

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA POLITÉCNICA
ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**

ELISA CECCATO ASTOLFI

**ANÁLISE DA VIABILIDADE ECONÔMICA DE UM
EMPREENDIMENTO DE ALUGUEL DE ROUPAS DE FESTAS EM
MARINGÁ - PR**

**GOIÂNIA
2021**

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA POLITÉCNICA
ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**

ELISA CECCATO ASTOLFI

**ANÁLISE DA VIABILIDADE ECONÔMICA DE UM
EMPREENDIMENTO DE ALUGUEL DE ROUPAS DE FESTAS EM
MARINGÁ - PR**

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: Gestão Econômica
SUBÁREA: Engenharia Econômica

Trabalho apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Engenharia de Produção, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, como requisito final para aprovação na disciplina Projeto Final de Curso II.

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Caetano Rezende

**GOIÂNIA
2021**

ELISA CECCATO ASTOLFI

**ANÁLISE DA VIABILIDADE ECONÔMICA DE UM
EMPREENHIMENTO DE ALUGUEL DE ROUPAS DE FESTAS EM
MARINGÁ - PR**

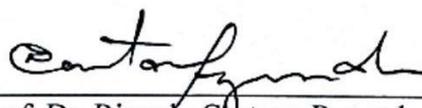
Este trabalho foi julgado adequado e aprovado para a obtenção do título de graduação em Engenharia de Produção da Pontifícia Universidade Católica de Goiás

Goiânia, 01 de dezembro de 2021

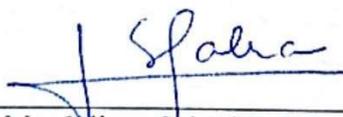


Prof. Me. Rodrigo Martinez Castro
Coordenador do Curso de Engenharia de Produção

BANCA EXAMINADORA:



Prof. Dr. Ricardo Caetano Rezende
Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Orientador



Profª Me. Juliana Schmidt Galera
Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Banca



Prof. Me. Vitor Hugo Martins e Resende
Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Banca

EPÍGRAFE

“Os sonhos não determinam o lugar que você vai estar, mas produzem a força necessária para o tirar do lugar em que está.”

(Augusto Cury)

RESUMO

ASTOLFI, E. C. **ANÁLISE DA VIABILIDADE ECONÔMICA DE UM EMPREENDIMENTO DE ALUGUEL DE ROUPAS DE FESTAS EM MARINGÁ - PR**
Trabalho de Conclusão do Curso de Engenharia de Produção. Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2021.

O presente trabalho teve como objetivo realizar a viabilidade econômica de uma loja de aluguel de vestidos de festa na cidade de Maringá, no estado do Paraná, por meio dos seguintes indicadores: Valor Presente Líquido, Taxa Interna de Retorno (TIR), *Payback* Descontado e Índice de Lucratividade (IL). Esta análise visou identificar se há rentabilidade em investir neste negócio. Para isso foi necessário caracterizar e dimensionar o projeto através de alguns diagnósticos de mercado; sendo eles: localização, público alvo, fornecedores, preço de locação e concorrentes. Houve também o levantamento as estimativas relevantes: investimento inicial, receita, custos, capital de giro, depreciação e valor residual, sendo elas definidas por meio de pesquisas online da concorrência. A partir das estimativas foram construídos dois fluxos de caixa com horizonte de planejamento de 60 meses, utilizando-se capital próprio com uma taxa de atratividade 1,50% a.m. e o outro com empréstimo de 7% a.m. Em ambos os fluxos, o projeto mostrou-se rentável, conforme os seguintes resultados: Sem financiamento o VPL: R\$ 436843,03; PBD: 24 meses; uma TIR de 4,92% ao mês e um IL de 2,15. E para o fluxo de caixa com financiamento o VPL foi de R\$ 193.285,15; PBD 38 meses; TIR de 3,14% ao mês e IL de 1,52. Considerando o risco do negócio e afim de identificar a sazonalidade do mercado perante as estimativas de receita, custos e taxa requerida, foi feita a análise de sensibilidade onde mostrou que a estimativa de receita possui maior impacto no projeto.

Palavras-chave: Vestidos, Fluxo de Caixa, Indicadores Econômicos, Análise de Sensibilidade.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Preço médio dos modelos.....	38
Tabela 2 – Descrição dos investimentos iniciais.....	39
Tabela 3 – Descrição da média das procuras em relação aos modelos.....	40
Tabela 4 – Receita estima ao decorrer dos 60 meses.....	41
Tabela 5 – Custos fixos com salário dos funcionários.....	41
Tabela 6 – Custos fixos do pró-labore.....	42
Tabela 7 – Custos fixos do empreendimento.....	42
Tabela 8 – Custos variáveis.....	43
Tabela 9 – Anexo III do Simples Nacional.....	43
Tabela 10 – CNAE para locação de vestidos.....	44
Tabela 11 – Capital de giro.....	44
Tabela 12 – Depreciação e Valor Residual.....	45
Tabela 13 – Fluxo de caixa ao longo dos 60 meses.....	46

TABELA DE FIGURAS

Figura 1 – Localização dos concorrentes.....	33
Figura 2 – Localização Analógica.....	34
Figura 3 – Localização em tempo real.....	35
Figura 4 – Frente do Edifício.....	35
Figura 5 – Estacionamento lateral.....	36
Figura 6 – Gráfico do VPL sem financiamento.....	49
Figura 7 – Gráfico do VPL com financiamento.....	50

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO	9
CAPÍTULO 2 - REFERENCIAL TEÓRICO.....	11
2.1 EMPREENDEDORISMO	11
2.1.1 Empreendedor	11
2.2 ANÁLISE DE MERCADO	12
2.3 LOCALIZAÇÃO	15
2.4 PREÇO DE VENDA	15
2.5 ANÁLISE ECONÔMICA	15
2.5.1 Investimento Inicial.....	15
2.5.2 Receita.....	16
2.5.3 Custos (Fixos e Variáveis)	16
2.5.4 Impostos	16
2.5.5 Capital de Giro	17
2.5.6 Taxa Mínima de Atratividade (TMA).....	17
2.5.7 Depreciação.....	18
2.5.8 Valor Residual.....	18
2.5.9 Fluxo de caixa	19
2.6 INDICADORES ECONÔMICOS	19
2.6.1 Valor Presente Líquido (VLP)	19
2.6.2 Taxa Interna de Retorno (TIR).....	20
2.6.3 Tempo de Recuperação de Capital (<i>PAYBACK</i>).....	21
2.6.4 Índice de Lucratividade (IL)	22
2.7 ANÁLISE DE SENSIBILIDADE	23
2.8 TRABALHOS CORRELATOS	23
2.8.1 Análise de viabilidade econômico-financeira da abertura de uma loja de compartilhamento de roupas femininas.....	23
2.8.2 Estudo de viabilidade econômico-financeira de uma loja de vestuário feminino de estilo executivo no município de Porto Alegre	24
2.8.3 Estudo de viabilidade econômica de uma empresa do comércio varejista de roupas femininas	25
CAPÍTULO 3 - METODOLOGIA DE PESQUISA.....	27
3.1 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO	27
3.2 ETAPAS DA PESQUISA.....	27
3.2.1 Diagnóstico do mercado.....	27
3.2.2 Levantamento das estimativas relevantes	28
3.2.3 Construir e avaliar o fluxo de caixa	29
3.2.4 Realizar análise de sensibilidade.....	30

CAPÍTULO 4 - RESULTADOS E DISCUSSÕES	31
4.1 LEVANTAMENTO DAS INFORMAÇÕES DE DIAGNÓSTICO DE MERCADO ...	31
4.1.1 Concorrentes	31
4.1.2 Localização	33
4.1.3 Público-Alvo	35
4.1.4 Fornecedores	36
4.1.5 Preço de locação dos vestidos	37
4.2 LEVANTAMENTO DAS ESTIMATIVAS RELEVANTES	37
4.2.1 Investimento Inicial.....	37
4.2.2 Receita.....	39
4.2.3 Custos fixos e variáveis.....	40
4.2.4 Impostos	42
4.2.5 Capital de Giro	43
4.2.6 Depreciação e Valor Residual.....	43
4.3 FLUXO DE CAIXA	44
4.3.1 Análise de Indicadores	46
4.3.1.1 Para FC.....	46
4.3.1.2 Para Fca.....	46
4.4 ANÁLISE DE SENSIBILIDADE	47
CAPÍTULO 5 - CONCLUSÃO	49
REFERÊNCIAS	50
APÊNDICE A – FLUXO DE CAIXA COMPLETO	54
APÊNDICE B – PAYBACK DESCONTADO SEM FINANCIAMENTO.....	61
APÊNDICE C – PAYBACK DESCONTADO COM FINANCIAMENTO	63

CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO

Segundo uma pesquisa realizada pela MindMiners (2017), 66% dos brasileiros querem abrir sua própria empresa para ter mais liberdade e autonomia.

A autonomia e liberdade empresarial são coisas que a maioria das pessoas desejam. Por isso, hoje no Brasil, de acordo com o SEBRAE (2020) “existem mais de 17 milhões de pequenos negócios, sendo 7 milhões de micro e pequenas empresas (MPEs) e 10,9 milhões de (MEIs). Juntos, representam 99% de todas as empresas do país e são responsáveis por cerca de 30% do Produto Interno Bruto (PIB)”.

Atualmente o mundo está passando por uma nova adaptação do modo de viver. Há um tempo quase não se falava em vendas online, era somente físico, mas nos dias de hoje é possível perceber que o cenário está mudando. O online e o físico se complementam, mas para isso a empresa precisa ter um fluxo de caixa e estoque bem definidos.

Com a pandemia da COVID-19 todo o mundo passa por uma mudança radical: empresas de vários segmentos tiveram que repensar como agir nesse momento, fazendo que seu empreendimento físico tenha um novo espaço no online. De acordo com o E-commerce Brasil (2021), “o e-commerce brasileiro cresceu 73,88% em 2020, releva índice MCC-ENET”.

A tarefa não é nenhum pouco fácil, pois um negócio físico que é muito bom em uma determinada região no país, não necessariamente será bom no online, pois aí a competição será bem maior pois não atingirá pessoas somente naquela determinada região.

O aperfeiçoamento de produtos/serviços é essencial para as pequenas empresas que ainda não estão consolidadas no mercado. A ausência de inovação, de diferenciação da concorrência, contribui significativamente para o fechamento das empresas.

O negócio do aluguel de roupas é algo que já existe no mercado a muito tempo, e acredita-se que seja algo rentável, pois o próprio vestido irá pagar o custo de sua aquisição, e ainda é possível vender para seja reutilizado.

Diante do exposto surge a seguinte questão de pesquisa: “Seria viável economicamente a abertura de um novo negócio de aluguel de roupas para festas no município de Maringá, PR?”

Segundo Ostemsnn (2006, p.64), “a viabilidade econômica é importante para estabelecimento de diretrizes a respeito do negócio, e servirá como um guia na criação do empreendimento.

Junges (2010) afirma que, os riscos de abrir um novo negócio são grandes, pois é

preciso lidar com incertezas e fatores que não podem ser previstos. No entanto, há riscos que podem ser eliminados com um planejamento do empreendimento e da análise da sua viabilidade econômico-financeira.

A viabilidade é verificada por meio do projeto do negócio, o qual é um conjunto de informações, que são coletadas e processadas, de modo que simulem uma dada alternativa de investimento para testar sua viabilidade. Existem aspectos estruturais que devem ser analisados em conjunto para que se possa saber se o negócio é viável ou não. Os aspectos mais encontrados em uma avaliação de investimento são: aspectos econômicos, técnicos, financeiros, administrativos, jurídicos, do meio ambiente e contábeis (WOILER & MATHIAS, 2007).

Com isso o objetivo deste estudo foi analisar a viabilidade econômica em loja de vestidos de festa na cidade de Maringá – PR. Os objetivos específicos: diagnosticar o mercado; levantar as estimativas relevantes; construir e avaliar o fluxo de caixa e realizar a análise de sensibilidade.

CAPÍTULO 2 - REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship* é utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação (DOLABELA, 1999).

Dornelas (2008) argumenta que empreendedorismo é o envolvimento de indivíduos e processos em conjunto que levam a modificação de ideias em criação de oportunidades. A perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.

O empreendedorismo tem importante papel na criação e no avanço dos negócios, assim como no aumento e na prosperidade de nações e regiões. As ações empreendedoras começam no ponto em que uma oportunidade lucrativa encontra uma pessoa empreendedora (HISRICH, PETERS E SHEPHERD, 2014)

Dolabela (2008) afirma que, ao iniciar suas atividades sem conhecer as condições de mercado e as possibilidades de sucesso do negócio, o empreendedor é mais um imitador do que um inovador; e dessa forma tende a minar suas economias e sonhos em atividades pouco inovadoras e com raras possibilidades de sustentabilidade no mercado altamente competitivo como o que se observa nos dias de hoje.

2.1.1 Empreendedor

Segundo Bernardi (2003), o perfil do empreendedor é o fator decisivo para o sucesso ou fracasso de um negócio. O empreendedor de grande sucesso possui características como facilidade em identificar oportunidades, disposição, agressividade e energia em fazer acontecer, flexibilidade e resistência a possíveis frustrações, liderança e capacidade de identificar os riscos.

Pereira (1995) argumenta que o empreendedor bem-sucedido é uma pessoa como qualquer outra, cujas características de personalidade e talento preenchem um padrão determinado, que o leva a agir de tal forma que chega ao sucesso, realizando seus sonhos e alcançando seus objetivos. Ele é, portanto, uma pessoa que busca realização e é auto orientado para atingir metas próprias.

