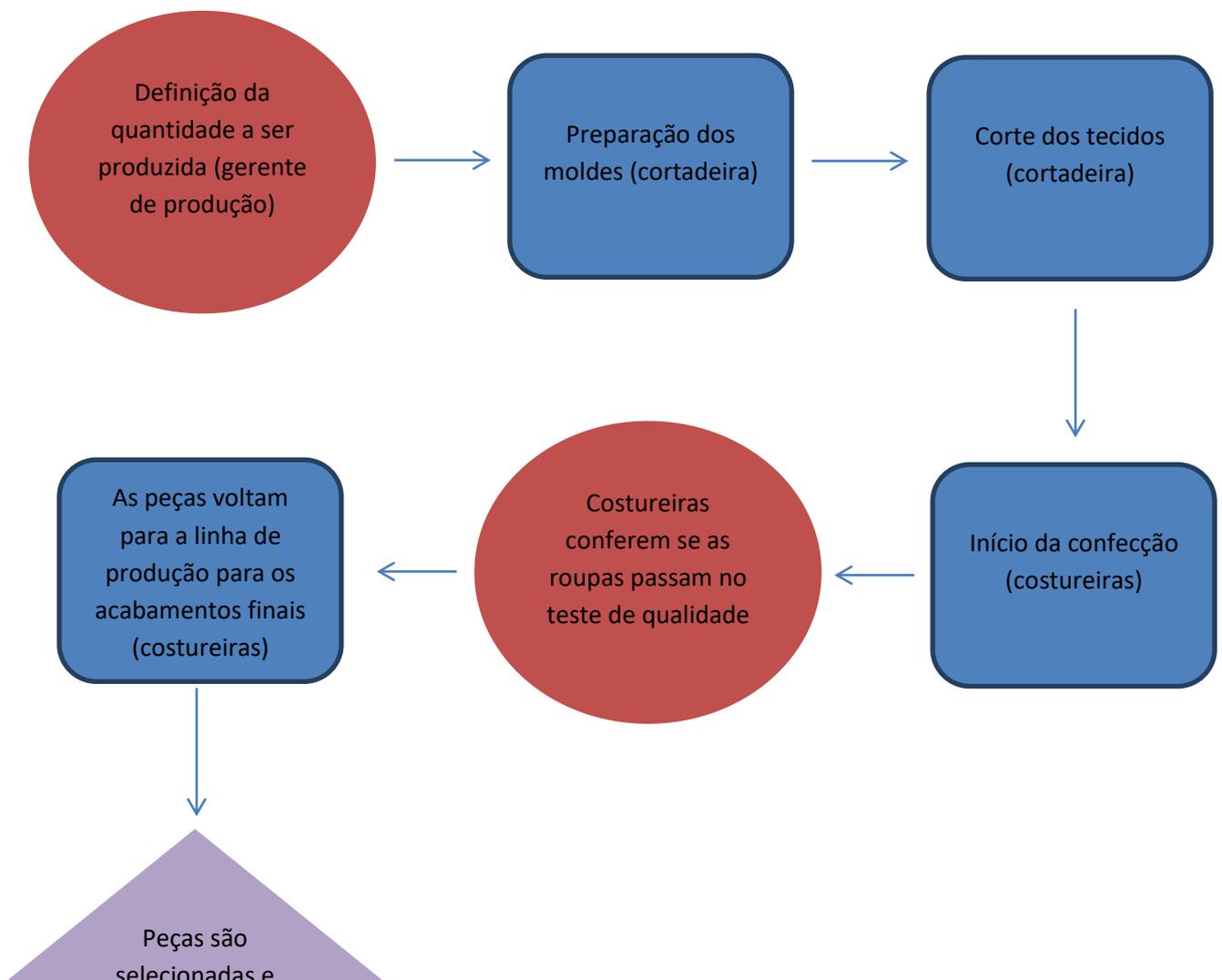
O programa de produção citado acima será melhor exemplificado de acordo com o organograma simplificado de produção:



Fonte: Organograma produzido pelo Grupo

Já os produtos pré-fabricados partirão de uma lógica de produção diferente dos produtos por encomenda, por serem modelos mais comuns e já conhecidos não serão feitos com o auxílio de uma designer. Estes serão feitos de acordo com a seguinte ordem:

- Gerente de produção define a quantidade a ser produzida;
- Os moldes são preparados pelas cortadeiras;
- Os tecidos são cortados;
- As costureiras dão início a confecção das roupas;
- As peças são conferidas logo após à costura (as peças que não passarem pelo controle de qualidade voltam para as costureiras ou são descartadas);
- As peças voltam para a linha de produção para os acabamentos finais;
- As peças são separadas e após serem selecionadas vão para o estoque;



De acordo com os estudos já citados a projeção da nossa produção será a do quadro abaixo, lembrando que a mesma representa todos os produtos, incluindo os personalizados.

Produtos	Previsão de Vendas Mensal (unidades)	Política de estoque (10%)	Total a Produzir Mensal
Bodys	160	16	176
Collans	40	4	44
Tops	120	12	132
Croppeds	80	8	88
Shorts	120	12	132
Saias	60	6	66

Fonte: Tabela produzida pelo Grupo

4.2 Seleção e Descrição do Processo Produtivo/ Operacional

O processo produtivo e de atendimento da Fit Dance será realizado em duas etapas: A 1ª consiste no atendimento ao cliente em um ateliê físico onde alguns produtos já estarão dispostos para a compra imediata (os produtos pré-fabricados), o atendimento será feito por uma vendedora e em caso de encomendas de roupas personalizadas um horário deve ser marcado com a designer de moda de acordo com sua disponibilidade, caso a mesma esteja livre o atendimento será de imediato.

Para a venda dos produtos já disponíveis em estoque, o cliente levará o mesmo no ato da compra, para as encomendas o processo produtivo segue para a 2ª etapa que é o processo de confecção propriamente dito, utilizando as costureiras e cortadeiras para a confecção citado no seção 4.1.

Em geral para os produtos pré-fabricados o processo produtivo é realizado pelas costureiras e cortadeiras, sobre coordenação da gerente de produção, de acordo com a previsão de produção mensal. O processo produtivo/operacional se inverte, sendo a 1ª etapa a de confecção dos produtos, sendo que esses já possuem seus moldes prontos, sendo cortados e costurados sobre a supervisão da Gerente de Produção. Por fim elas passam para a 2ª etapa onde são entregues e disponibilizados para da venda na loja física.

Paralelo aos trabalhos de confecção e vendas os trabalhos administrativos serão executados pelas sócias. O ateliê de produção tem o começo das suas atividades de 9:00h as 17:00h e o atendimento ao cliente será realizado de 10:00h as 19:00h.

4.3 Seleção e Especificação dos Equipamentos

Os equipamentos usados serão divididos entre os artigos moveleiros para composição do ateliê, tanto em sua linha de produção, quanto na parte de atendimento ao cliente, além de artigos para a confecção das roupas em si. Segue abaixo a relação da especificação dos equipamentos:

Moveis da loja e administração

- Computadores;
- Mesas;
- Cadeiras;
- Armários;
- Prateleiras;
- Balcão de atendimento;
- Sofá para sala de espera;
- Material de escritório.

Máquinas para confecção

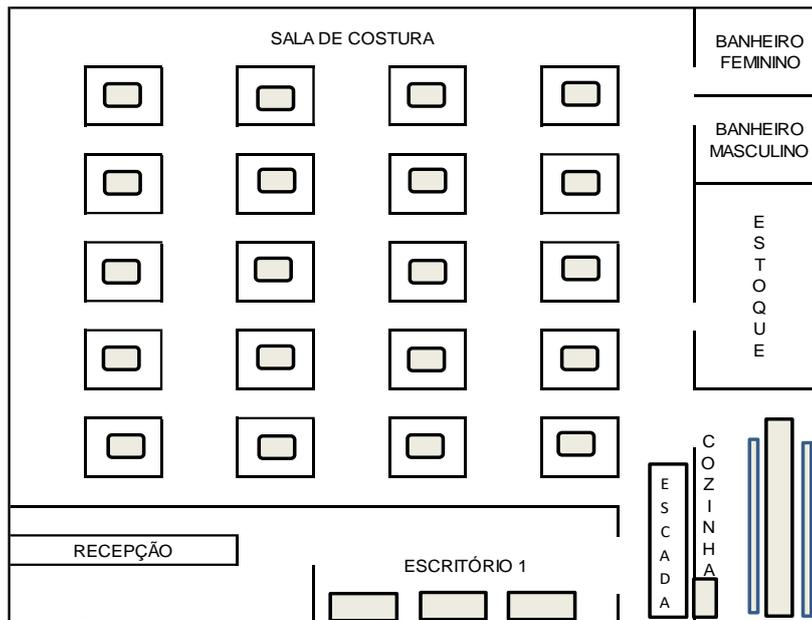
- Cortadeira;
- Máquina de corte;
- Máquina de costura;
- Máquina de acabamento

