



SUMÁRIO

1-Sumário Executivo

.....
5

2- Aspectos Técnicos

.....
7

2.1-Apresentação do Empreendimento

.....
7

2.1.1-Oportunidade de Negócio

.....
7

2.1.2-Negócio

.....
7

2.1.3-Estrutura Funcional e Qualificação dos Sócios

.....
8

2.1.3.1- Estrutura Funcional

.....
8

2.1.3.2-Qualificação dos Sócios

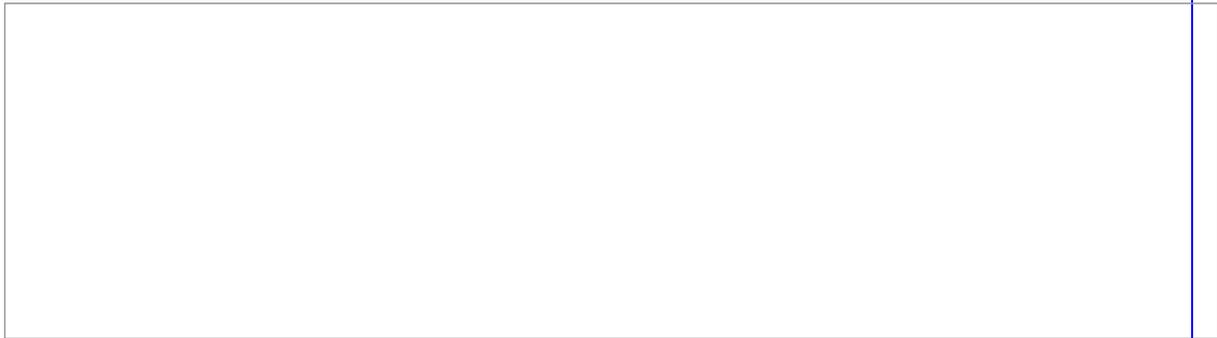
.....
9

2.1.4-Missão 9

2.1.5-Visão 9

2.1.6-Valores9

2.1.7-Objetivos



10

2.2-Descrição Detalhada dos Produtos e/ou Serviços

10

2.3-Análise de Mercado

11

2.3.1-Efeitos Relevantes das Forças Econômicas, Políticas, Sociais, Culturais e Tecnológicas

11

2.3.2-Efeitos Relevantes dos Consumidores, Fornecedores, Novos Entrantes, Produtos Substituto e Pelos Concorrentes

12

2.3.3-Comparação com Produtos e/ou Serviços Concorrente

13

2.4-Descrição do Processo de Produção

14

2.4.1-Detalhamento do processo de Produção

14

2.4.2-Capacitação Técnica da Equipe

15

3-Aspectos Econômicos

15

3.1-Mercado Consumidor



.....
15
3.2-Mercado Fornecedor
.....
16
3.3-Mercado Concorrente
.....
16
3.4-Análise do SWOT: Oportunidades, Ameaças, Pontos Fortes e Pontos Fracos
.....
17
3.5-Fatores Críticos de Sucesso
.....
18
3.6-Análise de Viabilidade Técnica
.....
19
3.7-Métodos de Marketing
.....
20
4-Aspectos Financeiros
.....
21
4.1-Projeção de Custos
.....
21
4.1.1-Investimento Inicial Estimado (Investimento Fixo + Capital de Giro)
.....
21
4.1.2-Explicações Sobre as Contas
.....
27
4.1.3-Depreciação de Móveis e Equipamentos
.....