Dornelas (2008) salienta as principais características de empreendedores de sucesso:

- São visionários;
- Sabem tomar decisões;
- São indivíduos que fazem a diferença;
- São determinados e dinâmicos;
- Sabem explorar ao máximo as oportunidades;
- São dedicados;
- São independentes e constroem o próprio destino;
- São líderes e formadores de equipe;
- São otimistas e apaixonados pelo que fazem;
- Ficam ricos;
- São bem relacionados (*networking*);
- São organizados;
- Planejam, planejam e planejam;
- Assumem riscos calculados;
- Criam valor para a sociedade.

2.2 ANÁLISE DE MERCADO

Sebrae (2020) explica que o empreendedor precisa saber analisar todas as oportunidades e ameaças que o negócio pode proporcionar, e como isso ele poderá saber se terá potencial ou não.

Para propor um melhor estudo para análise de mercado, o Sebrae (2018) expõe 7 passos importantes, destacados a seguir:

- Quem constitui o mercado?
- O que o mercado compra?
- Por que o mercado compra?
- Quem participa da compra?
- Como o mercado compra?
- Quando o mercado compra?
- Onde o mercado compra?

2.2.1 Estudos do Cliente

Ayres (2007) sucinta que um cliente fiel é aquele que percebe que suas necessidades são sempre atendidas com qualidade superior à oferecida pela concorrência.

Para Ayres (2007) os clientes são classificados por tipos, como:

- Os passantes são potenciais, mas que, como o nome já diz, estão “passando” pela loja e ainda têm pouco relacionamento com o seu negócio. A característica predominante deste cliente é que ele ainda não conhece o produto oferecido no estabelecimento. Isto faz que ele não perceba os diferenciais entre o seu negócio e o de seus concorrentes. Por isso mesmo, sempre deve chamar a atenção dos passantes, pois eles podem não comprar hoje, mas poderão fazê-lo no futuro.
- Os clientes entrantes são os que entram na loja, desejam comprar determinado produto, mas não têm necessariamente preferência pelo seu negócio. Este é o cliente que deve ser, literalmente, conquistado! Pois é preciso atraí-lo a comprar sempre na sua loja. Para isto, use argumentos e se esforce para convencê-lo de que os produtos e serviços são melhores que os da concorrência para que volte a comprar com você. Também é bom registrar alguns dados sobre ele para futuros contatos e aprofundamento do relacionamento.
- Os clientes comprantes são aqueles que já conhecem os diferenciais entre sua loja e as concorrentes, e avaliam positivamente seu negócio. Ainda assim, compram menos do que você gostaria. Para fazer desse tipo de cliente um excelente comprador, é necessário conhecê-lo melhor. Para isto, o segredo é entender como o seu negócio pode atender às necessidades dele e tentar solucioná-las.
- Os clientes recomprantes também valorizam os seus diferenciais em relação aos concorrentes e compram com frequência. Este público é tão lucrativo, que apenas 20% do total dos recomprantes consomem uma média de 80% de tudo que é vendido na sua loja.
- Os recomendantes são clientes que só compram em sua loja. Esses clientes conhecem bastante os seus produtos e recomendam a empresa para outros clientes. Estes são a melhor propaganda que a loja pode ter. Portanto, o objetivo é estreitar um relacionamento de sucesso com eles, inovando sempre e oferecendo um tratamento especial.

Portanto, é necessário conhecer as características de cada um para estabelecer o relacionamento com cada tipo de cliente, para que todos eles se tornem clientes fiéis ao seu

negócio.

2.2.2 Estudo dos Concorrentes

Quanto à concorrência, Dornelas (2008) evidencia que conhecê-la “é dever de qualquer empreendedor que queira competir e vencer no mercado”. Pois é conhecendo o seu concorrente que a empresa desenvolve processos que proporcionam vantagem competitiva no segmento e agregam requisitos para construir diferenciais quanto ao produto, preço e promoção e traçar suas estratégias de marketing.

Ayres (2007) destaca que informações sobre a concorrência podem ajudar o empresário a reforçar suas próprias vantagens competitivas.

Intelliplan (2021) explica que para analisar a concorrência, não só saber como as ações dos outros poderão impactar o seu negócio, como também para tirar boas lições do que não fazer.

É importante saber exatamente todos os elementos que integram a cadeia do seu setor para, a partir daí, conseguir mudar o rumo ou reforçar certas ações de para o sucesso da empresa.

2.2.3 Estudo dos fornecedores

Sebrae (2020) explica que o fornecedor não é apenas aquele que faz com que a matéria prima ou produto cheguem à sua empresa: ele tem uma influência muito maior. O valor de serviço dele influenciará diretamente no seu controle de estoque e produção e, também, no seu prazo de entrega.

É por isso que a escolha dos fornecedores tem tudo a ver com o planejamento da empresa. Então, para aumentar a eficiência do seu negócio, é importante saber:

- Quem eles são?
- Onde se localizam?
- Quais são os mais adequados para seu negócio?

Conforme Bandeira (2002), na fase da análise econômica o empreendedor deve enfatizar como irá adquirir seus produtos, quem serão seus fornecedores e onde estão, qual sua capacidade de fornecimento, quais as condições de venda e ainda apresentar alternativas emergenciais se caso um fornecedor falhar. Pois é neste momento que há uma busca por parceiros fiéis para o negócio.

2.3 LOCALIZAÇÃO

O estudo da localização deve ser feito para todo tipo de empresa. Por isso a decisão de melhor localização de um empreendimento está ligada à estratégia empresarial, portanto, aos níveis mais altos da administração da empresa. Isso acontece porque é importante os fatores econômicos envolvidos, principalmente em relação aos custos, o médio e o longo prazo (REBELATTO, 2004).

De acordo com Laugeni e Martins (2005), para uma tomada de decisão adequada quanto à localização deve-se definir a capacidade onde e quando necessária. Pois uma análise adequada deve considerar a forma de medir a capacidade e determinar a demanda para os próximos anos e a capacidade a instalar.

Para a Conta Azul (2016) explica que, uma estratégia para abrir um negócio perto da concorrência para oferecer aos clientes que já estão na área uma alternativa de compras.

2.4 PREÇO DE VENDA

Bruni e Famá (2004) definem o preço como valor recebido pela mercadoria ou serviço oferecido, e esse valor deve ser suficiente para cobrir os custos e despesas utilizados na fabricação do produto ou serviço, e ainda auferir o lucro a para a empresa.

De acordo com Horngren, Datar e Foster (2004), os clientes influenciam o preço à medida que faz crescer a demanda por um produto ou serviço. Com isso há sempre a necessidade de as empresas avaliarem as decisões de precificação a partir da ótica dos clientes. Isto significa formar o preço a partir do que o cliente está disposto a pagar. Essa visão é delicadamente subjetiva e de difícil mensuração, pois é necessária uma pesquisa de mercado com os consumidores.

2.5 ANÁLISE ECONÔMICA

2.5.1 Investimento Inicial

Investir é comprometer dinheiro numa determinada data e por um determinado prazo durante o qual será gerado um fluxo de retorno que compensará o investidor pelo tempo que o dinheiro ficou comprometido, pela inflação e pela incerteza do fluxo de retorno (LAPPONI,

2007).

Segundo este autor, o investimento inicial inclui os desembolsos para adquirir os ativos necessários a fim de obter benefícios futuros quantificados para geração de um fluxo de retornos adequados.

2.5.2 Receita

Segundo Bernardi (2003), receitas são a entrada de recursos para o ativo, sob forma de dinheiro ou direitos a receber, correspondente, normalmente, à venda de mercadorias, de produtos ou à prestação de serviços.

A receita é o valor monetário líquido recebido das vendas da dedução dos fatores decorrentes do próprio ato da venda, como, impostos, contribuição, comissão etc. (LAPPONI, 2007).

2.5.3 Custos (Fixos e Variáveis)

Os custos fazem referência a um conjunto de procedimentos utilizados para determinar o custo do produto ou serviço e das atividades envolvidas na fabricação e venda do produto (LEONE, 2000).

Os custos gerados pelo projeto são agrupados em uma única estimativa, denominada custos relevantes que, em alguns casos, poderá ser dividido em variáveis e fixos (LAPPONI, 2007).

De acordo com Peinaldo e Graeml (2007), custo fixo é qualquer gasto, sendo que gastos podem ser custos ou despesas que permanecem constantes, independentemente da quantidade de produto (bem + serviço) fabricado. Mesmo que não exista nenhum custo verdadeiramente fixo, há muitos gastos que permanecem fixos para uma larga faixa de produção. Já o custo variável é aquele que varia com a quantidade produzida.

2.5.4 Impostos

De acordo com Conube (2021) existem três tipos de regimes tributário para empresas no Brasil. São eles:

- Simples Nacional: Nesse regime enquadram-se empresas que tenham faturamento de até R\$ 4,8 milhões por ano.

- Lucro Presumido: Esse regime é para empresas que tenham faturamento anual de até R\$ 78 milhões.
- Lucro Real: Empresas que tenham faturamento acima de R\$ 78 milhões por ano devem se enquadrar nesse regime.

De acordo com o Portal tributário (2021), o Simples Nacional favorece as normas gerais relativas e ao tratamento tributário das microempresas e empresas de pequeno porte no âmbito da União, Estados, do Distrito Federal e Municípios.

Segundo Bling (2020), as atividades permitidas pelo Simples Nacional abrangem comércio, indústria e prestação de serviço, inclusive profissionais e locação de bens móveis. Existe uma lista na qual constam todas as atividades que se enquadram no regime tributário. As atividades são divididas em seis anexos, com faixas de alíquotas que variam conforme a atividade e a receita bruta anual.

2.5.5 Capital de Giro

De acordo com Rosa (2007) o capital de giro é o montante de recursos necessários para funcionamento normal da empresa, compreendendo a compra de mercadorias, financiamento das vendas e pagamentos das despesas.

O capital de giro de um projeto pode ser estimado como uma porcentagem das vendas ou a partir do fluxo comercial dos produtos, considerando a estimativa de vendas ou a partir do fluxo comercial do produto (LAPPONI, 2007).

Bordeaux-Rêgo *et al.* (2007) destaca que o capital de giro é o resultado da diferença entre os ativos circulantes e passivos circulantes.

2.5.6 Taxa Mínima de Atratividade (TMA)

Lapponi (2007) destaca que a taxa mínima de atratividade é a taxa mínima de juro estabelecida para aceitar um projeto, conhecida também como custo de oportunidade. Sendo assim, para aceitação do projeto, é necessário que o capital investido durante certo prazo deva ser remunerado pelo valor do dinheiro no tempo, pela inflação esperada e o pelo risco associado ao destino desse capital. Esses 3 fatores são medidos como taxa de juros e adequadamente compostos formam a taxa mínima de atratividade do projeto.

Os autores Cassarotto Filho e Kopittke (2007) destacam que a taxa mínima de atratividade é a taxa a partir da qual o investidor considera que está obtendo ganhos financeiros.

Esta taxa é associada a um baixo risco, isto é, a partir de qualquer sobra de caixa pode ser aplicada na TMA.

Ao analisar uma sugestão de investimento, deve ser considerado o fato de estar perdendo a oportunidade de obter retornos pela aplicação do mesmo capital em outros projetos. Para este ser atrativo deve render, no mínimo, a taxa de juros equivalente à rentabilidade das aplicações correntes e de pouco risco. Portanto, esta é a taxa de atratividade (TMA). Para pessoas físicas, é comum a taxa mínima de atratividade ser igual à rentabilidade da poupança. Já para empresas, a determinação de TMA é mais complexa e depende do prazo de análise.

2.5.7 Depreciação

A depreciação é contabilmente definida como despesa equivalente à perda de valor de determinado bem, sendo por deterioração ou obsolescência. Por isso, não é um desembolso, e sim uma despesa e, como tal, pode ser abatida das receitas, diminuindo o lucro tributável e, conseqüentemente, o imposto de renda, este sim um desembolso real, e com efeitos sobre o fluxo de caixa (CASAROTTO FILHO e KOPITTKKE, 2007).

A depreciação anual mais aceita é a depreciação linear, que divide o valor do investimento pelo número de anos permitidos para depreciar o bem, que é estabelecido em lei, conforme o tipo de equipamento ou instalação onde a carga de depreciação anual é sempre a mesma até o final do prazo (LAPPONI, 2007).

Resumindo, o objetivo da depreciação é permitir a dedução das receitas para se efetuar um menor pagamento de imposto de renda (SOUZA, 2003).

2.5.8 Valor Residual

Segundo Lapponi (2007), o valor residual consiste em uma estimativa relevante e inclui o impacto tributário do ganho de capital sobre a venda dos equipamentos e instalações adquiridos.

Pode ser obtido o valor residual no final do projeto com a aplicação dos valores na Equação 1.

$$VR = V \times (1 - T) + (T \times B) \quad (\text{Eq. 1})$$

Em que:

VR = Valor Residual;

T = Alíquota do Simples Nacional;

V = Valor de venda do ativo depois de deduzir as despesas de manutenção, comissão etc.;

B = Valor contábil do ativo na mesma data da venda.

2.5.9 Fluxo de caixa

Um projeto pode ser, no mínimo, decomposto em duas partes, sendo o fluxo do financiamento de longo prazo e o fluxo do investidor, ou seja, parte do projeto é financiado pelos bancos e outra parte por recursos próprios (CASAROTTO FILHO e KOPITKE, 2007).

Segundo Laponi (2007, apud GODOI, 2013), a construção do fluxo de caixa de um projeto de investimento passa por quatro atividades fundamentais, sendo elas a:

- Definição do prazo de análise do investimento;
- Estimação da posição da data zero: nesta dada são definidos os investimentos em ativos fixos e em capital de giro;
- Estimação da posição na data terminal: nesta data o capital de giro é integralmente recuperado e o capital investido em ativos fixos poderá ser total ou parcialmente recuperado pelo seu valor residual;
- Estimação da posição durante o período de análise do investimento: durante o prazo de análise o investimento gerará retorno líquido, capitais denominados como fluxo de caixa (FC).