Materiais para croqui

- Mesa de desenho;
- Material de desenho.

4.4 Distribuição dos Equipamentos (layout)s

Layout 1º andar



Segue abaixo detalhamento dos ambientes:

➤ Sala de costura:

A sala de costura do primeiro andar será destinada aos acabamentos e ajustes finais a serem realizados nas peças sob encomenda. A localização foi escolhida de forma a facilitar o acesso do cliente.

➤ Sanitários:

Foram dispostos um sanitário feminino e um masculino para que os clientes que forem experimentar as peças sob encomenda possam realizar a troca próximo à sala de ajustes.

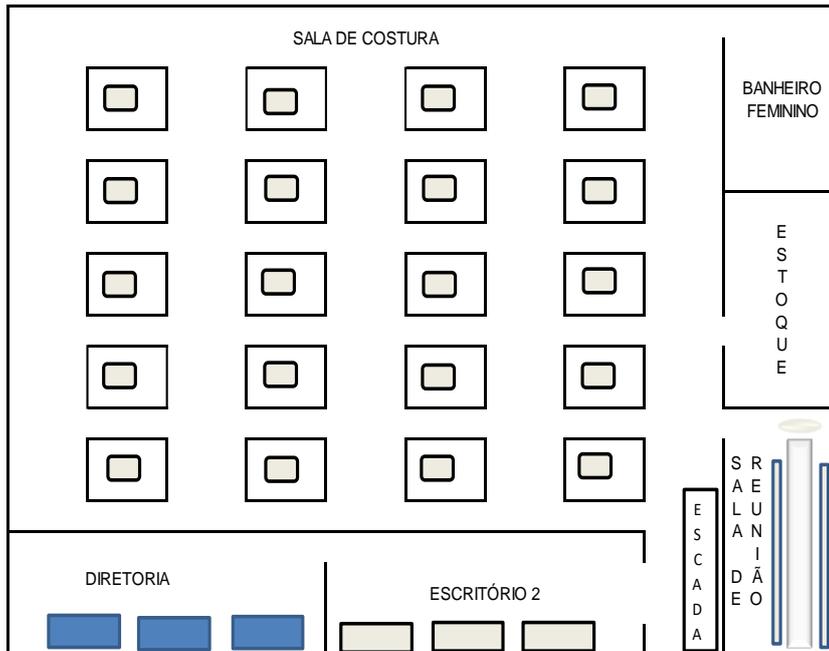
➤ Estoque:

Foi planejado um estoque no primeiro andar para que as peças sob encomenda possam estar disponíveis em local próximo ao atendimento ao cliente.

➤ Escritório 1:

O escritório do primeiro andar foi planejado a fim de termos um ambiente para reunião com os clientes a respeito da modelagem das peças sob encomenda.

Layout 2º andar



Segue abaixo detalhamento dos ambientes:

➤ Sala de costura:

A sala de costura do segundo andar foi planejada a fim de produzir as peças para pronta entrega e encomenda.

➤ Banheiro Feminino:

Considerando que grande parte do quadro de funcionários que atuam na produção é composto por mulheres, foi planejado um banheiro feminino próximo à área de produção.

➤ Estoque:

O estoque do segundo andar foi planejado com o intuito de guardar a matéria-prima para a produção.

