



**UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA – UNISUL
CAMPUS VIRTUAL**

DIEGO RIBEIRO GOULART

PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA ARTE FINAL SERIGRAFIA E BORDADO

PELOTAS

2021

DIEGO RIBEIRO GOULART

PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA ARTE FINAL SERIGRAFIA E BORDADO

Trabalho de Conclusão de Curso em Administração apresentado ao Curso de Administração, da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial à aprovação nas disciplinas de TCC I e TCC II.

Orientador: Profa. Fabiana Witt

PELOTAS

2021

DIEGO RIBEIRO GOULART

PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA ARTE FINAL SERIGRAFIA E BORDADO

Este trabalho de pesquisa na modalidade de Plano de Negócio foi julgado adequado à obtenção do grau de Bacharel em Administração e aprovada em sua forma final pelo Curso Superior de Administração da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Pelotas, 08 de junho de 2021.

Professora e orientadora Fabiana Witt
Universidade do Sul de Santa Catarina

AGRADECIMENTO

Agradeço a Deus por me abençoar e proteger nas batalhas do dia a dia e pelas pessoas que colocou no meu caminho. Pessoas que não me deixaram desistir perante as dificuldades que foram muitas.

Agradecer aos professores e tutores de cada disciplina, equipe do suporte, logística, funcionários de cada polo onde realizei minhas avaliações.

Agradecer ao pessoal da empresa Arte Final Serigrafia e Bordado de Pelotas-RS, por permitir a realização deste plano de negócio em suas dependências.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
1.1 TEMA E PROBLEMA.....	7
1.2 OBJETIVO	7
1.2.1 Objetivo geral	7
1.2.2 Objetivos específicos.....	7
1.3 JUSTIFICATIVA	8
2. REVISÃO DA LITERATURA	9
3. PROJETO DE PESQUISA.....	10
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	10
3.1.1 Quanto à aplicabilidade da pesquisa.....	10
3.1.2 Forma de abordar o problema de pesquisa:	10
3.1.3 Instrumentos de coleta de dados:.....	10
4. DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO	11
4.1 NOME DA EMPRESA:	11
4.2 RAMO DE ATIVIDADE:.....	11
4.3 CONSTITUIÇÃO LEGAL:	11
4.4 PROPRIETÁRIOS DA EMPRESA	11
4.5 PRODUTOS E SERVIÇOS	11
5. PLANO ESTRATÉGICO.....	12
5.1 ANÁLISE DO MACROAMBIENTE.....	12
5.2 ANÁLISE O SETOR	13
5.2.1 Força 1 – Possibilidade de entrada de novos concorrentes:	13
5.2.2 Força 2 – Rivalidade entre as empresas existentes no setor:.....	14
5.2.3 Força 3 – Ameaça de produtos substitutos:	14
5.2.4 Força 4 – Poder de negociação dos compradores:.....	14
5.2.5 Força 5 – Poder de negociação dos fornecedores:.....	15
5.3 ANÁLISE INTERNAMENTE O FUTURO EMPREENDIMENTO.....	15
5.4 A MATRIZ SWOT DO FUTURO EMPREENDIMENTO.....	17
5.5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PARA O FUTURO EMPREENDIMENTO.....	17
5.5.1 Objetivo Estratégico 1:.....	17
5.5.2 Objetivo Estratégico 2:.....	17
5.6 POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO PARA O FUTURO EMPREENDIMENTO.....	17

6. O PLANO DE OPERAÇÕES.....	18
6.1 TAMANHO (CAPACIDADE INSTALADA)	18
6.2 TECNOLOGIA E OPERAÇÃO	18
6.2.1 Equipamentos e tecnologias necessárias.	18
6.2.2 Processo de produção: Fluxograma e Layout.....	19
6.2.3 Projeto de construção civil / arquitetônico	19
6.2.4 Projeção da necessidade de mão-de-obra: equipe gerencial e operacional	20
6.2 LOCALIZAÇÃO.....	20
7. PLANO FINANCEIRO	21
7.1 INVESTIMENTO INICIAL	21
7.2 FORMAS DE FINANCIAMENTO	21
7.2.1 Linhas de crédito para financiar o investimento.....	21
7.3 RECEITAS	22
7.3.1 Quanto à empresa pretende vender mensalmente/anualmente	22
7.3.2 Preço estimado para cada produto/hora trabalhada	22
7.3.3 Receita mensal/anual prevista	22
7.4 CUSTOS.....	22
7.4.1 Custos operacionais mensais/anuais do futuro empreendimento	22
7.4.2 Classificação dos custos operacionais mensais/anuais em fixos e variáveis.....	23
7.5 PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA.....	23
7.5.1 Projeção do fluxo de caixa mensal/anual do futuro empreendimento.....	23
7.6 PROJEÇÃO DO DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS (DRE).....	24
7.6.1 Demonstrativo do Resultado do Exercício mensal/anual	24
8. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS	25
8.1 AVALIAÇÃO ECONÔMICA	25
8.2 PONTO DE EQUILÍBRIO.....	25
8.3 TAXA DE LUCRATIVIDADE	25
8.4 TAXA DO RETORNO DO INVESTIMENTO.....	25
8.5 PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO (PAYBACK)	26
8.6 TAXA INTERNA DE RETORNO	26
8.7 VALOR PRESENTE LÍQUIDO	26
8.8 ANÁLISE DE SENSIBILIDADE.....	26
8.8.1 Análise otimista:	26
8.8.2 Análise provável:	27