28

4.2-Determinação de Preços

29

4.2.1-Recursos Humanos

29

4.2.2-Custos Fixos

30

4.2.3-Custos Variáveis (Custo da Produção)

33

4.2.4-Custos Variáveis (Custo de Venda)

33

4.2.5-Custos Variáveis por Unidade

34

4.2.6-Preço de Vendas

34

4.3-Projeção de Vendas

35

4.4-Projeção Financeira

36

4.4.1-DRE: Demonstração de Resultado do Exercício

36

4



4.4.2-Fluxo de Caixa

.....
40

4.4.3-Análise de Sensibilidade do Empreendimento

.....
44

5-Aspectos Institucionais

.....
45

5.1-Apoio

.....
45

5.1.1-Identificação de Necessidades

.....
45

5.1.2-Metas para os próximos 3 anos

.....
46

6-Conclusão

.....
47

7-Anexos

.....
48

7.1-Logomarca

.....
48

7.2-Pesquisa de Mercado

.....
49

7.2.1-Questionário da Pesquisa de Mercado

.....
49

7.2.2-Resultado da Pesquisa de Mercado

.....
51

7.2.3-Questionário da Pesquisa de Mercado – Entrevista

.....
61

7.3-Análise do SWOT do Concorrente: Oportunidades, Ameaças, Pontos Forte e Pontos Fracos

.....
121

7.4-Lay Out

.....
122



8-Assinaturas

.....

1231- **Sumário Executivo**

A empresa Forma Intima será uma empresa de sociedade limitada, composta por três sócios, sendo um gerente geral e o outro gerente administrativo e o terceiro sócio investidor, ambos com qualificações tais como graduação e especialização e habilidades como flexibilidade, liderança e objetividade competências tais que possibilitaram a uma eficiente atuação no mercado.

A empresa buscará atuar no ramo de vestuário, mas precisamente na fabricação própria e venda com uma loja física de lingerie masculino e feminino, sabe-se que no mercado brasileiro o mercado de lingerie tem movimento milhões no PIB, e vem crescendo significativamente, tornando-se assim um ramo de atuação atrativo.

Após analisarmos alguns concorrentes diretos identificarmos seus pontos fortes e fracos, foi possível observar que alguns possuem produtos atrativos, porém com uma localização deficiente e vice-versa.

Para se destacar e buscar o diferencial neste mercado a empresa Forma Intima, buscará produzir peças inovadoras, com acabamentos diferenciados entre pedras, semi-jóias, tecidos sofisticados e confortáveis, teremos diversidades em cores e modelos de calcinhas, sutiã, conjuntos e cuecas com linhas casuais e sensuais.

O Público alvo será as classes a e b, atendendo os consumidores de faixa etária a partir de 15 anos de idade, sendo do sexo masculino e feminino estaremos localizados na Rua Padre Eustáquio, pois consideramos a localização de fácil acesso e que abrange uma área ampla de clientes.

Por se tratar um produto em todos utilizam, identificamos que os bens substitutos que poderá nos afetar são as lingeries básicas, com preços inferiores, como iremos produzir nossos produtos, isso nos proporcionará uma vantagem competitiva, pois poderemos ter um preço mais vantajoso nos produtos acabados.

Após várias análise financeira e cálculo sobre o negócio, identificou que a empresa forma intima possui uma viabilidade satisfatória no mercado de lingerie, o que corresponde a algumas projeções como de retorno para o negócio a TRI (Taxa Interna de Retorno) de 27%, com o VPL (Valor Presente Líquido) igual a R\$ 21.055,52 sendo que no payback e estimado o retorno do capital investido em 39,6 meses.

Para que o negócio venha a se desenvolver á necessidade de capital, sendo este capital próprio ou de terceiros a forma intima e uma empresa com grande expectativa de sucesso.



2- Aspectos Técnicos

2.1- Apresentação do Empreendimento

2.1.1- Oportunidade de Negócio

A decisão de se abrir uma empresa nasceu de um trabalho que nos foi proposto na faculdade, no curso de administração, onde buscamos de criar uma empresa.

Ao analisarmos as possibilidades procuramos por um produto que pudessem ser agregado no mercado proporcionando uma rentabilidade.