➤ Sala de reunião:

A sala de reunião localizada no segundo andar foi planejada com o intuito de realizar reuniões entre funcionários.

➤ Escritório 2:

O escritório 2 foi planejado para abrigar os funcionários do administrativo, sendo assim, está localizado próximo à sala da diretoria.

➤ Sala da Diretoria:

A sala da diretoria foi planejada para que as diretoras fiquem próximas da produção e do administrativo.

4.6 Definição dos Requisitos Físicos de Insumos e Mão-De-Obra

Os insumos usados pela Fit Dance serão os seguintes: Tecido, tesouras, moldes, linhas, agulhas, paetês, viés, material para embalagem final. Já os insumos referentes a mão de obra serão inicialmente de: Uma vendedora para o atendimento ao cliente, uma designer de moda para atender as encomendas, uma gerente de produção para coordenar a linha de produção, duas cortadeiras para cortar as peças e 10 costureiras para confeccionar o produto.

4.7-Cronograma dos Investimentos;

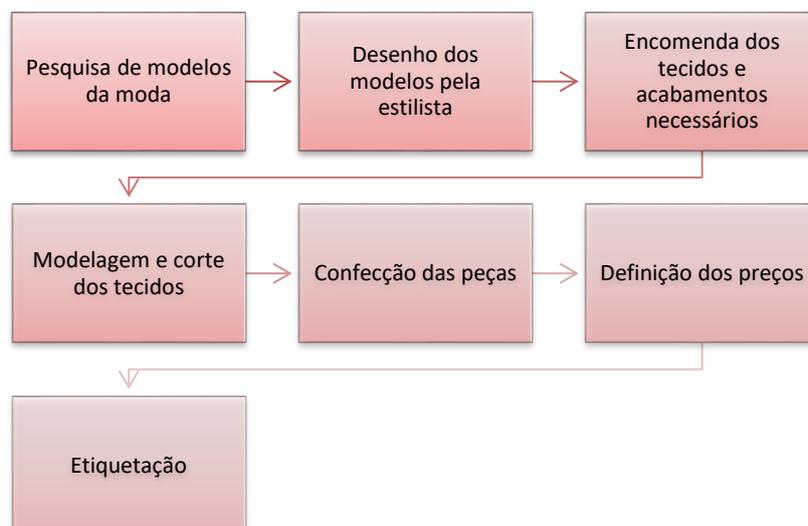
4.8-Projetos Complementares;

4.9- Aspectos fiscais, normativos e regulatórios.

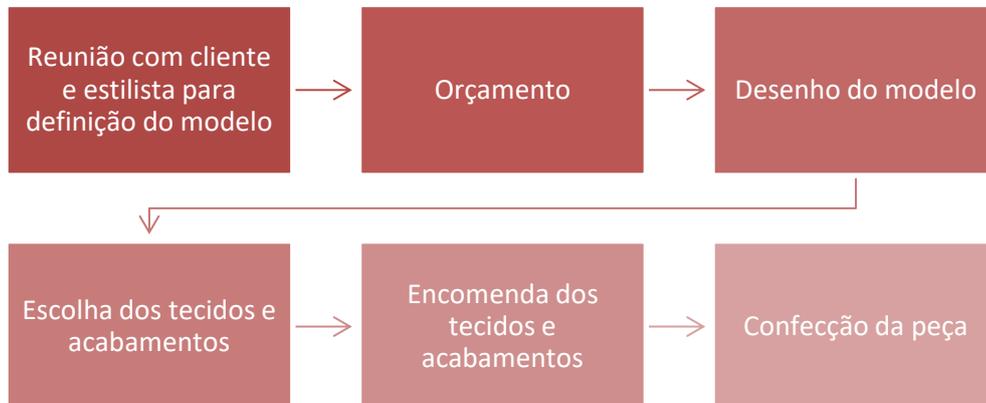
Estudo da Escala de Produção:

Estima-se uma produção mensal de 319 peças para venda em loja física e online e uma produção sobre demanda de encomendas.