8.8.3 Análise negativa:	27
8.9 AVALIAÇÃO SOCIAL	28
8.9.1 custos e benefícios sociais (número de empregos gerados, impactos ambientais, etc.) do futuro empreendimento.....	28
9. CONCLUSÃO.....	29
10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	30

1. INTRODUÇÃO

Este plano de negócio detalha o desenvolvimento da confecção de roupas da empresa Arte Final Serigrafia e Bordado. A área de atuação da empresa é a produção e a confecção de serigrafia e bordado industrial computadorizado em tecido têxtil para roupas. O processo de fabricação desenvolvido irá promover a entrada da empresa no mercado de confecção de roupas, além de manter o setor de personalização de uniformes. Com a análise do ambiente externo e a capacidade da empresa para expansão, foi possível identificar esta oportunidade de ampliação comercial através das mudanças no processamento de fabricação.

1.1 TEMA E PROBLEMA

Para realizar o processo de serigrafia e bordado, a empresa terceiriza a confecção de roupas, algo que gera custos e limitações à produção, com baixa lucratividade devido a não administrar todo o processo de confecção. A terceirizada que realiza a confecção das roupas aceita pedidos com no mínimo uma dezena do mesmo material. Algo que impossibilita a empresa de atender qualquer cliente que solicite uma quantia menor.

O objetivo deste plano de negócio é ampliar os negócios da empresa através desta modificação na sua estrutura de confecção, centralizando todos os processos de fabricação no mesmo local.

Com a confecção de roupas próprias, a empresa passa a ter a sua marca de roupas lisas e personalizadas através da customização. Algo que permite atender a diferentes públicos seja ele pessoas atrás de uma roupa confortável ou empresas, escolas, colégios e universidades. Com o material que sobra dos tecidos, a empresa aproveita para criar novos produtos, como máscaras e sacolas automotivas.

1.2 OBJETIVO

1.2.1 Objetivo geral

Planejar os processos da confecção de roupas com a marca da empresa.

1.2.2 Objetivos específicos

- Controlar todos os processos de fabricação;
- Otimizar os recursos no processo de fabricação;
- Alcançar um número maior de clientes do setor de confecção de roupas;
- Identificar as condições necessárias para o sucesso do projeto;

- Gerar empregos, colaborando com a sociedade através de oportunidades de trabalho.

1.3 JUSTIFICATIVA

Desenvolver tudo que foi adquirido teoricamente com a graduação em Administração através da aplicação prática. Ter a oportunidade de acompanhar o desenvolvimento deste projeto que visa o crescimento desta empresa com todo o amparo teórico de gestão de risco, financeiro, estratégico, organizacional, através de um plano totalmente compatível com a realidade da empresa. A definição do tema ocorreu após conhecer a empresa Arte Final, saber as necessidades do mercado ao qual estão inseridos e ter o entendimento de crescimento do ramo. O que seria preciso para colocar a empresa em total controle de sua produção, atendendo a todo o tipo de cliente que procura o setor de vestuário, seja ele esportivo, casual ou profissional.

2. REVISÃO DA LITERATURA

A confecção de roupas exige um conhecimento sobre criação, o que leva a gerar uma tendência, que formará uma coleção. Variações climáticas regionais, estilos de vida, adaptação a certos tecidos, valores sociais, todos esses conhecimentos são necessários para se ter uma confecção de roupas própria.

Uma coleção tem início seis meses antes da próxima estação. Contudo, hoje em dia pode ser iniciado um ano antes. Os estilistas, após a pesquisa, buscam novos fornecedores para produzirem tecidos, desenvolvimento de cartelas de cores, para o protótipo da roupa em um tecido mais simples, como musselina ou algodão cru. Quando a coleção está definida e a modelagem pronta, tipicamente são cinquenta modelos de roupas diferentes. Dentro desse processo, as fichas técnicas são de suma importância, pois elas reúnem as informações pertinentes para a produção dessas peças na confecção ou fábrica (SILVA, 2014).

O uniforme é um conjunto de roupas que caracteriza a imagem de uma empresa, os valores de marca, compondo sua identidade da marca com a logo e as cores (SILVA, 2014, p.37). Atualmente muitas empresas buscam maneiras criativas de produzir seus uniformes ou coleções de moda corporativa com estilistas famosos. São roupas que necessitam de estudos e pesquisas dentro das tendências de moda. A confecção dessas roupas exige muita criatividade e conhecimento na moda, visto que necessitam de mobilidade para desenvolver as tarefas conforme a função e o cargo; além disso, necessitam passar a ideia de sobriedade e profissionalismo.

Para que uma empresa permaneça em constante desenvolvimento, é preciso olhar as necessidades do mercado atual, pensando no futuro. Para obter crescimento é preciso visar à lucratividade de uma forma assertiva, com convicção que o pessimismo dos resultados ainda é lucrativo.