O Fluxo de Caixa Operacional (FCO) em qualquer período do prazo de análise do projeto é o resultado da diferença da receita pelo custo somado a tributação com a soma do valor da depreciação multiplicada pela taxa da alíquota do imposto. Entretanto, para o Simples Nacional, não se considera a depreciação no cálculo do FCO.

2.6 INDICADORES ECONÔMICOS

2.6.1 Valor Presente Líquido (VLP)

A técnica VPL é utilizada para decisões de investimentos e financiamentos que independem do tempo, ou seja, pode ser utilizada em um contexto sem risco de fluxo de caixa

de um único período, ou em um contexto com risco, fluxo de caixa distribuído por mais de um período. A técnica de análise pelo critério de VPL, permite a empresa identificar o custo ou benefício exato de decisão de investir e/ou obter financiamento (FONSECA, 2010).

De acordo com Laponi (2007), o VPL é obtido através do investimento inicial com valor negativo na data inicial e com a soma dos presentes dos retornos do projeto, considerando uma taxa requerida constante. Para o cálculo é necessário a seguinte Equação 2.

$$VPL = -I + \sum_{t=0}^n FCt x (1 + k)^{-t} \quad (\text{Eq. 2})$$

Onde:

I = Investimento;

FC = Fluxo de caixa;

k = Taxa requerida ou taxa mínima de atratividade;

n = Vida do projeto, em anos.

O VPL é utilizado para tomada de decisões, para verificar se o projeto deve ser aceito ou rejeitado, e para isto os discernimentos são:

- Se o $VPL > 0$, o investimento inicial será recuperado e remunerado com taxa requerida k e o projeto criará valor para a empresa calculado na data inicial pelo VPL. Logo, se o $VPL > 0$, o projeto deve ser aceito;
- Se o $VPL < 0$, o investimento inicial não será recuperado nem remunerado de forma completa com a taxa requerida k. Logo, o projeto deve ser rejeitado porque sua aceitação destruirá valor da empresa calculado na data inicial pelo VPL negativo;
- O $VPL = 0$ indica que o investimento inicial será recuperado e remunerado na taxa requerida k, porém não criará nem destruirá o valor empresa.

2.6.2 Taxa Interna de Retorno (TIR)

O método da taxa interna de retorno requer o cálculo da taxa que zera o valor presente dos fluxos de caixa. Os investimentos com a TIR maior que a TMA é considerada rentáveis (CASAROTTO FILHO E KOPITTKKE, 2007).

Segundo Laponi (2007), o cálculo do método TIR pode ser obtido mediante aplicação da Equação 3.

$$0 = -I + \sum_{t=0}^n FCt \times (1 + k)^{-t} \quad (\text{Eq. 3})$$

Onde:

I = Investimento;

FC = Fluxo de caixa após imposto no ano t;

T = Vida do projeto, em anos.

A TIR é a taxa de juro que zera o VPL do projeto simples. Para determinada taxa requerida k menor que a TIR, o VPL será positivo, e para taxa requerida k maior do que a TIR o VPL será negativo, isto é:

- Se $TIR > k$, o investimento inicial será recuperado e remunerado com a taxa requerida k e o projeto criará valor determinado. Logo, se a TIR for maior que k e o projeto deve ser aceite;
- Se $TIR < k$, o investimento inicial não será recuperado nem remunerado com a taxa requerida k . Portanto o projeto deve ser rejeitado porque sua aceitação destruirá um valor não determinado da empresa;
- $TIR = k$ não foi incluída na condição de aceitação do projeto, pois esse resultado indica que o investimento inicial será recuperado e remunerado com a TIR, mas não criará e nem destruirá valor para empresa.

Sendo assim, a taxa interna de retorno é conhecida também como taxa de desconto de fluxo de caixa, uma taxa de juros implícita entre pagamentos e recebimentos, que tem como função descontar um valor futuro ou aplicar o fator de juros sobre um valor presente, onde a soma das saídas deve ser igual à soma das entradas, para se anularem (HOJI, 2000).

2.6.3 Tempo de Recuperação de Capital (*PAYBACK*)

Segundo Fonseca (2010), o método do *playback* representa o período de recuperação do investimento inicial. É obtido calculando-se o número de anos que será necessário para que os fluxos de caixa futuros acumulados igualem o montante do investimento inicial.

Esta técnica é aplicada de duas formas: *payback* simples e *payback* descontado. A principal diferença entre os dois é que o *payback* descontado considera o valor temporal do dinheiro, ou seja, atualiza os fluxos futuros de caixa a uma taxa de aplicação no mercado financeiro, proporcionando os fluxos a valor presente, para depois calcular o período de

recuperação.

Lapponi (2007), ao aplicar o método do *payback* descontado (PBD), diz que é necessário estabelecer o tempo máximo tolerado (TMT) para recuperar o custo inicial remunerado. Afinal, para decidir se o projeto deve ser aceito, considerando a taxa mínima de atratividade TMA, o PBD é comparado com o valor de referência TMT.

- Se $PBD < TMT$, o projeto deve ser aceito. Quando o valor PBD for menor do que o prazo de análise, determinado pelo investidor do projeto, mostra que o VPL desse projeto é positivo e, conseqüentemente, criará valor.
- Se o $PBD > TMT$, o projeto não deve ser aceito.
- Entretanto, se o $PBD = TMT$, também não há condição de aceitação do projeto, pois esse resultado indica que o custo inicial deverá ser recuperado e remunerado na taxa mínima de atratividade k , porém o projeto não criará nem destruirá valor do investimento.

É inviável considerar este método como decisão de investimento, pois não contempla os fluxos de caixa após o período de recuperação (RIBEIRO, 2000).

2.6.4 Índice de Lucratividade (IL)

O índice de lucratividade só sobrepõe à eficácia do método do VPL nos casos de análise de mais de um investimento, em que houve no período inicial limitação de recursos para aplicação em ambos os projetos (FONSECA, 2010).

De acordo com Lapponi (2007), o índice de lucratividade é definido como o resultado de dividir a soma dos valores presentes dos fluxos de caixa recebidos do projeto, considerando certa taxa requerida pelo seu investimento inicial e desconsiderando o sinal negativo desse desembolso, encontrando o resultado do IL na data inicial do fluxo de caixa. O IL pode ser obtido através da Equação 4

$$IL = \frac{VP \text{ dos Retornos}}{|I|} \quad (\text{Eq. 4})$$

Onde:

VP dos retornos = Somatório de todos os valores presentes dos retornos esperados, do primeiro ao último ano;

I = Investimento do projeto, em módulo.

O critério de decisão de um projeto utilizando o índice de lucratividade para definir se o projeto deve ser aceito é a comparação com o valor de referência 1, de modo que:

- Se $IL > 1$, a soma dos presentes dos retornos será maior do que o investimento inicial I e, desta forma, o projeto criará valor para a empresa igual $R\$ (IL - 1)$ para cada $R\$ 1$ de investimento inicial. Logo, se $IL > 1$, o projeto deve ser aceito.
- Se $IL < 1$, a soma dos presentes dos retornos será menor do que o investimento inicial I e, desta forma, o projeto destruirá valor da empresa igual $R\$ (1 - IL)$ para cada $R\$ 1$ de investimento inicial. Logo, se $IL < 1$, o projeto não deve ser aceito.
- O $IL = 1$: esse resultado indica que o investimento inicial deverá ser recuperado e remunerado na taxa requerida k , sendo assim não criará nem destruirá valor da empresa. O projeto também não deverá ser aceito.

2.7 ANÁLISE DE SENSIBILIDADE

Segundo Lapponi (2007) “Embora as estimativas do projeto tenham sido definidas com bastante cuidado, pois depois de determinar o VPL esperado que qualifique o projeto para resultado, deve-se questionar em relação aos resultados como: Meu produto é melhor que o(s) do(s) concorrente(s)? Por que conseguirei vender a quantidade prevista? Os custos realizados não serão maiores que o estimado?”

A análise de sensibilidade demonstra um conjunto de possibilidades, não indicando a probabilidade de ocorrência de cada situação, não sendo determinante, na medida em que não aponta de forma efetiva um equacionamento do risco que envolve o projeto, proporcionando tão somente várias percepções sobre o fator risco do projeto (Weston, Brigham, 2000). Some-se a isto o fato de que as variáveis-chaves podem ser interdependentes, ficando sem sentido a sua análise isolada (Brealey, Myers, 1998).

2.8 TRABALHOS CORRELATOS

2.8.1 Análise de viabilidade econômico-financeira da abertura de uma loja de compartilhamento de roupas femininas

O objetivo do trabalho desenvolvido por Batista (2017), foi analisar a viabilidade

econômico-financeira da abertura de uma loja de compartilhamento de roupas femininas.

Foi desenvolvido ao longo do trabalho a identificação dos gastos e receita existentes no negócio, montando-se um fluxo de caixa e calculando-se VPL, TIR e payback do investimento. Foi simulado um cenário com variações das receitas e a análise dos resultados propôs ações de acerca da operacionalização do empreendimento.

O trabalho foi dividido em três fases que totalizaram onze etapas para verificar a viabilidade econômico-financeira do projeto: Fase I – definições iniciais do projeto; Fase II – Construção do fluxo de caixa; Fase III – Viabilidade econômico-financeira.

Foi determinado um número de peça de roupas disponível, onde os clientes têm acesso a escolher as que utilizarão durante um período determinado. Esse período foi determinado levando em conta a quantidade de peças disponíveis no acesso e a quantidade de clientes que a loja terá capacidade para atender simultaneamente. Portanto, esse período foi de, no máximo, 4 dias. Após a devolução das peças retiradas, é possível escolher novas peças para utilizar. As peças devolvidas são devidamente higienizadas antes de serem repostas ao acervo. A loja conta com 3 planos mensais onde podem ser utilizados 1, 2 ou 4 peças de forma simultânea.

Os recursos de marketing para a inauguração e durante o decorrer do tempo para manter e conectar com novidades, entre outras atividades, foram muito importantes para negócio. Foi utilizado o uso de parceria com clientes, instituições de caridade e fornecedores.

Foi definido o preço de venda entre R\$ 80,00 e R\$ 180,00, a localização e os recursos necessários. A partir dos cálculos feitos noo fluxo de caixa, o foi viável para a abertura, pois foi necessário R\$ 48.733,00de investimento inicial e fechou o primeiro ano com o valor de negativo de R\$ 24.685,49. Mesmo a receita melhorando a cada ano, só foi possível obter um retorno após 4,62 anos com um Valor Presente Líquido de R\$ 86.816,99 a uma de taxa interna de retorno de 35%.

2.8.2 Estudo de viabilidade econômico-financeira de uma loja de vestuário feminino de estilo executivo no município de Porto Alegre

O objeto do trabalho desenvolvido por Junges (2010) foi de analisar a viabilidade econômico-financeira da implantação de uma loja de vestuário feminino de estilo executivo.

No decorrer do trabalho foi caracterizado o negócio, estimado os investimentos necessários para o empreendimento, projetado o volume da receita de vendas, foi elaborado o fluxo de caixa projetado e calculado os indicadores de retorno financeiros.

O projeto atuou no setor terciário, no ramo de comércio varejista de vestuário feminino. A loja, foi denominada Amarílias, será voltada para mulheres jovens, de classe A e B. Os produtos comercializados eram camisas, calças e blazers.

Para a abertura do projeto foi necessário um valor inicial de R\$ 60.290,84 fechando o primeiro mês com valor negativo de R\$ 53.286,60. Logo do terceiro do fluxo de caixa foi positivo, sendo ele, R\$ 595,23 e no quinto ano teve um lucro de R\$ 112.518,78, sendo um projeto viável.

O Valor Presente Líquido (VPL) do projeto foi de R\$ 24.187,00, tendo uma Taxa Interna de Retorno (TIR) de 35,35% e um *Payback* de 4,2 anos.

2.8.3 Estudo de viabilidade econômica de uma empresa do comércio varejista de roupas femininas

O objetivo do trabalho desenvolvido por Pires (2011), foi analisar a viabilidade econômica e mercadológica de um empreendimento no segmento de vestuário feminino, visando atender as necessidades e expectativas dos clientes, bem como identificar os riscos de desafios que existiram antes de fazer o investimento

Para desenvolver melhor um planejamento administrativo com variedade e qualidade no setor de vestuário feminino em um estabelecimento comercial, foi necessário dividir a empresa em uma equipe com três funcionários, sendo uma gerente e duas vendedoras. Para ser possível atender as necessidades dos clientes e poder oferecer produtos com qualidades e com uma vasta diversidade de opções.

A foi planejada para atuar em um município de 69.810 habitantes, onde 49,30% da população são mulheres. Porém a loja foi voltada para o público de “jovem senhora”, com a faixa etária de 30 a 45 anos, que trouxe uma proposta diferencial e inovadora para o tipo do negócio. Os principais produtos oferecidos foram roupas femininas de malhas, tecidos, jeans e acessórios, conforme as tendências e estações.

Para o investimento inicial da empresa foi necessário desembolsar R\$ 51.607,05, sendo que para chegar nesse valor foi levantado um valor do bras, equipamentos, capital de giro e despesas. Os gastos com custos fixos e variáveis foram de R\$5.497,05. Após os cálculos do fluxo de caixa, foi concluído que no primeiro ano o valor da receita foi de R\$ 120.000,00, portanto, o primeiro ano de atividade foi um saldo negativo acumulado de R\$ 112.182,60.

Considerando os aumentos projetados tanto nas receitas com nos custos e despesas, o projeto obteve no final do quinto ano, em relação ao primeiro ano o projeto fechou com um lucro de R\$ 82.268,56, tendo um valor acumulado de R\$ 82.083,36.

O Valor Presente Líquido (VPL) foi positivo com um valor de R\$ 11.028,47 aplicado a uma Taxa Mínima de Atratividade (TMA) de 15%. A TIR foi 19% em 5 anos.