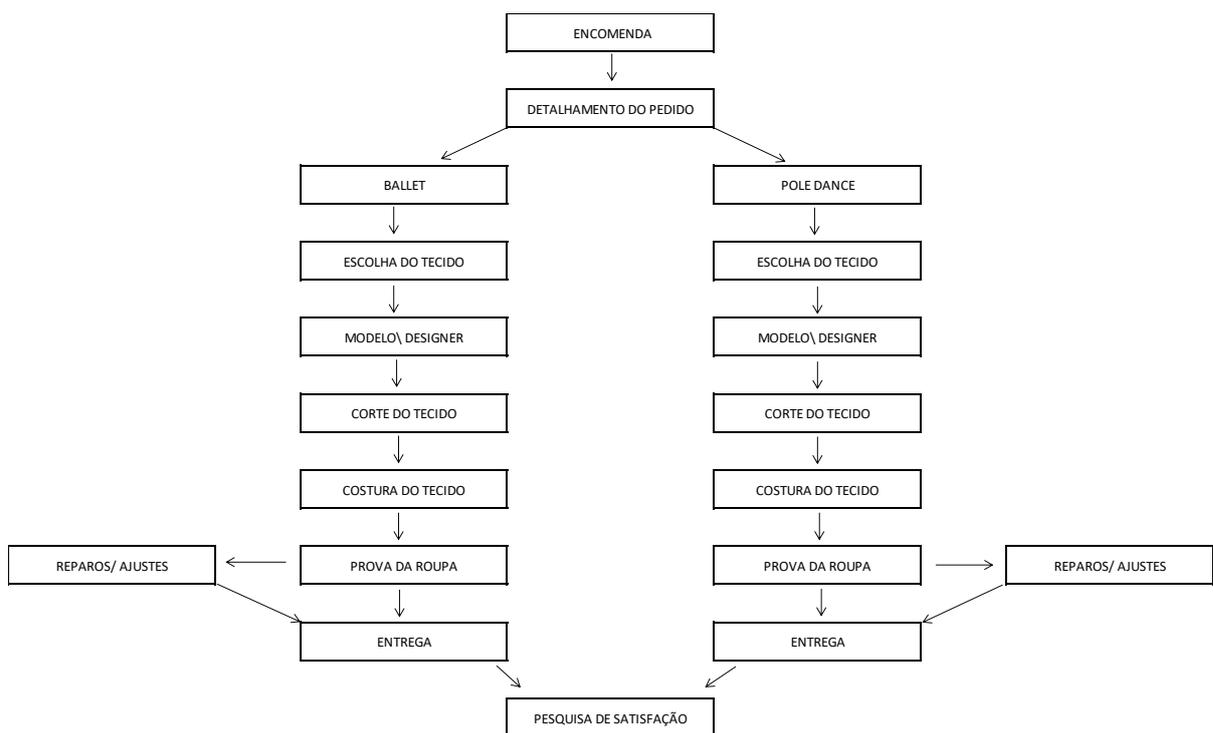
Modelo simplificado de produção para loja:



Modelo simplificado de produção para encomendas:



Modelo detalhado de produção:



7 ESTUDO DOS INVESTIMENTOS

7.1 Capital Fixo

- Tangíveis

Os ativos tangíveis sujeitos a depreciação ou esgotamento da empresa Fit Dance são os requisitos físicos de mão-de-obra. A previsão de investimento desses ativos é de R\$ 11.890,00. Sendo:

- ✓ 07 Máquina Galoneira: R\$ 7.000,00
- ✓ 02 Máquinas Cortadeiras: R\$ 1.750,00 cada
- ✓ 03 Máquina de Acabamento: R\$ 1.140,00
- ✓ 01 Mesa de Desenho: R\$ 2.000,00

A empresa não possui nenhum ativo não tangível a depreciação pois o imóvel onde serão executadas as atividades empresariais será alugado.