COSTA (2007) explica a atitude estratégica como sendo a ação de olhar o presente a partir do futuro. Considerando que as atitudes anteriormente descritas não contribuem em relação ao futuro, seria pertinente o desenvolvimento de uma mentalidade mais imaginativa e criativa.

Esse processo consiste, exatamente, em um exercício de se transportar mentalmente para um futuro desejável, considerado possível, e a partir de lá olhar para trás, para o hoje, e perguntar o que deve ser feito no presente para que o idealizado no futuro se concretize.

3. PROJETO DE PESQUISA

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

3.1.1 Quanto à aplicabilidade da pesquisa

Foi abordada a Pesquisa Aplicada, pela resolução de problemas práticos.

3.1.2 Forma de abordar o problema de pesquisa:

Qualitativa, por ser dinâmica.

3.1.3 Instrumentos de coleta de dados:

Entrevista. Entrevistas realizadas diretamente na empresa com o administrador da empresa.

4. DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

Este projeto propõe um novo negócio para a empresa, a confecção de roupas Arte Final. Com aquisição de máquinas industriais para costura de tecidos, a empresa fabricará a sua linha própria de roupas para customização e desenvolvimento de uma coleção.

4.1 NOME DA EMPRESA:

Arte Final Serigrafia e Bordado

4.2 RAMO DE ATIVIDADE:

Comercial

4.3 CONSTITUIÇÃO LEGAL:

Sociedade Empresarial Limitada

4.4 PROPRIETÁRIOS DA EMPRESA

Antônio Carlos Madruga Bandeira – Sócio

Lizandro Barbosa Ribeiro – Sócio-administrador

Maiara Bandeira – Sócia

4.5 PRODUTOS E SERVIÇOS

A Arte Final é uma empresa legalmente constituída no ramo de confecção, serigrafia e bordado industrial computadorizada fundada no ano de 2009. A partir de janeiro de 2017 uma nova diretoria assumiu a gestão.

Personalizamos e confeccionamos diversos materiais para empresas, estudantes, academias, clubes, torcidas, projetos e grupos em geral, ou seja, para todos aqueles que têm interesse em tirar a sua ideia do papel e produzir produtos diferenciados.

Com o novo negócio, a empresa passa a fabricar suas próprias peças de roupas, o que lhe permite confeccionar apenas uma peça ou um número menor do que era estabelecido nas negociações com as terceirizadas. A empresa terá com a fabricação, sua coleção de roupas. A empresa esta localizada na rua Dom Pedro II, 860 – loja 2. Bairro Centro, Pelotas – RS.

5. PLANO ESTRATÉGICO

5.1 ANÁLISE DO MACROAMBIENTE

FATORES	ASPECTOS ANALISADOS E TENDÊNCIAS
Econômicos	<ul style="list-style-type: none"> • Brasil passa por uma crise econômica, em virtude da pandemia de Covid-19. O momento não está favorável para expansão de certos setores comerciais. • Surgem novas linhas de crédito por meio do BNDES para auxílio para os empreendedores. Exemplo do (PEAC) Plano Emergencial de Acesso ao Crédito (BNDES 2020). • A taxa Selic definida pelo Copom no mês de agosto de 2020 encontrasse em 2% (Nubank 2020). Porcentagem benéfica para empréstimos no período. • IBC-BR sobe 4,89 em relação a junho do mesmo ano (Investimento e Notícia 2020).
Político-legais	<p>A Arte Final Bordados e Serigrafia é uma empresa de pequeno porte. Está caracterizada como Sociedade Simples. A constituição de uma Sociedade Simples está prevista no art. 997, Código Civil.</p>
Socioculturais	<p>A empresa desde que passou para o novo endereço e sobre nova administração foi favorecida pela localização, na região central de Pelotas. Com isso, houve o aumento do número de empresas à procura dos serviços da organização. O número de clientes circulando passou a ser frequente pela ótima localização, sendo pessoas de perfil estudantil e empresarial.</p>
Tecnológicos	<p>A empresa trabalha exclusivamente com uma máquina bordados e outra para serigrafia. Para a confecção de roupas serão adquiridas uma mesa de corte, tesoura elétrica, máquina de costura Overlock, máquina de costura reta e uma máquina de costura Galoneira, profissionais. Existem outras tecnologias que poderão ser</p>

	empregadas na empresa futuramente em caso de expansão, além do projetado neste plano de negócio, como a estamperia digital. A Estamperia é o que tem de mais moderno no mercado, sendo de alto custo e de crescimento em longo prazo para retorno dos investimentos. Alguns modelos pesquisados foram da linha Epson, como: Robustelli Monna Lisa Evo Tre e Epson SureColor F2100 com valor próximo dos R\$50.000,00.
--	---

5.2 ANALISE O SETOR

Modelo das forças competitivas de Porter. Identificando a intensidade de cada uma das forças e o grau de atratividade do setor.