CAPÍTULO 3 - METODOLOGIA DE PESQUISA

3.1 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

A empresa é uma loja de locação de vestidos para festas, que se localiza na região central do município de Maringá-PR, onde encontra-se boa parte das lojas desse segmento.

Para atender um maior número de clientes, e com um preço de aluguel esperado por eles, a loja conta com uma diversidade de marcas, modelos e estilos de vestidos para ocasiões como casamentos, formaturas e festas de um modo geral, sendo que o foco foi voltado para interesses das consumidoras de classes A e B.

A loja oferece um ambiente agradável e com atendimento com hora marcada, para que o cliente tenha toda a atenção e cuidados necessários. O funcionamento é de segunda a sexta, das 9h às 19h e aos sábados, das 9h às 12h.

O objetivo do negócio foi fazer com que os clientes se identifiquem com o propósito da loja que é oferecer uma experiência única e exclusiva, com designer diferenciado fazendo com que possam se vestir e se sintam à vontade, confortável e seguros pelo que estão levando.

3.2 ETAPAS DA PESQUISA

3.2.1 Diagnóstico do mercado

O diagnóstico do mercado tem como objetivo a realização de um estudo de pesquisa de campo online da localização, concorrentes, público-alvo, preço de aquisição e preço de locação dos vestidos pago aos fornecedores deste projeto.

Segundo Santo (2015), é muito importante a pesquisa de mercado para saber se realmente as expectativas condizem com a realidade e se com as informações obtidas é possível dar continuidade no projeto.

Maringá é uma cidade que fica localizada na região Noroeste do Estado do Paraná. Estrategicamente, encontra-se situada a curta distância de Curitiba, capital do estado, a uma distância de 430 km. Além disso, Maringá também se encontra muito próximo a cidade de São Paulo, numa distância de 650 km.

Para encontrar a melhor localização, um estudo de mercado consumidor foi

fundamental, pois o local deve ter uma boa visibilidade, estacionamento para clientes, facilidade de acesso a loja e segurança da região

Compreender melhor como a concorrência age no segmento foi muito importante, no sentido de análise dos seus pontos fracos e fortes e quais são suas estratégias, deram uma visão de espaço e oportunidade de aperfeiçoamento, gerando assim um diferencial comparado aos demais.

O público-alvo deve ser estudado de forma mais detalhada, pois a aquisição dos vestidos e o preço de venda foram definidos após essa análise, levando em consideração os modelos de vestidos e os preços mínimos e máximos que os clientes estão dispostos a pagar.

Os fornecedores de vestidos facilitam a diversificação/exclusividade de produtos e competição de preços. O intuito foi trabalhar com várias marcas a fim de aproveitar essas diversas opções, buscando sempre qualidade e um custo/benefício acessível.

O preço de locação dos vestidos levou em conta os itens anteriormente citados, pois todos, de uma forma ou de outra, influenciam nessa tomada de decisão, assim como os custos fixos e variáveis, os quais serão explicitados no próximo tópico.

3.2.2 Levantamento das estimativas relevantes

O levantamento das estimativas de investimentos, receitas, custos, despesas e impostos foram de extrema importância para mensurar a viabilidade do processo de planejamento desse projeto.

Para o investimento inicial foi feita uma análise do valor por recursos próprios e com recursos de terceiros (financiamento).

A receita foi calculada através de estudos feitos por pesquisas com a concorrência através de pesquisas e conversas pelo Instagram e WhatsApp para saber quais são as estimativas do faturamento, dos aluguéis dos vestidos, análise de mercado da cidade e a região de Maringá, no sentido de identificar quais tipos de vestidos têm maior aceitação tanto em modelos como em valor para o cliente, levando sempre em consideração a sazonalidade.

Para calcular os custos fixos e variáveis foi feita uma pesquisa da concorrência através de pesquisas e conversas pelo Instagram e WhatsApp e de fornecedores que foram encontrados por buscas de pesquisas no Google, para analisar e chegar em valores relevantes e acessíveis para o desembolso, dando ênfase no custo de aquisição dos vestidos, tendo em vista ser o item de maior variação de preços devido às diferentes marcas, modelos e estilos.

Existe mais de uma opção de tributação, sendo que foi feita uma simulação de

enquadramento demonstrado no item 2.5.4, onde chegou-se à conclusão de que o projeto se enquadra no Simples Nacional, Anexo III, que resultou em um desembolso adequado e com impostos considerando o faturamento previsto para esse projeto a médio prazo.

Sendo um dos principais componentes do projeto, o capital de giro permitiu o cumprimento de obrigações cotidianas, devendo ser calculado com base nas estimativas de custos totais mensais.

A taxa mínima de atratividade (TMA) foi calculada considerando o custo de oportunidade, o risco do negócio e a liquidez do projeto, para saber se ele será viável ou não.

O método linear de depreciação, de acordo com Lapponi (2007), explica que depreciação é o resultado obtido ao dividir o valor de compra pela vida útil do bem.

Segundo Lapponi (2007), o valor residual é um valor contábil que um equipamento ou instalação difere de seu valor de mercado, então isso inclui o valor tributário do ganho de capital sobre a venda do ativo. Ao analisar os dados de pesquisas, foram estimadas as quantidades máximas de locações que um vestido pode ter sem perder a qualidade e assim ser possível compreender qual sua vida útil e, também, calcular, por meio da Equação 2.1, demonstrada no item 2.5.9, o seu valor residual pois, apesar do mesmo não ser mais útil para locação, existe valor residual que pode obtido com a venda para uma loja de roupas e objetos usados.

3.2.3 Construir e avaliar o fluxo de caixa

De acordo com Lapponi (2007), para construção do fluxo de caixa de um projeto é essencial descobrir, quantificar e valorar tudo que deverá ser utilizado para a elaboração do projeto e depois deduzir o correspondente impacto dos impostos sobre o lucro.

Para saber se os valores que retornam ao longo do projeto superarão o valor investido no início usa-se o Valor Presente Líquido (VPL) e assim pode-se avaliar se o projeto será viável ou não, calculado através da Equação 2.2, demonstrada no item 2.6.1.

A Taxa Interna de Retorno (TIR) foi calculada através da Equação 2.3, demonstrada no item 2.6.2, para identificar a taxa de retorno do investimento, comparando-a com a TMA.

O *Payback* Descontado (PBD) foi calculado para identificar a quantidade em meses para recuperar o valor investido.

E o Índice de Lucratividade (IL) foi obtido pela divisão do valor presente dos retornos anuais, acumulados, em relação ao investimento total, segundo a Equação 2.4, demonstrada no item 2.6.4.

3.2.4 Realizar análise de sensibilidade

Para identificar o quanto as variáveis como custo, receita e taxa requerida que constituem maior incerteza para o projeto, foi feita a análise de sensibilidade onde ela decide muitas o destino da abertura do empreendimento.

Ela foi feita através da oscilação para mais e para menos das variáveis em relação ao VPL, assim mostrando qual delas foi mais sensível no projeto.

CAPÍTULO 4 - RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 LEVANTAMENTO DAS INFORMAÇÕES DE DIAGNÓSTICO DE MERCADO

4.1.1 Concorrentes

Para este estudo foram considerados concorrentes de lojas de alugueis de vestidos localizados no mesmo bairro. Identificou-se três que oferecem serviços, estrutura e modelos iguais aos clientes.

A identificação dos critérios de público-alvo, preço do aluguel e tipos de serviços foram feitos através de uma pesquisa de mercado online. Os concorrentes foram chamados por Lojas X, Y e Z.

O Quadro 1 apresenta uma melhor visualização de cada concorrente, através dele é possível verificar os critérios de análise falados anteriormente.

Quadro 1 – Análise dos concorrentes.

Concorrentes	Público-alvo	Preço médio do Aluguel	Tipo de Serviço
Loja X	17 a 50 anos	774,90	Aluguel de Vestidos e Acessórios
Loja Y	18 a 70 anos	694,45	Aluguel e venda de Vestido
Loja Z	19 a 60 anos	629,00	Aluguel de Vestidos

Fonte: Elabora da pela autora, 2021.

Analisando os dados levantados por meio da pesquisa online pelo Instagram e uma conversa pelo WhatsApp, na Loja X, observou-se que seu foco é atender exclusivamente clientes de classes A e B. Através da conversa pelo WhatsApp a atendente informou que os fornecedores de vestidos estão localizados em São Paulo e Paraná e têm uma qualidade diferenciada, o que acarreta um preço mais elevado na compra e, conseqüentemente, no valor do aluguel dos vestidos.

Na Loja Y, os vestidos são compradores em Santa Catarina, segundo a troca de mensagens pelo Instagram, por conta no bom preço, fácil acesso até o local e amizade de muitos anos com os donos da marca.

O atendimento nesse concorrente foi muito agradável e atencioso. A atendente informou que os serviços prestados são de venda e aluguel, sendo que para venda é somente seminovos. Com isso, a loja acaba atingindo as classes econômicas A, B e C. Os preços são bem diversificados, dependendo sempre do modelo e tipo de vestido.

Já na Loja Z, através de uma ligação por WhatsApp a atendente nos informou que há fornecedores em vários estados do Brasil, como em São Paulo, Minas Gerais, Rondônia e Santa Catarina. Ela optou por ter mais diversificação de modelos de vestidos, como mais curtos, mídis para noivas e vestidos longos.

A Loja possui um reconhecimento muito grande na cidade, por entregar peças mais delicadas e de muito bom gosto. O atendimento foi exemplar comparado aos demais concorrentes, entregando sempre detalhes importante para a pesquisa. Porém, por trabalharem com vestidos exclusivos para um determinado tipo de público acabam não contemplando todos os possíveis clientes.

Comparando os faturamentos dos anos de 2020 e 2021, os três concorrentes apontaram crescimento bem melhor no segundo semestre do ano de 2021 comparando ao semestre anterior e ao ano passado, pois foram muito afetados pela pandemia onde casamentos, formatura e ocasiões em que a aglomerações de pessoas foram cancelados.

A Figura 1 mostra os pontos onde os concorrentes se encontram, sendo que a Loja X encontra-se a 450 metros, a Loja Y a 500 metros e a Loja Z a 600 metros de distância comparado ao local escolhido para esse empreendimento.

Figura 1 – Localização dos concorrentes



Fonte: Google Maps, 2021.

4.1.2 Localização

Segundo o IDGM (2021) (Índice Desafios de Gestão Municipal), Maringá foi considerada a melhor cidade para se viver em 2021, além das capitais.

O local do empreendimento é um fator estratégico e pode ser decisivo para que haja sucesso. A escolha da localização para abertura da loja de vestidos de festa foi na cidade de Maringá que é muito prospera no segmento de confecção.

Também foi levado em consideração que o local escolhido tem uma boa circulação de pessoas, visibilidade, uma certa proximidade dos concorrentes e vasta vagas de estacionamento gratuito e privativos, onde muitos ficam em sombras por conta das árvores, trazendo mais conforto, segurança e tranquilidade para os clientes. A loja está localizada entre as Avenidas Herval e XV de Novembro, Ed. Joanna de Ângelis, Zona 1, situa-se próximo a Prefeitura da cidade, a Catedral Basílica Menor Nossa Senhora da Glória (um dos maiores ponto turístico da cidade), a correios entre outros.

As Figuras 2 a 5 mostram a localização da loja de forma mais aproximada de onde ela se encontra na Figura 1.

Figura 2 – Localização Analógica



Fonte: adaptado de *Google Maps*, 2021.

Figura 3 – Localização em tempo real



Fonte: adaptado de *Google Maps*, 2021.

Figura 4 – Frente do Edifício



Fonte: adaptado de *Google Maps*, 2021.

Figura 5 – Estacionamento lateral

Fonte: adaptado de *Google Maps*, 2021.

A escolha foi de uma sala comercial de 76 m², sendo o aluguel de R\$ 2.600,00 mais R\$ 150,00 de condomínio, onde água é inclusa nele, totalizando um montante de R\$ 2.750,00 ao mês, sendo que anualmente o valor do aluguel sofre reajuste pelo IGPM (Índice Geral de Preços do Mercado). Com a pandemia, houve um aumento expressivo do índice do IGPM, então o mesmo foi trocado pelo IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo) que atualmente, baseado na média dois últimos anos (2019 a 2020) ficou em 4,41% ao ano e em 2021 o acumulado de janeiro a agosto está em 5,67%, que vigorará até normalização do mercado.

A sala passará por uma reforma que está orçada em R\$ 10.200,00, onde contará com uma estrutura de iluminação interna, pintura e divisões de ambientes para que fique organizado, sofisticado, moderno e aconchegante.

4.1.3 Público-Alvo

Uma pesquisa realizada pela NESP (2016), a população feminina em Maringá em 2010 representava 51,91%, ou seja, 185.353 mulheres, segundo Atlas de Desenvolvimento Humano do Brasil (2013). Isso mostra como o mercado é abrangente para esse segmento.

Para este projeto o público-alvo será de mulheres de 18 a 60, através de estudo feito pela concorrência.

4.1.4 Fornecedores

Uma das análises mais importantes é a dos fornecedores, pois é por meio deles que foi possível selecionar os que trabalham com modelos de vestidos almejados para a loja.

Com a realização da pesquisa online *Google* de sites e redes sociais, como Instagram, encontrou-se inúmeros fornecedores de regiões do País, porém, somente 3 condizem com os preços, modelos e estilos desejados. Eles ficam localizados no Paraná, Santa Catarina e São Paulo

O fornecedor do Paraná fica localizado na cidade de Curitiba. Ele não é revendedor e sim fabrica os vestidos que são exclusivos, ou seja, só possui um vestido de cada modelo, por esse motivo ele não trabalha no atacado. Durante a conversa com o proprietário, foi informado que poderia disponibilizar formas de pagamento diferenciados caso compre em maior quantidade. A condição é de 5% em até 10x sem juros ou 15% de desconto no débito. Os preços são, em média, de R\$ 2.439,00.