Após uma reunião entre os membros do grupo, chegou-se à conclusão que devido ao crescente aumento do mercado, a nossa empresa atuará no ramo de vestuários mais precisamente com lingerie onde iremos fabricar e vender em uma loja peças sofisticados, diferenciados e atrativas.

2.1.2- Negócio

A Forma Intima será uma empresa que atuará no ramo de vestuário mais precisamente com a fabricação e vendas de lingerie atenderão o público feminino e masculino. Para se destacar no mercado a empresa Forma Intima buscara produzir peças inovadoras com acabamentos diferenciadas entre eles pedras preciosas e semi jóias, buscaremos novos tecidos para melhor conforto e satisfação.

Teremos diversidades de cores e modelos de calcinhas, sutiãs, conjuntos e cuecas. Trabalharemos com linhas casuais, sensuais atingindo e satisfazendo as necessidades de nossos clientes.

As informações do negocio são:

- Nome do Negócio: Forma Intima LTDA.
- Tipo de Organização do Negócio: Sociedade Limitada.
- Nome dos Sócios:



- Claudivanio Souza Mendes
 - Erickson Roberto Duarte
 - Elaine Cristina da Silva
- Localização
- Endereço: Rua Padre Eustáquio, 1471.
 - Cidade/Estado: Belo Horizonte - MG
 - CEP: 30710-580
 - Telefone: (31) 98850-4864 (31) 99601-5790 Fax: (31) 2516-9949
- Breve Histórico: a Forma Intima será uma empresa que possuirá fabricação própria de
- lingeries feminina e masculina além de revender os seus próprios produtos em loja física e para revendedores.

2.1.3- Estrutura Funcional e Qualificação dos Sócios

2.1.3.1- Estrutura Funcional

A figura 1 mostra a estrutura funcional da Forma Intima.

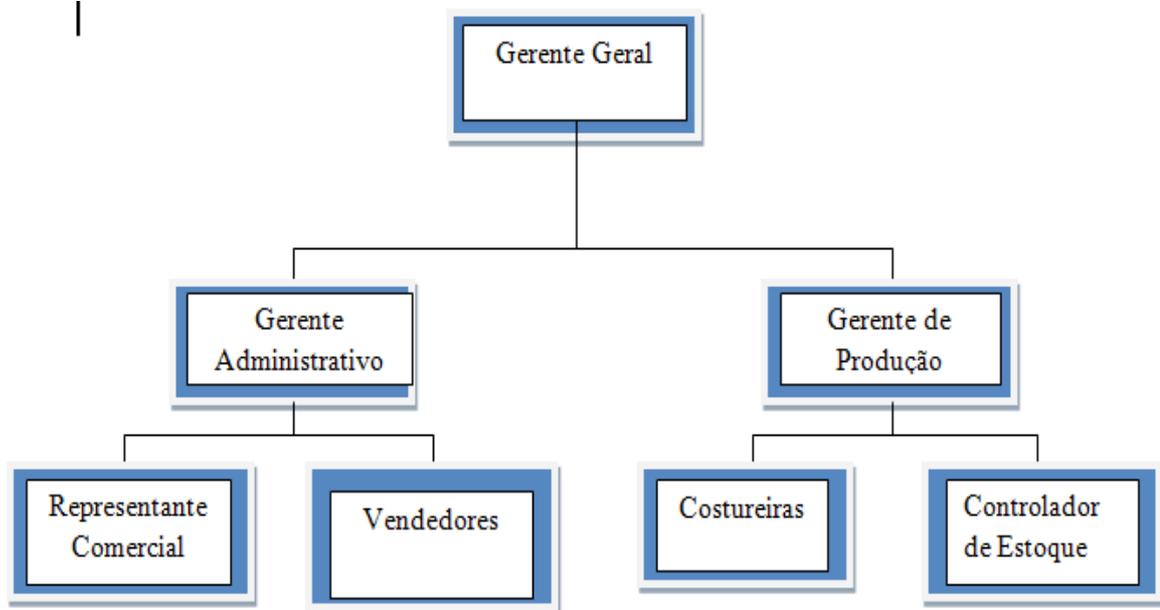


Figura 1: Estrutura Funcional da Forma Intima

2.1.3.2- Qualificação dos Sócios

Para que os sócios possam desempenhar suas funções, será necessário ter as seguintes qualificações:

- Cargo: Diretor Administrativo
 - Formação: superior completo em administração de empresas
 - Qualificação: Conhecimento do produto e do processo produtivo, habilidades na gestão de pessoas, facilidade de lidar com conflitos, habilidades para antever situações e planejar ações, capacidade de aprender sempre.
- Cargo: Diretor Comercial
 - Formação: superior completo em administração de empresas e especialização em gestão de negócios.



- Qualificação: Graduação em administração de empresas, contabilidade, economia, e essencial que tenha conhecimento em planejamento estratégico, técnicas em segmentação, técnicas de posicionamento, análise e elaboração de cenários operacionais, gestão de produtos, organização empresarial e técnicas em liderança.

2.1.4- Missão

A missão da Forma Intima será: fabricar e revender peças íntima oferecendo conforto, elegância e sensualidade á preços competitivos proporcionando melhor atendimento, a fim de satisfazer e atender todas as necessidades de nossos clientes.

2.1.5- Visão

A visão da Forma Intima será: ser uma empresa varejista de lingerie competitiva no mercado de Belo Horizonte e região metropolitana.

2.1.6- Valores

Os valores da Forma Intima serão:

- Ética
- Respeito
- Transparência
- Confiabilidade
- Honestidade
- Parceria

2.1.7- Objetivo

Os objetivos da Forma Intima serão:

- Formar uma parceria duradoura entre nossos fornecedores e clientes.
- Ser desejada nas ocasiões mais íntimas de um homem e de uma mulher.



- Ser referencia no mercado de lingerie.
- Atingir um crescimento econômico satisfatório.

2.2 - Descrição Detalhada dos Produtos e/ou Serviços

A tabela 1 mostra os produtos ou serviços da Empresa Forma Intima:

Produtos/Serviços	Aplicações no Mercado
Calcinhas	Uso pessoal e presente
Sutiãs	Uso pessoal e presente
Cuecas	Uso pessoal e presente
Conjuntos de lingerie	Uso pessoal e presentes

Tabela 1: Produtos da Empresa Forma Intima



2.3 - Análise de Mercado

2.3.1- Efeitos Relevantes das Forças Econômicas, Políticas, Sociais, Culturais e Tecnológicas.

Os fatores relevantes que podem impactar os resultados da empresa são:

– Forças Econômicas:

O mercado brasileiro de moda íntima, como outros setores da economia, sofre os efeitos econômicos.

As variáveis econômicas estão relacionadas com os eventos econômicos, como PIB (produto interno bruto) que afeta o poder aquisitivo das famílias reduzindo o consumo e a renda familiar, a inflação que provoca a alta no preço, tanto para a compra de matéria-prima com os fornecedores, e o preço do produto final, o câmbio, balança comercial, desenvolvimento ou recessão econômica, influenciam direta ou indiretamente as empresas de lingerie, e outras.

– Forças Políticas:

O cenário político influencia as indústrias, e conseqüentemente o mercado de lingerie, alto cargo tributário na compra de matéria-prima a falta de investimento.

– Forças Sociais:

As variáveis sociais estão relacionadas com os eventos sociais, como melhora na educação, saúde, previdência social, nível de emprego, segurança e bem-estar.

As fabricas de moda íntima precisam estar atentas à necessidade da mulher em investir em moda intima como uma forma erótica ou para seu bem estar.

– Forças Culturais:

As variáveis culturais estão relacionadas aos eventos culturais, como arte, arquitetura, tipo de vida, expectativa da população.