5.2.1 Força 1 – Possibilidade de entrada de novos concorrentes:

FATORES		NOTA
A.	É possível ser pequeno para entrar no negócio.	1
B.	Empresas concorrentes têm marcas desconhecidas, ou os clientes não são fiéis.	3
C.	É necessário baixo investimento em infraestrutura, bens de capital e outras despesas para implantar o negócio.	1
D.	Os clientes terão baixos custos para trocarem seus atuais fornecedores.	4
E.	Tecnologia dos concorrentes não é patenteada. Não é necessário investimento em pesquisa.	3
F.	O local, compatível com a concorrência, exigirá baixo investimento.	3
G.	Não há exigências do governo que beneficiam empresas existentes ou limitam a entrada de novas empresas.	3
H.	Empresas estabelecidas têm pouca experiência no negócio ou custos altos.	3
I.	É improvável uma guerra com os novos concorrentes.	3
J.	O mercado não está saturado.	5
TOTAL		29

Intensidade da Força 1 = $((29 - 10) / 40) \times 100 = 47,5$

() baixa (X) média () alta

5.2.2 Força 2 – Rivalidade entre as empresas existentes no setor:

FATORES		NOTA
A.	Existe grande número de concorrentes, com relativo equilíbrio em termos de tamanho e recursos.	4
B.	O setor em que se situa o negócio mostra um lento crescimento. Uns prosperam em detrimento de outros.	3
C.	Custos fixos altos e pressão no sentido do vender o máximo para cobrir estes custos.	3
D.	Acirrada disputa de preços entre os concorrentes.	4
E.	Não há diferenciação entre os produtos comercializados pelos concorrentes.	3
F.	É muito dispendioso para as empresas já estabelecidas saírem do negócio.	5
TOTAL		22

Intensidade da Força 2 = $((22 - 6) / 24) \times 100 = 66,6$

() baixa (X) média () alta

5.2.3 Força 3 – Ameaça de produtos substitutos:

FATORES		NOTA
A.	Verifica-se uma enorme quantidade de produtos substitutos.	3
B.	Produtos substitutos têm custos mais baixos que os das empresas existentes no negócio.	1
C.	Empresas existentes não costumam utilizar publicidade para promover sua imagem e dos produtos.	2
D.	Setores de atuação dos produtos substitutos estão em expansão, aumentando a concorrência.	3
TOTAL		9

Intensidade da Força 3 = $((9 - 4) / 16) \times 100 = 31,25$

(X) baixa () média () alta

5.2.4 Força 4 – Poder de negociação dos compradores:

FATORES		NOTA
A.	Clientes compram em grandes quantidades e sempre fazem forte pressão por preços menores.	4
B.	Produto vendido pelas empresas do setor representa muito nos custos do comprador.	3
C.	Produtos que os clientes compram das empresas do setor são padronizados.	4
D.	Clientes não têm custos adicionais significativos, se mudarem de fornecedores.	3
E.	Há sempre uma ameaça dos clientes virem a produzir os produtos adquiridos no setor.	2
F.	Produto vendido pelas empresas do setor não é essencial para melhorar os	3

	produtos do comprador.	
G.	Clientes são muito bem informados sobre preços, e custos do setor.	3
H.	Clientes trabalham com margens de lucro achatadas.	3
TOTAL		25

Intensidade da Força 4 = $((25 - 8) / 32) \times 100 = 53,1$
 baixa média alta

5.2.5 Força 5 – Poder de negociação dos fornecedores:

FATORES		NOTA
A.	O fornecimento de produtos, insumos e serviços necessários é concentrado em poucas empresas fornecedoras.	3
B.	Produtos adquiridos pelas empresas do setor não são facilmente substituídos por outros.	4
C.	Empresas existentes no setor não são clientes importantes para os fornecedores.	2
D.	Materiais / serviços adquiridos dos fornecedores são importantes para o sucesso dos negócios no setor.	5
E.	Os produtos comprados dos fornecedores são diferenciados.	3
F.	Existem custos significativos para se mudar de fornecedor.	4
G.	Ameaça permanente dos fornecedores entrarem no negócio do setor.	3
TOTAL		24

Intensidade da Força 5 = $((24 - 7) / 28) \times 100 = 60,7$
 baixa média alta

Com base na intensidade das 5 Forças Competitivas, conclui-se que o setor possui Grau de Atratividade:

baixo médio-baixo médio médio-alto alto

5.3 ANÁLISE INTERNAMENTE O FUTURO EMPREENDIMENTO

ÁREAS	DESCRIÇÃO E ANÁLISE
Produção/Comercialização/Prestação de Serviços	Personalizamos e confeccionamos diversos materiais para empresas, estudantes, academias, clubes, torcidas, projetos e grupos em geral, transformando ideias descritas em papel em produtos diferenciados.
Pessoas	Pessoas por setor: 1 Responsável Serigrafia;

	<p>1 Responsável Bordado; 3 Responsáveis Corte e costura; 1 Responsável Arte finalista; 1 Responsável Atendimento; 1 Gestor.</p>
Finanças	<p>Até o momento a empresa compra camisetas de uma fabricante, casacos, calças e Bermudas em outro.</p> <p>Hoje a empresa paga por peça de camiseta R\$15,00. A empresa que a fabricou gastou R\$7,00. O produto customizado por nós é vendido por R\$22,00.</p> <p>Fabricando suas próprias camisetas terá um lucro até o processo final de 214%.</p> <p>Casacos são comprados ao preço de R\$60,00. Quem fabrica gasta R\$40,00 para produzir. O produto customizado tem o preço final em R\$70,00. A lucratividade com a confecção poderá ser de 75%. Margem de lucro estimada é 50% maior que a atual com a expansão proposta.</p> <p>A empresa tem um faturamento mensal em torno de uns 30 mil reais mensais. Valor estimado do novo projeto gira em torno dos 21 mil reais inicialmente, divididos entre aquisição de máquinas, tecidos, funcionário e treinamento. O projeto será realizado com recursos próprios ou financiamento.</p>
Marketing	<p>A empresa trabalha através dos seus canais digitais de <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>. Através de publicidades semanais.</p> <p>Terá a divulgação da possibilidade de confeccionar apenas um produto ou um número menor de produtos.</p>