O fornecedor de Santa Catarina fica localizado na cidade de Joinville, sendo um dos pioneiros na região na venda de vestidos, possuindo vendas no atacado e varejo. É comercializado vestidos de festa, para noivas e debutantes. Há uma vasta variedade de cores, modelos e estilos indo do básico até unidades com pedraria. As formas de pagamento são de 10% de desconto para compras dívidas em até 10x sem juros, 25% de desconto para compras divididas em até 3x sem juros e 35% de desconto nas compras feitas no débito. A média dos valores é de R\$ 1.099,50.

Já o do estado de São Paulo, encontra-se capital estando no mercado a mais de 30 anos, trabalhando com a compra de vestidos importados dos Estados Unidos da América, trazendo sofisticação e exclusividade para os seus clientes. As formas de pagamento são 15% de desconto em 10x sem juros ou 25% no débito. Os valores são, em média, de R\$ 1.500,00.

Para esse projeto serão comprados, inicialmente, 200 vestidos e a cada 6 meses, a partir do segundo ano, haverá compras de reposição de 15 vestidos, em média.

Com a pandemia, houve uma necessidade de diversificar a opção de escolha dos vestidos para o cliente. Foi criado uma modalidade de escolha através de um catálogo online e retirar na loja. Porém, para este projeto, será feita de forma presencial para que seja possível ter uma visão mais detalhista e realista entregando o melhor para os seus clientes.

4.1.5 Preço de locação dos vestidos

Para estipular o preço de locação dos vestidos, foi feito um estudo da concorrência para entender como calcular o preço e saber quais modelos eram viáveis. Os vestidos foram divididos em 5 categorias de modelos; modelo básico, bordado e fechado, bordado e aberto, pedraria e fechado e pedraria e aberto.

O Tabela 1 mostra as 5 categorias dadas em Preço da Aquisição, Quantidade, Valor Total (aquisição x quantidade) e Valor da locação.

Tabela 1 – Preço médio dos modelos

Preço médio por modelos				
Modelos	Aquisição (R\$)	Quantidade	Valor Total (R\$)	Aluguel
Modelo Básico	948,44	15	14.226,65	320,00
Modelo Bordado e Fechado	1.073,33	15	16.100,00	350,00
Modelo Bordado e Aberto	1.083,33	30	32.500,00	370,00
Modelo Pedraria e Fechado	2.100,00	60	126.000,00	810,00
Modelo Pedraria e Aberto	2.400,00	80	192.000,00	870,00
Total	7.605,11	200	380.826,65	2.720,00

Fonte: Elaborada pela autora, 2021.

Através do estudo feito, verificou-se que o preço de locação gira em torno de 33,3% do valor da aquisição dos vestidos.

4.2 LEVANTAMENTO DAS ESTIMATIVAS RELEVANTES

4.2.1 Investimento Inicial

Os investimentos iniciais correspondem ao valor total necessário para abertura de um projeto, ou seja, quanto em recurso financeiro é preciso para que uma empresa comece efetivamente operar.

Para este projeto, houve investimento de custos para a abertura, aquisição dos vestidos, reforma, ar-condicionado, máquina de costura, mobília, cabides, manequins e computador.

Na Tabela 2 é possível visualizar de forma mais detalhada a descrição dos investimentos iniciais necessários para abertura da empresa com seus respectivos valores.

Tabela 2 – Descrição dos investimentos iniciais

Investimento inicial	Valor (R\$)
Abertura da Empresa	
Custos para abertura	1.000,00
Aquisição dos vestidos	329.205,32
Construção do ambiente	
Reforma	10.200,00
Ar Condicionado	3.059,80
Máquina de costura	2.850,00
Mobília	15.267,00
Cabides	557,64
Manequins	924,00
Computador	2.789,10
Demais custos	4.139,00

Fonte: Elabora pela autora, 2021

De acordo com o Rede Jornal Contábil (2020), o projeto se enquadra ao início a uma Microempresa (ME), mas ao longo dos meses passa a ser uma Empresa de Pequeno Porte (EPP) optante pelo Simples Nacional. Os custos para abertura da empresa englobam o registro da empresa na junta comercial, a emissão do CNPJ, a emissão da inscrição Estadual, a emissão da inscrição municipal e alvará do funcionamento e o registro e licenças específicas (JÁ CALCULEI, 2021).

O desembolso para a aquisição dos vestidos será parcelado em 10x, sendo cobrando somente no mês seguinte da abertura. Foi decidido desta forma, pois todos os fornecedores possuem desconto para esse tipo de compra, conforme explicado no tópico 4.1.4.

Para a construção do ambiente, foi necessário fazer uma reforma com divisões de ambiente; como escritório, provadores, ambiente para mostruário dos vestidos e recepção dos clientes. Houve aquisição de 2 ar-condicionado, 1 máquina de costura para fazer os ajustes dos vestidos, mobília para fazer as araras, copa, 4 kits com 50 cabides, 3 manequins 1 computador, entre outros. Os demais custos são as passagens, hotéis e gastos necessários com as viagens para sair de Goiânia com destino a São Paulo, São Paulo a Curitiba, Curitiba a Joinville e Joinville a Goiânia.

4.2.2 Receita

As receitas de locação de vestidos foram estimadas para 60 meses do empreendimento. Realizou-se um estudo da concorrência identificando quais tipos de modelos eram locados. A partir daí, eles foram divididos em 5 categorias para saber o preço médio por modelo, quantidade de cada, preço total e preço de locação, explicados no tópico 4.1.5.

Conforme a Tabela 3, foi desenhado 3 cenários de demanda por locação dos vestidos conforme a sazonalidade mensal.

Tabela 3 – Descrição da média das procuras e relação aos modelos

Modelos	Baixa Procura	Média Procura	Alta Procura
Modelo Básico	1	2	5
Modelo Bordado e Fechado	2	3	5
Modelo Bordado e Aberto	8	12	15
Modelo Pedraria e Fechado	10	13	15
Modelo Pedraria e Aberto	12	22	28
Total	33	52	68

Fonte: Elaborada pela autora, 2021

Esses valores foram estimados baseado no estudo da concorrência e foram utilizados como base na tomada de decisão de escolha da quantidade de estoque inicial necessário para que no período de alta procura não passe da média de 35% do estoque total e no período de baixa procura não seja abaixo da média de 20%. Com isso, é possível saber quando será necessário comprar mais vestidos e quando as locações estão abaixo do esperado. Esse estudo levou em consideração que o tempo médio de indisponibilidade de um vestido alugado no mostruário, em média, é de 15 dias devido aos ajustes necessários pela costureira conforme o gosto do cliente, entrega, utilização, devolução, higienização e conserto.

Como no segmento de locação existe sazonalidade, a receita foi estimada pelos períodos de procura conforme mostrado na Tabela 2. juntamente com cada mês do ano; sendo que janeiro, fevereiro, junho e agosto são os piores meses. Setembro, outubro e novembro são os meses médios. Abril, maio e julho são os meses em alta e março é o melhor, por conta de um mês próximo ao mês das noivas. Na Tabela 4 a visualização está mais detalhada.

Tabela 4 – Receita estimada no decorrer dos 60 meses.

Mês	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Janeiro	22.520,00	23.668,40	24.816,80	25.965,20	27.113,60
Fevereiro	22.520,00	23.668,40	24.816,80	25.965,20	27.113,60
Março	49.064,00	51.500,00	53.936,00	56.372,00	61.244,00
Abril	45.410,00	48.089,60	50.769,20	53.448,80	56.128,40
Maio	45.410,00	48.089,60	50.769,20	53.448,80	56.128,40
Junho	22.520,00	23.668,40	24.816,80	25.965,20	27.113,60
Julho	45.410,00	48.089,60	50.769,20	53.448,80	56.128,40
Agosto	22.520,00	23.668,40	24.816,80	25.965,20	27.113,60
Setembro	35.800,00	37.905,40	40.010,80	42.116,20	44.221,60
Outubro	35.800,00	37.905,40	40.010,80	42.116,20	44.221,60
Novembro	35.800,00	37.905,40	40.010,80	42.116,20	44.221,60
Dezembro	45.410,00	48.089,60	50.769,20	53.448,80	56.128,40
Total	428.184,00	452.248,20	476.312,40	500.376,60	526.876,80

Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Para calcular a receita mensal, foi multiplicado o valor médio de aluguel, considerando cada modelo, em relação ao índice de procura.

A partir do segundo ano, a receita foi ajustada em 10% a cada ano, levando em consideração a expectativa de crescimento da loja com a divulgação e também o reajuste dos valores de aluguel conforme a inflação.

4.2.3 Custos fixos e variáveis

Os custos fixos são aqueles que não sofrem alterações caso haja uma variação quantidade de locações, como o do salário dos funcionários, que inclui salário base, benefícios base, impostos e provisões.

A Tabela 5 expõe detalhadamente os custos com os salários dos funcionários

Tabela 5 – Custos fixos com salário dos funcionários

Salário Funcionários	Valor (R\$)
Salário base	1.300,00
Benefícios Básicos	450,00
Impostos	291,78
Provisões	252,77
Total	2.294,55

Fonte: Elaborada pela autora (2021)

A loja contará com duas funcionárias; uma costureira e uma atendente. Tendo em vista que o salário será de R\$ 1.300,00 para cada, sendo 57% no preço total. Para benefícios básicos, o vale alimentação, será de R\$450,00, sendo 20% do valor total. Já os impostos compostos por FGTS R\$ 104,00 (4,3%), provisões FGTS sobre 13º e férias R\$ 20,22 (0,8%), INSS R\$ 117,00 (4,8%), provisões INSS sobre o 13º e férias R\$ 50,56 (2,1%). Por fim as provisões que são a do 13º R\$ 108,33 (4,4%), de férias R\$ 108,33 (4,4%) e de 1/3 férias R\$ 36,11 (1,5%).

O valor referente ao pró-labore da proprietária está representado na Tabela 6. A alíquota para fins de recolhimento do INSS será de 11% (JÁ CALCULEI, 2021).

Tabela 6 – Custos fixos do pró-labore

Salário Proprietária	Valor (R\$)
Pró-labore	1.500,00
INSS	11%
Total	1.665,00

Fonte: Elaborada pela autora (2021)

O pró-labore será reajustado futuramente conforme a lucratividade e disponibilidade maior de caixa da empresa.

Os custos fixos da loja serão com o aluguel do imóvel, condomínio, internet, pró-labore, marketing, contador e salário com encargos.

A Tabela 7 expõe detalhadamente os custos fixos relacionados ao funcionamento do projeto.

Tabela 7 – Custos fixos do empreendimento

Custos Fixos	Valor (R\$)
Aluguel do imóvel	2.600,00
Condomínio	150,00
Internet	120,00
Pró-labore	1.665,00
Marketing	1.000,00
Contador	650,00
Salários com encargos	4.589,10
Total	10.774,10

Fonte: Elabora pela autora, 2021.

Os custos fixos equivalem a 38% do valor da receita. Os custos com aluguel serão reajustados ao longo dos 5 anos com IPCA, conforme explicado no tópico 4.1.2.

Os custos variáveis estão relacionados aos gastos de comercialização, e variam de acordo com o faturamento da loja. Dentre eles estão a luz, pedraria, bordados e gastos com linhas, agulhas, entre outros, conforme Tabela 8.

Tabela 8 – Custos variáveis do empreendimento

Custos variáveis	Valor (R\$)
Luz	485,36
Pedraria, Bordados e demais custos	297,24
Total	782,60

Fonte: Elaborada pela autora (2021)

As compras de pedraria, bordados e demais custos vão variar conforme a locação dos vestidos. As pedrarias e o bordados podem ser comprados com os próprios fornecedores, sendo na hora da aquisição ou quando precisar. 3%

4.2.4 Impostos

Para este projeto foi utilizado o Anexo III do Simples Nacional, pelo fato do Fato R ter dado 38%, sendo que foi utilizado a alíquota 11,20% e 13,50% com descontos de R\$ 9.360,00 e R\$ 17.640,00, respectivamente, conforme mostrado na Tabela 9.

Tabela 9 – Anexo III do Simples Nacional

Faixa	Alíquota	Valor a Deduzir (em R\$)	Receita Bruta em 12 Meses (em R\$)
1ª Faixa	6%	-	Até 180000
2ª Faixa	11,20%	9.360,00	De 180.000,01 a 360.000,00
3ª Faixa	13,50%	17.640,00	De 360.000,01 a 720.000,00
4ª Faixa	16,00%	125.640,00	De 720.000,01 a 1.800.000,00
5ª Faixa	21,00%	125.640,00	De 1.800.000,01 a 3.600.000,00
6ª Faixa	33,00%	648.000,00	De 3.600.000,01 a 4.800.000,00

Fonte: Adaptada Contabilizei, 2021

Segundo o CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas), (2021) do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) esse tipo de segmento de moda se encaixa na subclasse 7723-3/00 como será mostrado na Tabela 10:

Tabela 10 – CNAE para locação de vestidos

Seção:	N ATIVIDADES ADMINISTRATIVAS E SERVIÇOS COMPLEMENTARES
Divisão:	77 ALUGUÉIS NÃO-IMOBILIÁRIOS E GESTÃO DE ATIVOS INTANGÍVEIS NÃO-FINANCEIROS
Grupo:	77.2 Aluguel de objetos pessoais e domésticos
Classe:	77.23-3 Aluguel de objetos do vestuário, jóias e acessórios
Subclasse:	7723-3/00 Aluguel de objetos do vestuário, jóias e acessórios

Fonte: IBGE, 202.

4.2.5 Capital de Giro

Para iniciar o projeto, considerando os gastos iniciais e uma baixa receita, é necessário aportar capital de giro no valor de R\$ 9.008,00 (Tabela 11).

O cálculo do capital de giro foi feito por meio de uma estimativa de 40% das receitas.

Tabela 11 – Capital de Giro para os 60 meses.