A moda íntima provém de uma nova cultura, centrada no prazer, sexo, lazer e na livre escolha individual, que desvalorizou um modelo de vida feminina mais voltada para a família do que para si mesma.

– Forças Tecnológicas:

A variável tecnológica esta relacionada ao uso da tecnologia para gerar produtos de qualidade e que acompanhe as tendências do mercado.

No mercado de moda íntima o uso de novas tecnologias pode apresentar em equipamentos, como máquinas que aumentam a produção e competitividade.

– Forças Demográficas:

O aumento da população, o aumento da expectativa de vida principalmente em relação às mulheres, segundo pesquisas a um aumento significativo de consumidoras acima de 50 anos no mercado de lingerie.

2.3.2- Efeitos Relevantes dos Consumidores, Fornecedores, Novos Entrantes, Produtos Substitutos e pelos Concorrentes.

Após analisarmos os ambientes identificamos os seguintes efeitos que podem impactar a nossa empresa:

- O consumidor de peça íntima possui alguns fatores relevantes para efetuar a compra das peças tais como: cor, modelo, preço e o tipo de utilização que será no dia a dia ou em ocasiões especiais. Trazendo até nós varias exigências como descontos e tipos de tecido.
- Os fornecedores nos mostram a qualidade e preço do seu produto para assim nos satisfazermos e ganharem nosso mercado.
- Os novos entrantes no mercado nos fazem a buscar um produto de qualidade e um bom preço para melhor atender os clientes.



- Nossos produtos substitutos mesmo que não haja um alto padrão de sofisticação, trabalhamos com o mais perfeito acabamento e qualidade dos tecidos.
- Nossos concorrentes devidos alguns já possuem muitos clientes teremos que saber atrair para nós seja com preço, excelência em atendimento e qualidade do produto.

2.3.3- Comparação com Produtos e/ou Serviços Concorrentes

A tabela 2 mostra as vantagens e desvantagens das empresas Marisa e Charme.

Empresa: Charme	
Vantagem: peças bem trabalhadas	Desvantagem: localização
Conclusão: ao analisarmos a empresa Charme concluímos que ela possui peças bem trabalhadas, porem, sua localização faz com que a empresa reduza seu poder competitivo frente ao mercado de lingerie, tornando se um ponto fraco em relação aos seus concorrentes.	
Empresa: Marisa	
Vantagem: localização e forma de pagamento	Desvantagem: peças básicas
Conclusão: ao analisarmos a empresa Marisa, concluímos que esta possui uma localização e formas de pagamentos que coloca empresa em vantagem competitiva frente aos seus concorrentes, porem, por possuir peças básicas deixa de atrair boa parte dos consumidores que buscam produtos diferenciados e inovadores no mercado.	

Tabela 2: Vantagens e Desvantagens das empresas Marisa e Charme



2.4 - Descrição do Processo Produtivo

2.4.1- Detalhando do Processo de Produção

A figura 2 mostra o fluxograma do processo produtivo da empresa Forma Intima.



Figura 2: Detalhamento do Processo de Produção

2.4.2- Capacitação Técnica da Equipe

A tabela 3 mostra a descrição e análises de cargos identificando as competências e habilidades para a execução das atividades.

Gerência	Responsabilidade
Gerente Geral	Buscar novos investidores para a empresa.
Gerente de Produção	Passar todas as informações necessárias ao diretor.
Gerente Administrativo	Ser o suporte do gerente.

Tabela 3: Descrição e Análises de Cargos Gerenciais

Profissional	Qualificação	Descrição do Trabalho
Representante comercial	Formação 2º grau completo, conhecimento em informática	Esta levando o nosso produto ate nossos clientes.
Controlador de estoque	Curso de Estoquista	Realizar controles de recebimento e entrega de material
Vendedor	Formação 2º grau completo	Revender nossos produtos.
Costureira	Curso de Corte e Costura	Realizar a confecção de peças

Tabela 3: Descrição e Análises de Cargos

3- Aspectos Econômicos

3.1- Mercado Consumidor

D



A Forma Intima buscará atingir um público alvo das classes A e B atendendo os consumidores de faixa etária a partir dos 15 anos de idade sendo do sexo feminino e masculino.