5.4 A MATRIZ SWOT DO FUTURO EMPREENDIMENTO

Ambiente interno	
Pontos fortes	Pontos fracos
Fabricação de camisetas e casacos concentrados em um único local. Centralização da mão de obra. Maior controle de produção e acabamento.	Falta de experiência na fabricação de calças, casacos, bermudas e camisetas.
Ambiente externo	
Oportunidades	Ameaças
Com a centralização do serviço, redução dos custos de deslocamento entre as empresas de confecção de roupas e a empresa. Gastos como transporte.	As empresas concorrentes realizarem o mesmo processo de fabricação.

5.5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PARA O FUTURO EMPREENDIMENTO

5.5.1 Objetivo Estratégico 1:

Aumentar o faturamento anual em 25% e 35% no primeiro e segundo ano de funcionamento do novo setor, respectivamente.

5.5.2 Objetivo Estratégico 2:

Expandir a empresa com uma máquina moderna dentro do mercado de customização e estamperia, num período entre 3 e 5 anos.

5.6 POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO PARA O FUTURO EMPREENDIMENTO

Liderança em custo. Focar na fidelização do cliente através de preços e promoções mais atrativas sem perder a lucratividade.

6. O PLANO DE OPERAÇÕES

6.1 TAMANHO (CAPACIDADE INSTALADA)

O projeto da empresa Arte Final Serigrafia e Bordado permite definir sua própria capacidade de produção. A empresa poderá investir em uma linha própria de roupas, como também a linha de produção por lote de uniformes.

Produção diária por modelo de peça:

Camisetas	50
Agasalhos	30
Calças	35
Bermudas	40

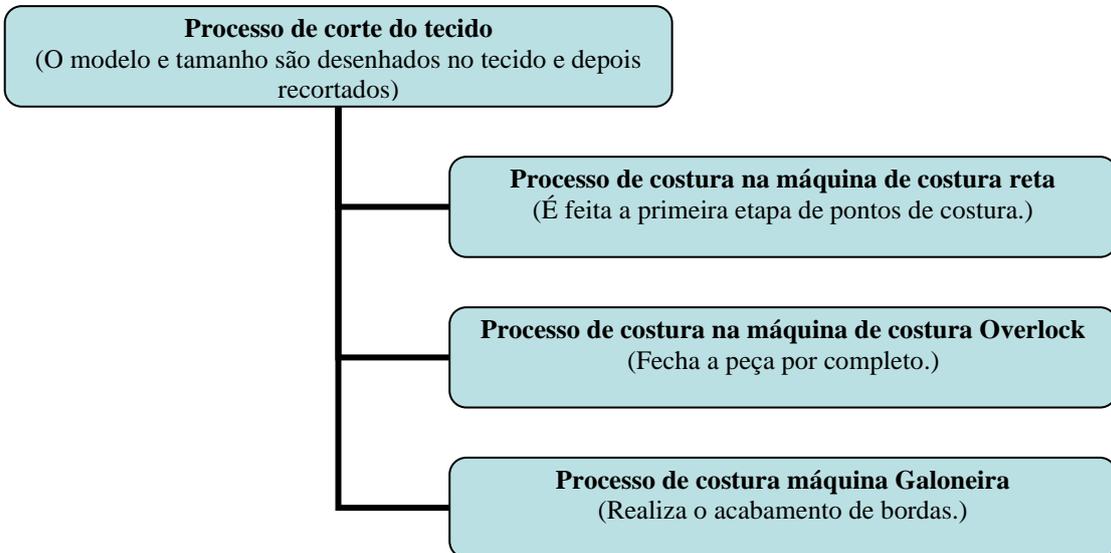
6.2 TECNOLOGIA E OPERAÇÃO

6.2.1 Equipamentos e tecnologias necessárias.

Tesoura elétrica de corte
Mesa de corte
Máquina de costura reta
Máquina de costura Overlock
Máquina de costura Galoneira
Tecido

6.2.2 Processo de produção: Fluxograma e Layout

Início ●



Fim ●



6.2.3 Projeto de construção civil / arquitetônico

Não foi necessário realizar um projeto de construção civil / arquitetônico.

6.2.4 Projeção da necessidade de mão de obra: equipe gerencial e operacional

Tipo de Trabalho	Número de Pessoas	Qualificações Desejadas	Quem?
Corte e costura	1	Com experiência	Costureira
Costura	1	Com experiência	Costureira
Costura	1	Com experiência	Costureira

Funcionário/Cargo	Número de Pessoas	Salário
Costureira	1	R\$1.600,00
Costureira	1	R\$1.600,00
Costureira	1	R\$1.600,00

6.2 LOCALIZAÇÃO

A empresa está localizada na região central de Pelotas, próximo a empresas, a escolas de ensino técnico, médio e a universidades de ensino superior. Próximo a pontos de ônibus e estacionamento público na mesma via.