Mês	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Janeiro	9.008,00	9.467,36	9.926,72	10.386,08	10.845,44
Fevereiro	9.008,00	9.467,36	9.926,72	10.386,08	10.845,44
Março	19.625,60	20.600,00	21.574,40	22.548,80	24.497,60
Abril	18.164,00	19.235,84	20.307,68	21.379,52	22.451,36
Maio	18.164,00	19.235,84	20.307,68	21.379,52	22.451,36
Junho	9.008,00	9.467,36	9.926,72	10.386,08	10.845,44
Julho	18.164,00	19.235,84	20.307,68	21.379,52	22.451,36
Agosto	9.008,00	9.467,36	9.926,72	10.386,08	10.845,44
Setembro	14.320,00	15.162,16	16.004,32	16.846,48	17.688,64
Outubro	14.320,00	15.162,16	16.004,32	16.846,48	17.688,64
Novembro	14.320,00	15.162,16	16.004,32	16.846,48	17.688,64
Dezembro	18.164,00	19.235,84	20.307,68	21.379,52	22.451,36

Fonte: Elabora pela autora (2021)

4.2.6 Depreciação e Valor Residual

A Tabela 12 apresenta a lista de bens depreciables com suas respectivas taxas de depreciação e o valor residual no final de tempo de análise.

O Valor Residual é usado para obter o acréscimo nas receitas do último período do

projeto pela venda dos equipamentos depreciables ao longo do projeto, para esse aumento, o valor do mercado do ativo tem que ser maior do que o valor contábil.

Tabela 12 – Depreciação e Valor Residual

Bens depreciáveis	Valor Invest. (R\$)	Taxa de deprec. (anos)	Vida Útil (anos)	Valor Deprec. (anos)	Deprec. Mensal	Valor Residual (R\$)
Computador	2.789,10	20%	5,00	557,82	46,49	0,00
Máquinas e Equip.	5.909,80	10%	10,00	590,98	49,25	2.954,90
Mobiliários	16.748,64	10%	10,00	1.674,86	139,57	8.374,32
Total				2.823,66	235,31	11.329,22

Fonte: Elaborada pela autora (2021)

O computador foi totalmente depreciado, já a máquina e os equipamentos e as mobílias foram depreciadas a metade da vida útil.

Os vestidos que já alcançaram a vida útil de 15 locações, serão doados. Para os que possuem pedraria, elas são retiradas e utilizadas em outros vestidos.

4.3 FLUXO DE CAIXA

Após levantar os dados dos investimentos iniciais, receitas, custos fixos, variáveis e o capital de giro, é possível construir o fluxo de caixa para avaliação da viabilidade econômica da loja.

O fluxo de caixa projetado ao longo de 60 meses, com previsões mensais está exposto na Tabela 13.

Tabela 13 – Fluxo de caixa ao longo dos 60 meses

Meses	0	1	2	3	4	5	...	60
Investimento inicial	-369.991,86						...	-3.553,11
Receita Bruta		22.520,00	22.520,00	49.064,00	45.410,00	45.410,00	...	56.128,40
Receita acum. ou estim. 12 meses		270.240,00	270.240,00	376.416,00	418.542,00	443.817,60	...	526.876,80
Desconto		9.360,00	9.360,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	...	17.640,00
Alíquota nominal		11,2%	11,2%	13,5%	13,5%	13,5%	...	13,5%
Alíquota efetiva		7,7%	7,7%	8,8%	9,3%	9,5%	...	10,2%
Valor do imposto		1.742,24	1.742,24	4.324,35	4.216,49	4.325,48	...	5.698,14
Custos Fixos		10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	...	10.774,10
Custos Variáveis		782,60	782,60	1.705,04	1.578,06	1.578,06	...	1.950,54
Depreciação		6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	...	6.582,42
Fluxo de Caixa Operacional (FCO)		9.221,06	9.221,06	32.260,51	28.841,36	28.732,36	...	37.705,63
Capital de Giro		9.008,00	9.008,00	19.625,60	18.164,00	18.164,00	...	22.451,36
Investimento do Capital de Giro	-9.008,00	0,00	-10.617,60	1.461,60	0,00	9.156,00	...	22.451,36
Valor Residual							...	11.329,22
FC	-378.999,86	9.221,06	-1.396,54	33.722,11	28.841,36	37.888,36	...	67.933,10
FC Financiamento	-369.991,86	4.623,94	4.650,08	4.676,38	4.702,82	4.729,41	...	6.448,85
Juros		-1.861,37	-1.835,23	-1.808,94	-1.782,50	-1.755,91	...	-36,46
Fca	-369.991,86	2.735,75	-7.881,85	27.236,80	22.356,04	31.403,05	...	61.447,78

Taxa Mínima de Atratividade (TMA) (%)	1,50%	1,50%
Valor Presente Líquido (VPL) (R\$)	436.843,03	R\$ 193.285,15
Índice de Lucratividade (IL)	2,15	1,52
Payback Descontado (PBD)	24 meses	38 meses
Taxa Interna de Retorno (TIR) (%)	4,92%	3,14%

Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Para a Taxa Mínima de Atratividade (TMA) foi considerada a taxa Selic (setembro 2021) de 5,25%, inflação de 10% e risco de 5%, sendo uma taxa de 1,50% ao mês para a análise do projeto.

No fluxo de caixa acima houve um gasto de R\$ 369.991,86 de investimento inicial e, também, investimento de capital de giro com recursos próprios, onde a proprietária tem que desembolsar esse dinheiro. Já no investimento com financiamento bancário, a taxa mensal é de 7%, sem carência, calculado no modelo de tabela *price*, onde os juros são mais alta no início do financiamento e vai diminuindo gradativamente.

O fluxo de caixa de forma completa, descrevendo os valores ao longo dos 60 meses em análise, está exposto no Apêndice A.

4.3.1 Análise de Indicadores

4.3.1.1 Para FC

- O VPL obtido foi de R\$ 436.843,03, indicando que esse valor é um lucro extra gerado no projeto depois de recuperar e remunerar o investimento inicial com a TMA de 1,50% ao mês; portanto, o empreendimento deve ser aceito.
- A TIR encontrada foi correspondente a 4,92% ao mês, o que significa que o projeto, segundo esse indicador, deve ser aceito, pois $TIR > 1,50\%$, isto é, o investimento será recuperado e remunerado na taxa de 4,92% ao mês.
- O PBD, que é o período de retorno do capital investido, foi ajustado para a TMA de 1,50%, e foi equivalente a 24 meses.
- O Índice de Lucratividade encontrado foi de R\$ 2,15. Isso mostra que o projeto deve ser aceito, pois como regra geral tem-se $IL > 1$.

4.3.1.2 Para Fca

- O VPL obtido foi de R\$ 193.258,15, portanto o empreendimento deve ser aceito, pois o mesmo criará valor para o empreendimento.
- A TIR encontrada foi correspondente a 3,14% ao mês, logo, segundo este indicador o projeto deve ser aceito.
- O PBD foi de 38 meses.
- O IL encontrado foi de R\$ 1,52, mostrando que projeto deve ser aceito, pois se tem $IL > 1$.

Analisando os indicadores econômicos dos fluxos, com e sem financiamento, pode se observar que quando não se utiliza de recursos de terceiros (financiamento) os valores se tornam muito mais atrativos no ponto de vista econômico.

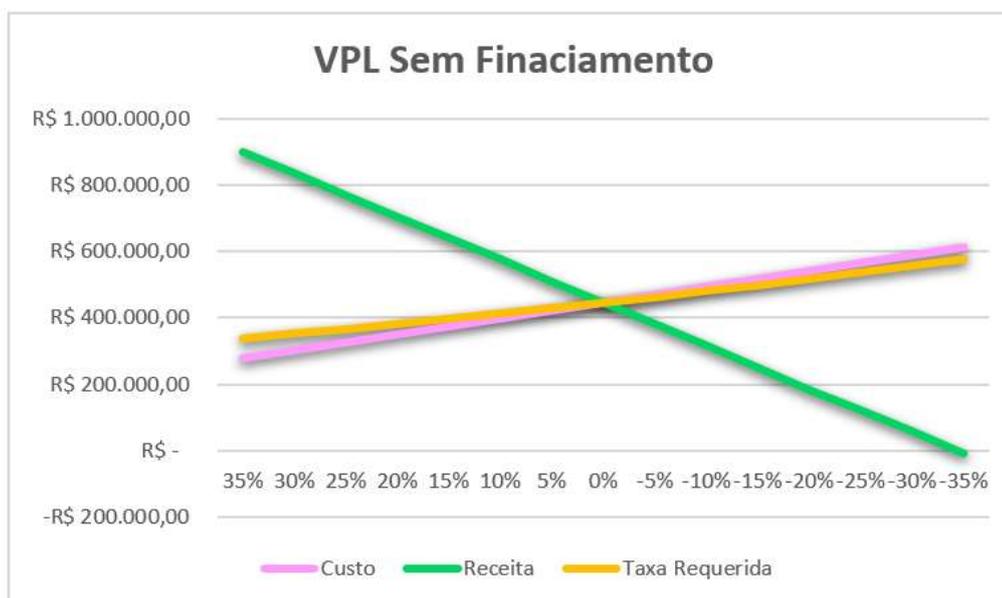
4.4 ANÁLISE DE SENSIBILIDADE

A análise de sensibilidade mostra diante do custo, da receita e taxa requerida, qual foi o mais sensível para o seu negócio, conforme a variação da porcentagem de cada um em relação ao Valor Presente Líquido por meio dos fluxos de caixa, com e sem financiamento.

Para o VPL sem financiamento houve um aumento de 5% para mais e para menos, mostrando que a receita ao chegar em -35% torna-se um valor negativo de -R\$ 7.009,72, sendo a receita o número de locações de vestidos.

A Figura 6 apresente a sensibilidade de receita sendo inclinada, comparada as demais variáveis.

Figura 6 – Gráfico do VPL Sem Financiamento



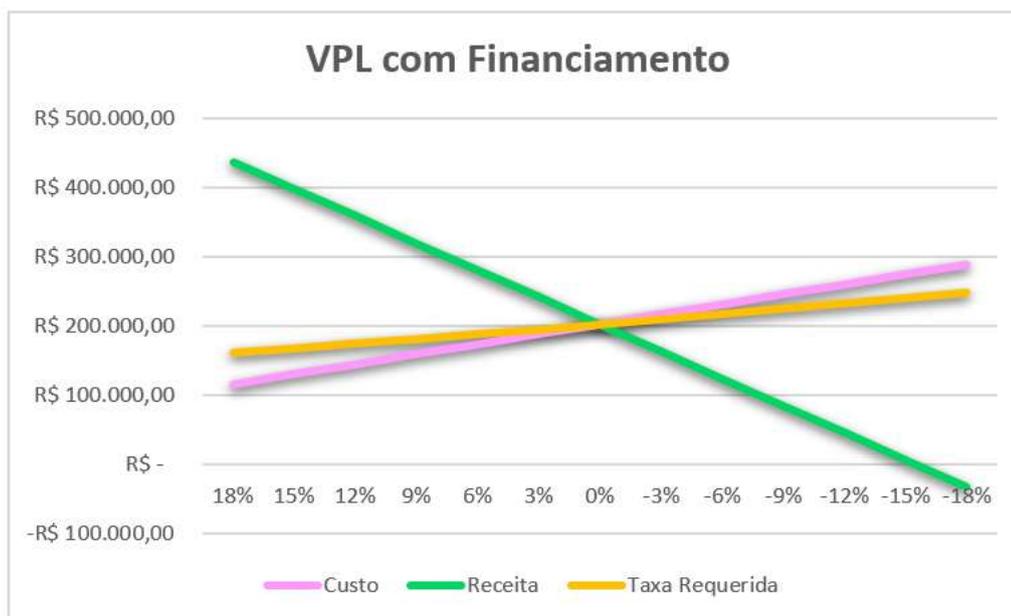
Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Para a variação do VPL com financiamento houve um aumento de 3% para mais e para menos em relação as variáveis de custo, receita e taxa requerida. Aqui também houve uma sensibilidade maior na receita, sendo que se torna negativa ao chegar a -18% com um valor de

R\$ -32.308,34, os demais não possuíram uma variação tão grande.

A Figura 7 mostra como ficaram as variáveis em relação ao VPL.

Figura 7 – Gráfico do VPL com financiamento



Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Esta análise de sensibilidade foi muito importante para identificar onde realmente merece um ponto de atenção para a abertura do empreendimento.

CAPÍTULO 5 - CONCLUSÃO

Através deste trabalho foi possível fazer a verificar que a viabilidade econômica de loja de aluguel de vestidos para festa identificando se realmente seria viável abrir este empreendimento, onde se tem início em janeiro para já esteja em funcionamento até os principais meses do ano, como mês das noivas e festas de formatura.

A proprietária possui o valor para o investimento inicial para a aquisição dos vestidos, gastos com abertura do negócio e a estrutura do local, porém por questão de maior segurança ao desembolso do investimento, optou em fazer uma análise utilizando financiamento.

Foi comparado o fluxo de caixa com e sem financiamento, e ambos obtiveram resultados positivos e mostraram que o projeto pode ser operacionalizado, porém o fluxo de caixa sem financiamento mostrou-se mais rentável, mesmo a proprietária tendo que desembolsar o valor logo no início, ainda assim é mais lucrativo.

Os valores dos indicadores encontrados que comprovam a viabilidade do negócio, sem financiamento, foram o VPL R\$ 436.843,03, uma TIR de 4,92%, o PBD 24 de meses, e IL de R\$ 2,15. Para uma melhor visão de significância destes valores, os resultados dos indicadores dos fluxos com e sem financiamento foram comparados. Sem o financiamento os resultados de rentabilidade apresentam-se sobre: VPL 126% maior, TIR 55% maior, o PBD 37% menor e IL 41 % maior, portanto, mais rentável.