- Intangíveis – R\$ 4.190,88

- ✓ Registro da Patente: R\$ 3350,50
- ✓ Inscrição/Registro Inicial: R\$ 126,98
- ✓ Ato Constitutivo: R\$ 255,20
- ✓ Contrato Social: R\$ 255,20
- ✓ Certidão Digital de Sociedade Empresária: R\$ 31,12
- ✓ Autenticação de instrumento de escrituração de empresário: R\$ 43,57
- ✓ Carteira de Exercício Profissional: R\$ 47,31

7.2 Capital de Giro

Método Analítico

ITENS	VALORES \$ (média mensal)	
1 – Estoques Médios		
Matérias Primas	5.838,00	
Materiais Secundários	3.000,00	
Materiais em Processo de Elaboração		
Produtos Acabados	1.320,00	10.158
2 – Adiantamentos e Fornecedores		
Compras pagas por antecipação	2.000	
-		
Compras feitas a crédito	1.500	500
3 – Títulos em carteira		
Vendas a crédito	6.700	
-		
Descontos bancários	670	6.030
4 – Encaixe mínimo	1.658,00	
Totais	18.246,80	

7.3 Títulos em Carteira

$$TC = FCE \cdot (PRM - PMDT)$$

$$TC = 603 (20 - 10)$$

$$TC = 6.030$$

7.4 Método do Capital Circulante Líquido

$$\text{CCL} = \text{AC} - \text{PC} \qquad \text{PC} = 10.000$$

$$\text{CCL} = 11070 - 10000$$

$$\text{CCL} = 1070$$

7.5 Método do Fluxo de Caixa

Entradas: \$13.400

(-) Saídas: \$12.338

\$1.062

7.6 Método do Ciclo Econômico-Financeiro

$$\text{CEF} = \text{PMR} + \text{PME} - \text{PMP}$$

$$\text{CEF} = 15 + 10 - 20$$

$$\text{CEF} = 5$$

TABELA 4 - Máquinas e Equipamentos

EQUIPAMENTO	VALOR	QUANTIDADE	TOTAL
Computador	R\$1500,00	5	R\$7.500,00
Impressora	R\$500,00	1	R\$500,00
Telefone	R\$50,00	1	R\$50,00
Ventiladores	R\$100,00	8	R\$800,00
Máquina Galoneira	R\$1.000,00	7	R\$7.000,00
Máquinas Cortadeiras	R\$1.750,00	2	R\$3.500,00
Máquina de Acabamento	R\$1.140,00	3	R\$3.420,00
Mesa de Desenho	R\$2.000,00	1	R\$2.000,00
TOTAL			R\$24.770,00

Fonte: elaborado pelas autoras

TABELA x – Móveis e utensílios

Móvel / Utensílio	VALOR	QUANTIDADE	TOTAL
Mesas	R\$300,00	7	R\$2.100,00
Cadeiras	R\$50,00	22	R\$1.100,00
Armário	R\$1.200,00	1	R\$1.200,00
Gaveteiro para guardar dinheiro	R\$200,00	1	R\$200,00
Prateleira	R\$180,00	4	R\$720,00
Bancada	R\$500,00	1	R\$500,00
TOTAL			R\$5.620,00

8 ESTUDO DO FINANCIAMENTO

Abaixo serão demonstrados os estudos do financiamento, segundo Holanda (1977) o estudo do financiamento do projeto tem como princípio determinar a viabilidade e a otimização do esquema financeiro, levando em consideração as possibilidades de captação de poupanças e a escolha da combinação ótima de recursos que são necessários serem levantados.

A seguir, apresenta-se os quadros de fontes e usos de recursos:

TABELA 5 - Quadro de Fontes e Usos de Recursos

FONTES	R\$
a) EXTERNAS	-
I-EMPRÉSTIMO DE MÉDIO E LONGO PRAZOS	-
b) INTERNAS	18.246,80
II- RESERVAS	18.246,80
c) TOTAL DA FONTES	18.246,80
USOS	R\$
d) CAPITAL FIXO	
I-MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	24.770,00
II- MÓVEIS E UTENSÍLIOS	5.620,00
III- OUTROS GASTOS DE IMPLANTAÇÃO	4.190,88
e) CAPITAL DE GIRO	34.580,88

f) TOTAL DE USOS**52.827,68**

Fonte: elaborado pelas autoras

8.1 Análise da estrutura financeira

Investimento total corresponde à R\$ 52.827,68 considerando os investimentos fixos mais o capital de giro, o que representa o total das fontes do capital próprio.