A localização do projeto desenvolvido fica na própria empresa. Desta forma não há gastos com aluguel e transporte do produto a ser comercializado. Mantendo a proximidade entre produção e venda. Desta forma todos os setores da empresa estarão centralizados no mesmo prédio. Havia uma sala com espaço ocioso, que se tornou útil para esta ampliação da empresa.

7. PLANO FINANCEIRO

7.1 INVESTIMENTO INICIAL

Item de investimento	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Tesoura de corte de tecidos elétrica	1	R\$240,00	R\$240,00
Tesoura de corte de tecido	3	R\$150,00	R\$450,00
Mesa de corte de tecido	1	R\$900,00	R\$900,00
Jogo de agulha	1	R\$50,00	R\$50,00
Máquina de costura industrial reta eletrônica	1	R\$4.000,00	R\$4.000,00
Máquina de costura Overlock semi industrial	1	R\$3.500,00	R\$3.500,00
Máquina de costura Galoneira	1	R\$2.800,00	R\$2.800,00
Capital de Giro	-	-	R\$10.000,00
TOTAL	-	-	R\$21.700,00

7.2 FORMAS DE FINANCIAMENTO

A empresa possui recursos próprios para a ampliação do negócio.

41,8% Capital Próprio – Valor de R\$9.000,00

58,2% Capital Rotativo – Valor de R\$12.700,00

Tipo de capital	Valor	%
Capital próprio	R\$9.000,00	41,8%
Capital Rotativo	R\$12.700,00	58,2%
Capital total	R\$21.700,00	100%

7.2.1 Linhas de crédito para financiar o investimento

Os 58,2% da linha de crédito investido serão disponibilizados através do cartão de crédito Mastercard que empresa possui com a sua conta no Banco do Estado do Rio Grande do Sul.

7.3 RECEITAS

7.3.1 Quanto a empresa pretende vender mensalmente/anualmente

Produto	Mensal	Anual
Camisetas	1000	12000
Agasalhos	400	4800
Calças	100	1200
Bermudas	100	1200

7.3.2 Preço estimado para cada produto/hora trabalhada

Produto	Preço
Camisetas	R\$19
Agasalhos	R\$60
Calças	R\$48
Bermudas	R\$40

7.3.3 Receita mensal/anual prevista

Item (produto e/ou serviço)	Quantidade de venda por mês	Preço de venda	Faturamento Mensal	Faturamento Anual
Camiseta	1000	R\$19	R\$19.000,00	R\$228.000,00
Agasalho	400	R\$60	R\$24.000,00	R\$288.000,00
Calça	100	R\$48	R\$4.800,00	R\$57.600,00
Bermudas	100	R\$40	R\$4.000,00	R\$48.000,00
TOTAL	-	-	R\$51.800,00	R\$621.600,00

7.4 CUSTOS

7.4.1 Custos operacionais mensais/anuais do futuro empreendimento

Item de custo operacional	Tipo de custo (fabricação, administração, vendas ou financeiros?)	Valor	Anual
Matéria prima	Fabricação	R\$4.500,00	R\$54.000,00
Depreciação dos equipamentos	Fabricação	R\$400,00	R\$4.800,00

Energia elétrica	Fabricação	R\$100,00	R\$1.200,00
Salários	Fabricação	R\$4.800,00	R\$57.600,00
Adicional férias e 13º	Fabricação	R\$533,25	R\$6.399,00
Tributos (FGTS, INSS)	Fabricação	R\$816,00	R\$9.792,00
Total		R\$11.149,25	R\$133.791,00

7.4.2 Classificação dos custos operacionais mensais/anuais em fixos e variáveis.

Item de custo	Custo fixo (\$) *	Custo variável (\$) *
Matéria-prima		4.500,00
Manutenção preventiva		R\$400,00
Energia elétrica	R\$100,00	
Salários	R\$4.800,00	
Adicional férias e 13º	R\$533,25	
Tributos (FGTS, INSS)	R\$816,00	
Total	R\$6.249,25	R\$4.900,00

7.5 PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA

7.5.1 Projeção do fluxo de caixa mensal/anual do futuro empreendimento

Ano	0	1	2	Total
(a) Receita total (vendas)		R\$621.600,00	R\$683.760	R\$1.305.360,00
Pagamentos				
Custos operacionais Variáveis		R\$58.800,00	R\$64.680,00	R\$123.480,00
Custos operacionais Fixos		R\$74.991,00	R\$82.490,10	R\$157.481,10

(b) Custo Total (CF + CV)		R\$133.791,00	R\$147.170,10	R\$280.961,10
(c) Investimentos	R\$21.700,00			
Saldo de caixa (a-b-c)		R\$487.809,00	R\$536.589,90	R\$1.024.398,90