Em relação a análise de sensibilidade há uma oscilação do custo, receita e taxa requerida, onde evidenciou que a receita impacta mais diretamente os indicadores se ela subir ou diminuir, ou seja, o projeto é mais sensível se ocorrem variações nas receitas do projeto, o que torna este um ponto de atenção já que esta estimativa não está sob controle, pois durante o ano existem várias sazonalidades.

REFERÊNCIAS

- AZUL, Conta. **Como escolher o melhor local para montar sua empresa.** Disponível em: <https://blog.contaazul.com/como-escolher-o-melhor-local-para-montar-sua-empresa/>. Acesso em 17 de maio de 2021.
- AYRES, Alexandre. **Boas ideias! Como vender mais e melhor no varejo.** Brasília: Futura, 2007. Acesso em 20 de maio de 2021
- BANDEIRA, Cynthia. **Aprender a empreender.** Fundação Roberto Marinho – Sebrae, 2002. Acesso em 15 de maio de 2021
- BATISTA, Marília F.. **Análise de Viabilidade econômico-financeira da abertura de uma loja de compartilhamento de roupas femininas.** Disponível em: <https://producao.ufc.br/wp-content/uploads/2017/01/tcc-2016.1-marilia-farias-batista.pdf>. Acesso em 24 de maio de 2021
- BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas.** 8.ed. São Paulo: Atlas, 2003. Acesso em 17 de maio de 2021
- BREALEY, Richard A.; MYERS, Stewart C. **Princípios de finanças empresariais.** 5. ed. Lisboa: McGraw-Hill, 1998. Acesso em novembro de 2021
- BORDEAUX-RÊGO, Ricardo *et al.* **Viabilidade econômico-financeira de projetos.** 3 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2010. Acesso em 18 de maio de 2021
- BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. **Gestão de Custos e Formação de Preços.** 3. ed. São Paulo: 2004. Acesso em 17 de maio de 2021
- CASAROTTO FILHO, Nelson C.; KOPPITKE, Bruno H. **Análise de investimentos: matemática financeira, engenharia econômica, tomada de decisão e estratégia empresarial.** 10 ed. São Paulo: Atlas, 2007. Acesso em 19 de maio de 2021
- CALCULEI, Já. **O que é Pró-labore.** Disponível em: [https://www.jacalculei.com.br/contabilidade-online/contabilidade-online-pro-labore-o-que-e/#:~:text=Contribui%C3%A7%C3%A3o%20para%20Previd%C3%Aancia%20Social%20\(INSS,pr%C3%B3%20labore%20para%202021\)](https://www.jacalculei.com.br/contabilidade-online/contabilidade-online-pro-labore-o-que-e/#:~:text=Contribui%C3%A7%C3%A3o%20para%20Previd%C3%Aancia%20Social%20(INSS,pr%C3%B3%20labore%20para%202021)). Acesso 28 de setembro de 2021
- CARRIJO, Wesley. EPP: **Saiba o que é e qual a diferença entre MEI, ME e EIRELI.** Disponível em: <https://www.jornalcontabil.com.br/epp-saiba-o-que-e-e-qual-a-diferenca-entre-mei-me-e-eireli>. Acesso em 28 de setembro de 2021
- CALCULEI, Já. **Como abrir uma empresa Simples Nacional.** Disponível em: <https://www.jacalculei.com.br/contabilidade-online/contabilidade-online-abrir-empresa-simples-nacional>. Acesso em 28 de setembro de 2021.
- CUNHA, Ana Carolina Sgambato. **Viabilidade financeira de um E-commerce de vestuário feminino.** Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/13398/1/2015_AnaCarolinaSgambatoCunha.pdf. Acesso

em 17 de junho de 2021

HOJI, Masakazu. **Administração Financeira: uma abordagem prática**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2000. Acesso em 19 de maio de 2021

HORNGREN, C. T., DATAR, S. M. e FOSTER, G. **Contabilidade de Custos**. 11 ed. São Paulo: Prentice Hall/Pearson, 2004. Acesso em 20 de maio de 2021

IBGE. **Comissão Nacional de Classificados – CONCLA**. Disponível em: <https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html>. Acesso 24 de maio de 2021.

INTELLIPLAN. **Analisar a concorrência-Por que é importante?** Disponível em: <https://www.intelliplan.com.br/a-importancia-de-analisar-a-concorrencia>. Acesso em 15 de junho de 2021.

JUNIOR, José Carlos R. **Como escolher o regime tributário para sua empresa**. Publicado em 16 de março de 2021. Disponível em: <https://conube.com.br/blog/regime-tributario/>. Acesso em 24 de maio de 2021.

JUNGES, Amélia Heeman. **Estudo de viabilidade econômico-financeira de uma loja de vestuário feminino de estilo executivo no município de Porto Alegre**. Disponível em: https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/26597/000751813.pdf?sequence=1&locale-attribute=pt_BR

LAPPONI, José Carlos. **Projetos de investimentos na empresa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. Acesso em 23 de maio de 2021

LAUGENI, Fernando Pierro. MARTINS, Petrônio Garcia. **Administração da produção**. 2 ed. rev. aum. e atual. São Paulo: Saraiva, 2005 Acesso em 20 de maio de 2021

LEONE, George Sebastião Guerra. **Custos: planejamento, implantação e controle**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000. Acesso em 22 de maio de 2021

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica** 1. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010. Acesso em 15 de junho de 2021.

PEINALDO, Jurandir; GRAEML, Alexandre Reis. **Administração da produção: operações industriais e de serviços**. Curitiba: UnicenP, 2007. 750 p. Acesso em 20 de maio de 2021

NESP. **Perfil do município de Maringá/PR**. Disponível em: http://www.nesp.unb.br/saudelgbt/images/arquivos/Perfil_Maringa.pdf. Acesso em 28 de setembro de 2021

OSTERMANN, Claudia Luiza. **Plano de negócios de uma loja de roupas femininas**. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/24428/000548009.pdf?sequence=1>. Acesso em 24 de março de 2021

PEREIRA, Agnaldo Santos; COSTA, Luiz Guilherme Tinoco. A; COSTA Luiz Rodolfo Tinoco. A. **Análise de investimentos**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2012. Acesso em 20 de maio de 2021. Acesso em 15 de maio de 2021

PEREIRA, Heitor José. **Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor**. Brasília. ed. Sebrae, 1995 Acesso em 22 de maio de 2021.

PIRES, Eduarda Lopes Tiago Grandi. **Estudo de viabilidade econômica de uma empresa do comércio varejista de roupas femininas**. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUOS-9BEHWG/1/eltgp_tcc_ufmg_final.pdf. Acesso em 16 de maio de 2021

PORTAL TRIBUTÁRIO. **Simples Nacional**. Disponível em: <http://www.portaltributario.com.br/guia/simplesnacional.html>. Acesso em 24 de maio de 2021.

REBELATTO, Dasy. **Projeto de investimento: com estudo de caso completo na área de serviços**. São Paulo: Manoele, 2004. Acesso em 22 de maio de 2021

RIBEIRO, Carlos Vítor Timo. **Manual de elaboração: Como fazer projetos de viabilidade econômica**. Cuiabá: UNIC, 2000. Acesso em 23 de maio de 2021

SANTOS, Marinéia Almeida. **Contabilidade de Custos**. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/30859/1/eBook%20Contabilidade%20de%20Custos%20UFBA.pdf>. Acesso em 24 de maio de 2021

SEBRAE. **Análise o mercado antes de tomar decisões**. Publicado em 26/11/2020. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/analise-o-mercado-antes-de-tomar-decisoes,500d7e0805b1a410VgnVCM1000003b74010aRCRD_. Acesso em 24 de maio de 2021

SEBRAE. **Como realizar a pesquisa de fornecedores e fechar parceiros confiável**. Publicado em 26/11/2020. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/pesquisa-de-fornecedores,ea7836627a963410VgnVCM1000003b74010aRCRD_. Acesso em 24 de março de 2021

SEBRAE. **Plano de negócio: por que ele é tão importante para abrir uma empresa?** Publicado em 27/09/2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/plano-de-negocio-porque-ele-e-tao-importante-para-abrir-a-sua-empresa,05bdf074cdcda510VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=%C3%89%20preciso%20tirar%20as%20ideias,neg%C3%B3cio%20que%20voc%C3%AA%20deseja%20abrir.> Acesso em 24 de março de 2021

VALADÃO, Rodrigo. **Dinastia Contábil**. 2021. Disponível em: <https://www.dinastiacontabil.com.br>. Acesso em 24 de maio de 2021

NESP. **Perfil do município de Maringá/PR**. Disponível

em:http://www.nesp.unb.br/saudelgbt/images/arquivos/Perfil_Maringa.pdf. Acesso em 28 de setembro de 2021

WESTON, Fred; BRIGHAM, Eugene F. **Fundamentos da administração financeira**. 10. ed. São Paulo: Makron Books, 2000. Acesso em novembro de 2021.

APÊNDICE A – FLUXO DE CAIXA COMPLETO

Meses	0	1	2	3	4	5	6	7
Investimento inicial	-369.991,86							
Receita Bruta		22.520,00	22.520,00	49.064,00	45.410,00	45.410,00	22.520,00	45.410,00
Receita acum. ou estim. 12 meses		270.240,00	270.240,00	376.416,00	418.542,00	443.817,60	414.888,00	433.464,00
Desconto		9.360,00	9.360,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00
Alíquota nominal		11,2%	11,2%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%
Alíquota efetiva		7,7%	7,7%	8,8%	9,3%	9,5%	9,2%	9,4%
Valor do imposto		1.742,24	1.742,24	4.324,35	4.216,49	4.325,48	2.082,71	4.282,37
Custos Fixos		10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10
Custos Variáveis		782,60	782,60	1.705,04	1.578,06	1.578,06	782,60	1.578,06
Depreciação		6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42
Fluxo de Caixa Operacional (FCO)		9.221,06	9.221,06	32.260,51	28.841,36	28.732,36	8.880,59	28.775,47
Capital de Giro		9.008,00	9.008,00	19.625,60	18.164,00	18.164,00	9.008,00	18.164,00
Investimento do Capital de Giro	-9.008,00	0,00	-10.617,60	1.461,60	0,00	9.156,00	-9.156,00	9.156,00
Valor Residual								
FC	-378.999,86	9.221,06	-1.396,54	33.722,11	28.841,36	37.888,36	-275,41	37.931,47
FC Financiamento	-369.991,86	4.623,94	4.650,08	4.676,38	4.702,82	4.729,41	4.756,15	4.783,04
Juros		-1.861,37	-1.835,23	-1.808,94	-1.782,50	-1.755,91	-1.729,17	-1.702,27
Fca	-369.991,86	2.735,75	-7.881,85	27.236,80	22.356,04	31.403,05	-6.760,72	31.446,16

8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
							-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11
22.520,00	35.800,00	35.800,00	35.800,00	45.410,00	23.668,40	23.668,40	51.500,00	48.089,60	48.089,60
413.061,00	432.981,00	416.368,80	417.571,64	428.184,00	429.332,40	430.480,80	432.916,80	435.596,40	438.276,00
17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00
13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%
9,2%	9,4%	9,3%	9,3%	9,4%	9,4%	9,4%	9,4%	9,5%	9,5%
2.078,47	3.374,48	3.316,29	3.320,66	4.259,58	2.222,77	2.225,36	4.854,04	4.544,65	4.556,56
10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10
782,60	1.244,10	1.244,10	1.244,10	1.578,06	822,51	822,51	1.789,69	1.671,18	1.671,18
6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42
8.884,83	20.407,32	20.465,52	20.461,15	28.798,26	9.849,02	9.846,43	34.082,17	31.099,67	31.087,77
9.008,00	14.320,00	14.320,00	14.320,00	18.164,00	9.467,36	9.467,36	20.600,00	19.235,84	19.235,84
-5.312,00	0,00	0,00	-3.844,00	8.696,64	0,00	-11.132,64	1.364,16	0,00	9.768,48
3.572,83	20.407,32	20.465,52	16.617,15	37.494,90	9.849,02	-1.286,21	31.893,22	27.546,56	37.303,14
4.810,08	4.837,28	4.864,63	4.892,14	4.919,80	4.947,61	4.975,59	5.003,72	5.032,01	5.060,47
-1.675,23	-1.648,03	-1.620,68	-1.593,18	-1.565,52	-1.537,70	-1.509,72	-1.481,59	-1.453,30	-1.424,85
-2.912,48	13.922,01	13.980,20	10.131,83	31.009,58	3.363,71	-7.771,53	25.407,91	21.061,25	30.817,82

18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11
23.668,40	48.089,60	23.668,40	37.905,40	37.905,40	37.905,40	48.089,60	24.816,80	24.816,80	53.936,00
439.424,40	442.104,00	443.252,40	445.357,80	447.463,20	449.568,60	452.248,20	453.396,60	454.545,00	456.981,00
17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00
13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%
9,5%	9,5%	9,5%	9,5%	9,6%	9,6%	9,6%	9,6%	9,6%	9,6%
2.245,10	4.573,32	2.253,31	3.615,85	3.622,91	3.629,91	4.616,35	2.384,74	2.387,18	5.199,37
10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10
822,51	1.671,18	822,51	1.317,26	1.317,26	1.317,26	1.671,18	862,42	862,42	1.874,35
6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42
9.826,69	31.071,01	9.818,48	22.198,19	22.191,12	22.184,13	31.027,97	10.795,55	10.793,11	36.088,18
9.467,36	19.235,84	9.467,36	15.162,16	15.162,16	15.162,16	19.235,84	9.926,72	9.926,72	21.574,40
-9.768,48	9.768,48	-5.694,80	0,00	0,00	-4.073,68	9.309,12	0,00	-11.647,68	1.266,72
-3.494,90	37.286,38	570,57	18.645,08	18.638,01	14.557,33	36.783,98	7.242,44	-4.407,68	33.801,79
5.089,08	5.117,85	1.338,52	5.175,89	5.205,16	5.234,59	5.264,18	5.293,95	5.323,88	5.353,98
-1.396,24	-1.367,46	-1.338,52	-1.309,42	-1.280,16	-1.250,73	-1.221,13	-1.191,37	-1.161,43	-1.131,33
-9.980,22	30.801,06	-2.106,48	12.159,76	12.152,70	8.072,02	30.298,66	757,12	-10.893,00	27.316,48