9 ORÇAMENTO DE RECEITAS E CUSTOS

Tabela X: Projeção anual de vendas

Produtos	Previsão de Vendas	Previsão de Vendas	Previsão de Vendas
	Anual – 1º Ano (unidades)	Anual – 2º Ano (unidades)	Anual – 3º Ano (unidades)
Bodys	1920	2880	3840
Collans	480	720	960
Tops	1440	2160	2880
Croppedds	960	1440	1920
Shorts	1440	2160	2880
Saias	720	1080	1440
Encomendas	240	360	480

Fonte: elaborada pelas autoras

Projeção do orçamento de receitas e custos

ITENS / VALORES (\$)	1º Ano	2º Ano	3º Ano
1- RECEITAS TOTAIS	R\$ 331.944,00	R\$ 497.916,00	R\$ 663.888,00
a) Venda de Produtos	R\$ 331.944,00	R\$ 497.916,00	R\$ 663.888,00
2- CUSTOS TOTAIS	R\$ 256.364,00	R\$ 292.432,00	R\$ 328.520,00
a) Fixos	R\$ 175.808,00	R\$ 175.808,00	R\$ 175.808,00
Salários e Encargos sociais	R\$ 167.760,00	R\$ 167.760,00	R\$ 167.760,00
Pró-labore	R\$ 48.000,00	R\$ 48.000,00	R\$ 48.000,00
Aluguel	R\$ 5.000,00	R\$ 5.500,00	R\$ 6.000,00
Gastos de Manutenção	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
b) Variáveis	R\$ 80.556,00	R\$116.624,00	R\$ 152.712,00
Matérias primas	R\$ 70.056,00	R\$ 105.084,00	R\$ 140.112,00
Propaganda	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Energia elétrica	R\$ 7.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 9.000,00
Telefone e internet	R\$300,00	R\$ 340,00	R\$ 400,00

Outros custos	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
3- RESULTADOS TOTAIS	R\$ 75.580,00	R\$ 205.484,00	R\$ 335.368,00

Fonte: elaborado pelas autoras

11 ANALISE ECONOMICO-FINANCEIRA E CONCLUSÕES.

11.1 Investimento

Para realização do investimento só será utilizado capital próprio, o projeto se favorecerá das vantagens de baixo risco financeiro e baixo grau de endividamento. Como desvantagens não se terá a vantagem fiscal de redução do lucro tributável, e o controle da companhia será dividido entre 4 sócias.

Investimento

Fontes	R\$	Custo	Participação %
Recursos de Terceiros	R\$ 0,00	0% a.a.	0,00%
Recursos Próprios	R\$ 52.827,68	6,5% a.a.	100,00%

Fonte: elaborado pelas autoras

11.2 Taxa mínima de atratividade

Taxa Mínima de Atratividade: $0,0*(0,0)+1*(0,065) = 6,5\% \text{ a.a.}$

11.3 Fluxo de caixa projetado

Fluxo de Caixa Projetado

ITENS	ANOS		
	ANO 1	ANO 2	ANO 3
Investimento Inicial	R\$52.827,68	-	-
Receita Total	R\$ 331.944,00	R\$ 497.916,00	R\$663.888,00
(-) Custos Fixos	R\$ 175.808,00	R\$ 175.808,00	R\$ 175.808,00
(-) Custos Variáveis	R\$ 80.556,00	R\$116.624,00	R\$ 152.712,00
(=) LADIR	R\$75.580,00	R\$205.484,00	R\$335.368,00
(-) Depreciação	R\$5.470,20	R\$5.470,00	R\$5.470,00
(=) LAIR	R\$70.109,80	R\$200.014,00	R\$329.898,00
(-) Imposto de Renda (15%)	R\$10.516,47	R\$30.002,10	R\$49.484,70
(=) LULI	R\$59.593,33	R\$170.011,90	R\$280.413,30
(+) Depreciação	R\$5.470,20	R\$5.470,20	R\$5.470,20
Fluxo de Caixa do Projeto	R\$65.063,53	R\$175.482,10	R\$285.883,50

Fonte: elaborado pelas autoras

11.4 Payback

Através do payback é possível saber em quanto tempo o valor do investimento será recuperado ao empreendedor, ou seja, é definido como sendo o número de períodos necessários para recuperar o investimento inicial. Um projeto tem mais mérito, à medida que é mais curto o prazo do retorno do investimento. Cálculo do Payback:

$$pb = 3,61 \text{ meses}$$

Conforme apresentado acima, o investimento será recuperado já no primeiro ano.