7.6 PROJEÇÃO DO DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS (DRE)

7.6.1 Demonstrativo do Resultado do Exercício mensal/anual

Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE) – em Reais		
Receita Total (RT)	R\$51.800,00	R\$621.600,00
(-) Custo Variável (CV)	R\$4.900,00	R\$58.800,00
(=) Lucro Bruto (LB)	R\$46.900,00	R\$562.800,00
(-) Custo Fixo (CF)	R\$6.249,25	R\$74.991,00
(=) Lucro Operacional (LO)	R\$40.650,75	R\$487.809,00
(-) Imposto de Renda (IR)	Não declarado	
(-) Contribuição Social (CS)	Não contribui	
(=) Lucro Líquido	R\$40.650,75	R\$487.809,00

8. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS

8.1 AVALIAÇÃO ECONÔMICA

	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Investimento	R\$ 21.700,00					
Fluxo de Caixa	-	R\$ 487.809,00	R\$ 536.589,90	R\$ 590.248,89	R\$ 649.273,77	R\$ 714.201,15

Mantem-se uma taxa de crescimento estipulada no TCC1. Primeiro 25%, segundo ano 35%, mantendo um crescimento de 10% a cada ano.

8.2 PONTO DE EQUILÍBRIO

Calcule o ponto de equilíbrio econômico do futuro empreendimento.

$$PE = [CF : (RT - CV)] \times 100$$

$$PE = [74.991 : (621.600 - 58.800)] \times 100$$

$$PE = [74.991 : 562.800] \times 100$$

$$PE = 0,1332 \times 100$$

$$PE = 13,32\%$$

8.3 TAXA DE LUCRATIVIDADE

Calcule a taxa de lucratividade do futuro empreendimento.

$$TL = (LL : RT) \times 100$$

$$TL = (487.809 : 621.600) \times 100$$

$$TL = 0,7847 \times 100$$

$$TL = 78,47\%$$

8.4 TAXA DO RETORNO DO INVESTIMENTO

Calcule a taxa de retorno do futuro empreendimento.

$$TRI = (LL : II) \times 100$$

$$TRI = (487.809 : 21.700) \times 100$$

$$TRI = 22.480 \times 100$$

$$TRI = 2.247 \%$$

8.5 PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO (PAYBACK)

Calcule o *payback* do futuro empreendimento.

$$\text{Payback} = \text{II} : \text{LL}$$

$$\text{Payback} = 21.700 : 487.809$$

Payback = 0,04 No primeiro mês o investido terá seu retorno.

8.6 TAXA INTERNA DE RETORNO

Calcule TIR do futuro empreendimento.

$$\text{TIR} = 2.257,97\%$$

8.7 VALOR PRESENTE LÍQUIDO

Calcule o VPL do futuro empreendimento.

$$\text{VPL} = 2.195.613,63$$

TMA 10% a.a

8.8 ANÁLISE DE SENSIBILIDADE

Projeção de diferentes cenários para a atuação do futuro empreendimento no mercado

8.8.1 Análise otimista:

Ano	0	1	2	3	4	5
(a) Receita total (vendas)		R\$683.760,00	R\$752.136,00	R\$827.349,60	R\$910.084,56	R\$1.001.093,01
Custos operacionais Variáveis		R\$64.680,00	R\$71.148,00	R\$78.262,80	R\$86.089,08	R\$94.697,99
Custos operacionais Fixos		R\$82.490,10	R\$90.739,11	R\$99.813,02	R\$109.794,32	R\$120.773,75
(b) Custo Total (CF + CV)		R\$147.170,10	R\$161.887,11	R\$178.075,82	R\$195.883,40	R\$215.471,74
(c) Investimentos	R\$21.700,00					
Saldo de caixa (a-b-c)		R\$536.589,90	R\$590.248,89	R\$649.273,78	R\$714.201,16	R\$785.621,27

8.8.2 Análise provável:

Ano	0	1	2	3	4	5
(a) Receita total (vendas)		R\$621.600,00	R\$683.760,00	R\$752.136,00	R\$827.349,60	R\$910.084,56
Custos operacionais Variáveis		R\$58.800,00	R\$64.680,00	R\$71.148,00	R\$78.262,80	R\$86.089,08
Custos operacionais Fixos		R\$74.991,00	R\$82.490,10	R\$90.739,11	R\$99.813,02	R\$109.794,32
(b) Custo Total (CF + CV)		R\$133.791,00	R\$147.170,10	R\$161.887,11	R\$178.075,82	R\$195.883,40
(c) Investimentos	R\$21.700,00					
Saldo de caixa (a-b-c)		R\$487.809,00	R\$536.589,90	R\$590.248,89	R\$649.273,78	R\$714.201,15

8.8.3 Análise negativa:

Ano	0	1	2	3	4	5
(a) Receita total (vendas)		R\$559.440,00	R\$615.384,00	R\$676.922,40	R\$744.614,64	R\$819.076,10
Custos operacionais Variáveis		R\$52.920,00	R\$58.212,00	R\$64.033,20	R\$70.436,52	R\$77.480,17
Custos operacionais Fixos		R\$67.491,90	R\$74.241,09	R\$81.665,19	R\$89.831,71	R\$98.814,86
(b) Custo Total (CF + CV)		R\$120.411,90	R\$132.453,09	R\$145.698,39	R\$160.268,23	R\$176.295,06
(c) Investimentos	R\$21.700,00					
Saldo de caixa (a-b-c)		R\$439.028,10	R\$482.930,91	R\$531.224,01	R\$584.346,41	R\$642.781,04