28	29	30	31	32	33	34	35	36	37
-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11
50.769,20	50.769,20	24.816,80	50.769,20	24.816,80	40.010,80	40.010,80	40.010,80	50.769,20	25.965,20
459.660,60	462.340,20	463.488,60	466.168,20	467.316,60	469.422,00	471.527,40	473.632,80	476.312,40	477.460,80
17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00
13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%
9,7%	9,7%	9,7%	9,7%	9,7%	9,7%	9,8%	9,8%	9,8%	9,8%
4.905,52	4.916,81	2.405,76	4.932,71	2.413,50	3.897,93	3.904,64	3.911,29	4.973,63	2.546,01
10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10
1.764,30	1.764,30	862,42	1.764,30	862,42	1.390,43	1.390,43	1.390,43	1.764,30	902,33
6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42
33.325,29	33.313,99	10.774,52	33.298,09	10.766,79	23.948,34	23.941,63	23.934,98	33.257,17	11.742,77
20.307,68	20.307,68	9.926,72	20.307,68	9.926,72	16.004,32	16.004,32	16.004,32	20.307,68	10.386,08
0,00	10.380,96	-10.380,96	10.380,96	-6.077,60	0,00	0,00	-4.303,36	9.921,60	0,00
29.772,18	40.141,84	-3.159,55	40.125,94	1.136,07	20.395,23	20.388,52	16.078,51	39.625,66	8.189,66
5.384,25	5.414,70	5.445,31	5.476,10	5.507,07	5.538,20	5.569,52	5.601,01	5.632,68	5.664,52
-1.101,06	-1.070,62	-1.040,00	-1.009,21	-978,25	-947,11	-915,80	-884,31	-852,64	-820,79
23.286,86	33.656,53	-9.644,86	33.640,62	-5.349,24	13.909,92	13.903,21	9.593,19	33.140,35	1.704,34

38	39	40	41	42	43	44	45	46	47
-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11
25.965,20	56.372,00	53.448,80	53.448,80	25.965,20	53.448,80	25.965,20	42.116,20	42.116,20	42.116,20
478.609,20	481.045,20	483.724,80	486.404,40	487.552,80	490.232,40	491.380,80	493.486,20	495.591,60	497.697,00
17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00
13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%
9,8%	9,8%	9,9%	9,9%	9,9%	9,9%	9,9%	9,9%	9,9%	10,0%
2.548,31	5.543,05	5.266,47	5.277,21	2.565,86	5.292,34	2.573,18	4.180,21	4.186,61	4.192,95
10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10
902,33	1.959,00	1.857,42	1.857,42	902,33	1.857,42	902,33	1.463,59	1.463,59	1.463,59
6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42
11.740,47	38.095,85	35.550,81	35.540,08	11.722,91	35.524,94	11.715,59	25.698,29	25.691,90	25.685,55
10.386,08	22.548,80	21.379,52	21.379,52	10.386,08	21.379,52	10.386,08	16.846,48	16.846,48	16.846,48
-12.162,72	1.169,28	0,00	10.993,44	-10.993,44	10.993,44	-6.460,40	0,00	0,00	-4.533,04
-3.975,36	35.712,02	31.997,70	42.980,41	-2.823,64	42.965,27	1.702,08	22.145,18	22.138,78	17.599,40
5.696,55	5.728,76	5.761,15	5.793,73	5.826,49	5.859,43	5.892,56	5.925,88	5.959,38	5.993,08
-788,76	-756,55	-724,16	-691,59	-658,83	-625,88	-592,75	-559,44	-525,93	-492,24
-10.460,68	29.226,70	25.512,39	36.495,09	-9.308,95	36.479,96	-4.783,23	15.659,87	15.653,47	11.114,09

48	49	50	51	52	53	54	55	56	57
-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11
53.448,80	27.113,60	27.113,60	61.244,00	56.128,40	56.128,40	27.113,60	56.128,40	27.113,60	44.221,60
500.376,60	501.525,00	502.673,40	507.545,40	510.225,00	512.904,60	514.053,00	516.732,60	517.881,00	519.986,40
17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00
13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%	13,5%
10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,1%	10,1%	10,1%	10,1%	10,1%
5.331,33	2.706,68	2.708,86	6.139,37	5.636,81	5.646,95	2.729,92	5.661,25	2.736,80	4.469,74
10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10	10.774,10
1.857,42	942,23	942,23	2.128,31	1.950,54	1.950,54	942,23	1.950,54	942,23	1.536,76
6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42	6.582,42
35.485,95	12.690,59	12.688,41	42.202,22	37.766,96	37.756,82	12.667,35	37.742,52	12.660,47	27.441,00
21.379,52	10.845,44	10.845,44	24.497,60	22.451,36	22.451,36	10.845,44	22.451,36	10.845,44	17.688,64
10.534,08	0,00	-13.652,16	2.046,24	0,00	11.605,92	-11.605,92	11.605,92	-6.843,20	0,00
42.466,92	9.137,48	-4.516,86	40.695,35	34.213,84	45.809,63	-2.491,68	45.795,33	2.264,16	23.887,89
6.026,96	6.061,04	6.095,31	6.129,77	6.164,43	6.199,29	6.234,34	6.269,59	6.305,04	6.340,69
-458,35	-424,27	-390,00	-355,54	-320,88	-286,03	-250,97	-215,72	-180,28	-144,63
35.981,60	2.652,16	-11.002,17	34.210,03	27.728,53	39.324,31	-8.977,00	39.310,01	-4.221,15	17.402,57

58	59	60
-3.553,11	-3.553,11	-3.553,11
44.221,60	44.221,60	56.128,40
522.091,80	524.197,20	526.876,80
17.640,00	17.640,00	17.640,00
13,5%	13,5%	13,5%
10,1%	10,1%	10,2%
4.475,79	4.481,79	5.698,14
10.774,10	10.774,10	10.774,10
1.536,76	1.536,76	1.950,54
6.582,42	6.582,42	6.582,42
27.434,95	27.428,95	37.705,63
17.688,64	17.688,64	22.451,36
0,00	-4.762,72	22.451,36
		11.329,22
23.881,84	19.113,12	67.933,10
6.376,54	6.412,59	6.448,85
-108,77	-72,72	-36,46
17.396,52	12.627,80	61.447,78

APÊNDICE B – PAYBACK DESCONTADO SEM FINANCIAMENTO

Mês	FC (R\$)	VP (R\$)	VP acumulado
0	-378.999,86	-378.999,86	-378.999,86
1	9.221,06	9.084,79	-369.915,07
2	-1.396,54	-1.355,57	-371.270,64
3	33.722,11	32.249,03	-339.021,61
4	28.841,36	27.173,87	-311.847,74
5	37.888,36	35.170,26	-276.677,48
6	-275,41	-251,87	-276.929,35
7	37.931,47	34.177,27	-242.752,08
8	3.572,83	3.171,64	-239.580,44
9	20.407,32	17.848,09	-221.732,35
10	20.465,52	17.634,46	-204.097,89
11	16.617,15	14.106,85	-189.991,04
12	37.494,90	31.360,26	-158.630,78
13	9.849,02	8.115,86	-150.514,92
14	-1.286,21	-1.044,21	-151.559,13
15	31.893,22	25.509,84	-126.049,29
16	27.546,56	21.707,55	-104.341,74
17	37.303,14	28.961,60	-75.380,14
18	-3.494,90	-2.673,29	-78.053,43
19	37.286,38	28.099,29	-49.954,14
20	570,57	423,63	-49.530,50
21	18.645,08	13.638,84	-35.891,67
22	18.638,01	13.432,19	-22.459,48
23	14.557,33	10.336,25	-12.123,24
24	36.783,98	25.732,01	13.608,77
25	7.242,44	4.991,53	18.600,30
26	-4.407,68	-2.992,91	15.607,39
27	33.801,79	22.612,92	38.220,31
28	29.772,18	19.622,82	57.843,13
29	40.141,84	26.066,46	83.909,59
30	-3.159,55	-2.021,36	81.888,23
31	40.125,94	25.291,69	107.179,92
32	1.136,07	705,49	107.885,42
33	20.395,23	12.478,12	120.363,54
34	20.388,52	12.289,67	132.653,21
35	16.078,51	9.548,48	142.201,69
36	39.625,66	23.184,57	165.386,26
37	8.189,66	4.720,87	170.107,13
38	-3.975,36	-2.257,71	167.849,43
39	35.712,02	19.981,99	187.831,42
40	31.997,70	17.639,13	205.470,55

41	42.980,41	23.343,33	228.813,87
42	-2.823,64	-1.510,90	227.302,98
43	42.965,27	22.650,50	249.953,47
44	1.702,08	884,05	250.837,52
45	22.145,18	11.332,02	262.169,54
46	22.138,78	11.161,33	273.330,86
47	17.599,40	8.741,66	282.072,53
48	42.466,92	20.781,68	302.854,21
49	9.137,48	4.405,45	307.259,66
50	-4.516,86	-2.145,53	305.114,13
51	40.695,35	19.044,81	324.158,94
52	34.213,84	15.774,94	339.933,88
53	45.809,63	20.809,25	360.743,13
54	-2.491,68	-1.115,13	359.628,00
55	45.795,33	20.192,44	379.820,44
56	2.264,16	983,58	380.804,02
57	23.887,89	10.223,82	391.027,84
58	23.881,84	10.070,18	401.098,02
59	19.113,12	7.940,26	409.038,29
60	67.933,10	27.804,74	436.843,03

APÊNDICE C – PAYBACK DESCONTADO COM FINANCIAMENTO

Mês	FC (R\$)	VP (R\$)	VP acumulado
1	-369.991,86	-369.991,86	-369.991,86
1	2.735,75	2.695,32	-367.296,54
2	-7.881,85	-7.650,61	-374.947,16
3	27.236,80	26.047,01	-348.900,15
4	22.356,04	21.063,51	-327.836,64
5	31.403,05	29.150,20	-298.686,43
6	-6.760,72	-6.182,96	-304.869,40
7	31.446,16	28.333,83	-276.535,57
8	-2.912,48	-2.585,45	-279.121,01
9	13.922,01	12.176,08	-266.944,93
10	13.980,20	12.046,28	-254.898,65
11	10.131,83	8.601,25	-246.297,40
12	31.009,58	25.936,03	-220.361,37
13	3.363,71	2.771,79	-217.589,59
14	-7.771,53	-6.309,31	-223.898,89
15	25.407,91	20.322,55	-203.576,34
16	21.061,25	16.596,92	-186.979,43
17	30.817,82	23.926,50	-163.052,92
18	-9.980,22	-7.633,98	-170.686,91
19	30.801,06	23.211,91	-147.475,00
20	-9.980,22	-7.410,02	-154.885,01
21	12.159,76	8.894,84	-145.990,17
22	8.072,02	5.817,41	-140.172,76
23	8.072,02	5.731,43	-134.441,33
24	30.298,66	21.195,25	-113.246,08
25	757,12	521,81	-112.724,27
26	-10.893,00	-7.396,57	-120.120,84
27	27.316,48	18.274,34	-101.846,50
28	23.286,86	15.348,35	-86.498,15
29	33.656,53	21.855,17	-64.642,98
30	-9.644,86	-6.170,42	-70.813,41
31	33.640,62	21.203,95	-49.609,46
32	-5.349,24	-3.321,84	-52.931,30
33	13.909,92	8.510,31	-44.420,99
34	13.903,21	8.380,49	-36.040,50
35	9.593,19	5.697,07	-30.343,43
36	33.140,35	19.390,08	-10.953,35
37	1.704,34	982,46	-9.970,89
38	-10.460,68	-5.940,87	-15.911,76
39	29.226,70	16.353,25	441,49
40	25.512,39	14.064,02	14.505,51

41	36.495,09	19.821,05	34.326,56
42	-9.308,95	-4.981,12	29.345,44
43	36.479,96	19.231,56	48.577,00
44	-4.783,23	-2.484,37	46.092,64
45	15.659,87	8.013,39	54.106,02
46	15.653,47	7.891,74	61.997,76
47	11.114,09	5.520,39	67.518,15
48	35.981,60	17.608,02	85.126,17
49	2.652,16	1.278,69	86.404,86
50	-11.002,17	-5.226,08	81.178,78
51	34.210,03	16.009,78	97.188,56
52	27.728,53	12.784,76	109.973,32
53	39.324,31	17.863,27	127.836,59
54	-8.977,00	-4.017,58	123.819,00
55	39.310,01	17.332,89	141.151,89
56	-4.221,15	-1.833,72	139.318,17
57	17.402,57	7.448,16	146.766,33
58	17.396,52	7.335,54	154.101,87
59	12.627,80	5.246,04	159.347,90
60	61.447,78	25.150,33	184.498,23

RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

ANEXO I

APÊNDICE ao TCC

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Elisa Cecato Astolfi
do Curso de Engenharia de Produção, matrícula 20171003700121,
telefone: (77) 999343159 e-mail elisaastolfi9@gmail.com, na
qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 9.610/98 (Lei dos Direitos
do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o
Trabalho de Conclusão de Curso intitulado
Análise da Viabilidade econômica de um empreen-
diamento de Aluguel de Roupos de festas em Morango - Rev
gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões
do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado
(Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG,
MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a
título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 01 de dezembro de 2021.

Assinatura do(s) autor(es): Elisa Cecato Astolfi

Nome completo do autor: Elisa Cecato Astolfi

Assinatura do professor-orientador: Ricardo Castano Rezende

Nome completo do professor-orientador: Ricardo Castano Rezende