11.5 Valor Presente Líquido –VPL

O Valor Presente Líquido reflete a riqueza em valores monetários do investimento, medida pela diferença entre o valor presente das entradas de caixa e o valor presente das saídas de caixa, a uma determinada taxa de desconto. O valor referente ao VPL é de R\$399.661,78.

O VPL é a medida de auto-financiamento de negócio. Quanto maior o valor, mais

significativo o aumento de riqueza. O VPL positivo representa que o retorno do projeto será maior que o investimento inicial.

VPL

Valor Presente Líquido (VPL)	R\$ 399.648,65
Taxa Selic (i)	6,5 %
Investimento	R\$52.827,68

Fonte: elaborado pelas autoras

11.6 Taxa Interna de Retorno – TIR

A TIR representa a rentabilidade do que foi investido na empresa, através de taxa de mercado pré-estabelecida, a Taxa SELIC. Um investimento é atraente quando a TIR é maior ou igual à taxa de juros vigente no mercado, para uma aplicação com o menor nível de risco. O projeto apresenta uma TIR de 179,00 %, muito maior que a taxa de atratividade mínima considerada.

Taxa Interna de Retorno	
Investimento	-R\$ 52.827,68
Ano 1	R\$ 61.092,52
Ano 2	R\$ 154.718,83
Ano 3	R\$ 236.678,11
Resultado	179,00 %

11.7 Lucratividade

A **lucratividade** representa o ganho obtido sobre as vendas realizadas, a lucratividade responde se o negócio está justificando ou não a operação, ou seja, se as vendas são suficientes para pagar os custos e despesas e ainda gerar lucro.

	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Lucratividade	19,6%	35,24%	43,06%

11.8 Rentabilidade

Já a rentabilidade, fornece a informação de qual é o retorno sobre o investimento que foi feito na empresa em longo prazo.

	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Rentabilidade	123,16%	332,17%	541,16%

12 CONCLUSÃO

Com o estudo de mercado, pode-se perceber que o projeto é viável, já que possui um público alvo sólido, e os concorrentes não são totalmente diretos, propiciando um mercado de ampla concorrência. A partir da análise econômico-financeira o empreendimento se revelou rentável, já que após o plano financeiro, pode-se determinar que o Paybacké de menos de 1 ano, e a Taxa Interna de Retorno (TIR) é de 179% ao ano. Sendo assim, o empreendimento Fit Dance pode ser realizado, já que possui todos os requisitos necessários para a aprovação.

13 CONTRIBUIÇÃO DO PROJETO PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

A presença da empresa Fit Dance no mercado pode se dar através do crescimento das escolas de dança e academias, o que dessa forma alavanca o mercado desse setor de roupas de dança no geral.

A expansão do negócio poderia contribuir para **geração de empregos na região** através da produção de roupas e comercialização, visto que quanto maior o desenvolvimento do negócio, maior é a necessidade de colaboradores para que o mesmo possa continuar evoluindo.

A abertura do negócio fortalece o **papel do empreendedorismo**. Em um momento que o país apresenta baixo crescimento econômico e aumento no desemprego um dos caminhos para se alterar a realidade pode estar na iniciativa dos empreendedores. Os jovens, como os integrantes desse projeto, têm papel importante para o empreendedorismo no Brasil. Segundo a Vieira (2016), um levantamento feito pela Ernst & Young com empreendedores de todos os países do G20, o empreendedorismo está em alta entre os mais novos. Do total de jovens entrevistados, 65% desejam se tornar donos de seus próprios negócios. No Brasil, esse percentual é ainda maior: 81% dos jovens ouvidos afirmaram que pretendem empreender em algum momento da vida. Segundo eles, a principal barreira que pode impedi-los de realizar essas aspirações profissionais são os fatores econômicos enfrentados pelo país.