Projeção	Volume de vendas	Perspectiva de crescimento				
		Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Otimista	10% maior	R\$683.76 0,00	R\$752.13 6,00	R\$827.34 9,60	R\$910.08 4,56	R\$1.001.0 93,01
Mais provável		R\$621.60 0,00	R\$683.76 0,00	R\$752.13 6,00	R\$827.34 9,60	R\$910.084 ,56
Pessimista	10% menor	R\$559.44 0,00	R\$615.38 4,00	R\$676.92 2,40	R\$744.61 4,64	R\$819.076 ,10

Análise em diferentes cenários			
Indicador	Cenários		
	Pessimista	Mais provável	Otimista
TIR (%)	2.033,17	2.257,97	2.482,76
VPL (R\$)	1.973.882,28	2.195.613,63	2.417.345,00
<i>Payback</i>	0,05	0,04	0,04
PE (%)	13,32	13,32	13,32

8.9 AVALIAÇÃO SOCIAL

8.9.1 Custos e benefícios sociais (número de empregos gerados, impactos ambientais, etc.) do futuro empreendimento

A contribuição deste projeto está relacionada à geração de empregos. A empresa gerará três vagas de emprego direto, todos os trabalhadores de carteira assinada.

Contribuirá com o desenvolvimento do município, buscando ser uma referência estadual e regional, pela capacidade de produção.

9. CONCLUSÃO

Este projeto possui uma base de observação através de dados coletados com a empresa, desde a fabricação até chegarmos à venda do produto. Com esses dados apurados, foi possível encontrar pontos de crescimento e administração completa do processamento do produto. A empresa possuía limitações para comercializar seus produtos por dependência dos processos de confecção de malhas realizados por terceirizadas que não trabalham com o fornecimento apenas para uma empresa. A margem de lucro gerada por quem confecciona malhas tem uma lucratividade bem maior do que a empresa deste projeto. O projeto, além de confeccionar e personalizar os produtos para empresas terá a capacidade de produção da sua própria marca de confecção de roupas, sejam elas lisas ou personalizadas com artes através de serigrafia, bordados, sublimação. Existia um número “x” para a empresa produzir, algo que não tornava atrativo a confecção e comercialização de uma única peça. Através da implantação deste projeto, a empresa passa a ter o controle total de produção e geração de uma nova marca de confecção de roupas. A recuperação financeira do investimento é imediata e aumenta o número de clientes circulantes e interessados nos seus produtos. Com a centralização da produção toda sendo gerada para uma única empresa, sua capacidade de fabricação cresce e a empresa passa a atender um número maior de clientes e empresas que solicitam pedidos.

10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aradefe Malhas. 2020. Disponível em:

https://aradefe.com.br/?gclid=EAIaIQobChMI6_yi5vTN7AIVEoWRCh0e6Q-9EAAAYASAAEgIUZvD_BwE. Acesso em: 24, ago, 2020.

COSTA, Eliezer Arantes da. **Gestão Estratégica: da empresa que temos para a empresa que queremos** / Eliezer Arantes da Costa. – 2. Ed. – São Paulo: Saraiva, 2007.

GOHR, Claudia Fabiana. **Trabalho de conclusão de curso em administração I**: livro didático / Cláudia Fabiana Gohr; design institucional Leandro Kingeski Pacheco – Palhoça: UnisulVirtual, 2008. 197p.

GOHR, Claudia Fabiana. **Trabalho de conclusão de curso em administração II**: livro didático / Cláudia Fabiana Gohr; design institucional Leandro Kingeski Pacheco – Palhoça: UnisulVirtual, 2008. 186p.

IBC-Br sobe 4,89% em junho de 2020. **Investimentos e Notícias**, 2020. Disponível em: <http://www.investimentosenoticias.com.br/noticias/economia/ibc-br-sobe-4-89-em-junho-de-2020>. Acesso em: 24, ago, 2020.

LEIS e Decretos. **Portal do Empreendedor**, |2009| data certa, não indicada no item. <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/legislacao>. Acesso em: 24, ago, 2020.

MERCADO E CONSUMO, Redação. Retomada efetiva do setor têxtil e de confecção prevista para 2021. Disponível em: <https://mercadoeconsumo.com.br/2020/08/17/retomada-efetiva-do-setor-textil-e-de-confeccao-prevista-para-2021/> Acesso em: 12, out, 2020.

NUBANK, Redação. O que é a Taxa Selic e como ela afeta seu dinheiro. **blog.nubank**, 2020. Disponível em: <https://blog.nubank.com.br/taxa-selic/>. Acesso em: 24, ago, 2020.

PROGRAMA Emergencial de Acesso a Crédito. **BNDES**, 2020. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/peac>. Acesso em: 24, ago, 2020.

PRONAMPE Micro e Pequenos empresários contam com linha de crédito durante pandemia. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/trabalho-e-previdencia/2020/07/micro-e-pequenos-empresarios-contam-com-linha-de-credito-durante-pandemia>. Acesso em: 24, ago, 2020.

SILVA, Tânia Cristina do Ramo. **Produção de moda: desenhos, técnicas, design de produto** / Tânia Cristina do Ramo Silva. – 1. Ed. – São Paulo, Saraiva. 2014.