A Forma Íntima buscará atender seus clientes proporcionando uma plena satisfação e fidelização dos mesmos, oferecendo aos nossos clientes peças confortáveis e sofisticadas através com acabamentos sofisticados e detalhes diferenciados e modelos que acompanham as tendências do mercado.

Nossos clientes buscam cada vez mais os nossos produtos por causa do atendimento, quando chegam em nossa loja eles se sentem bem recebido, qualidade do produto, diversidade de peças e detalhes diferenciados.

A Forma Intima buscará atender todo o mercado de Belo Horizonte e região metropolitana abrirá novas lojas, produzimos peças exclusivas e expandindo a produção, ter um mercado virtual e se tornar líder no seguinte de lingerie.

A melhor forma de ganhar o mercado consumidor será investir na qualidade e sofisticação, buscando sempre conhecer as necessidades de nossos clientes um diferencial no atendimento e sempre inovando.

3.2- Mercado Fornecedor

A tabela 4 mostra o número de principais fornecedores de materiais da Forma Intima.

Materiais	Número de Fornecedores	Principal Fornecedor
Tecidos: algodão, poliéster/poliamida e renda.	1	Ematex
Maquinas industrial: costura, corte e bordar.	2	Macoi Máquinas
Agulhas, fitas, elástico, bojo, alças de soutien, fio de silicone e fita métrica.	2	Rei do Armarinho
Manutenções em máquinas.	3	Almac Máquinas de Costuras
Pedras coloridas	1	Ali Express
Prestação de serviço de entrega rápida	1	Bhjet Express



Tabela 4: Principais Fornecedores da Forma Intima

3.3- Mercado Concorrente

Ao observarmos o mercado de lingerie em Belo Horizonte, identificamos algumas empresas com destaques competitivos, são elas:

- Doçura Moda Intima
- Marisa
- Charme
 - Witness Sleepwear
 - Innamorare Lingerie
 - Coisa Mil
 - A Intima
 - A Rainha
 - Mundo Íntimo
 - Luds Day

Nossos concorrentes direto devido à localização estratégicas para o mercado. Eles são todas lojas, nos proporcionando um ganho maior no mercado com nosso próprio produto, já os mesmos buscam seus produtos em outros estados gerando um custo maior para eles, conseguimos com isto um menor custo para as peças atraindo nossos clientes a realizarem compras para o atacado e varejo a baixo custo de mercado.

3.4- Análise do SWOT: Oportunidades e Ameaças, Pontos Fortes e Pontos Fracos



Após analisarmos o ambiente identificamos os seguintes fatores que podem impactar nosso negócio:

- Oportunidades:
 - Moda em evidência;
 - Fabricação própria;
 - Testar a aceitação de um produto frente aos clientes antes de produzir em grande escala;
- Ameaças:
 - Lojas na rua do mesmo seguimento;
 - Alto nível de concorrência;
 - Preços mais baixos dos produtos substitutos;
 - Elevação de preço material prima importada;
- Pontos Fortes:
 - Ótima localização;
 - Produtos modernos de ótima qualidade;
 - Preço acessível;
- Pontos Fracos:
 - Poucas vagas de estacionamento em frente à loja;
 - Aluguel;
 - Dependendo do fornecedor

3.5- Fatores Críticos de Sucesso



Muitas são as dificuldades que surgem antes, durante e após a implementação de um negócio, o mercado de lingerie e um mercado promissor, ao avaliarmos este mercado os seguintes fatores críticos que poderão impactar o sucesso da empresa.

- Diferenciação do Produto: as lingeriees que serão produzidas na fabrica da forma intima, terão um detalhes em pedras, e tecidos confortáveis e sofisticas que darão as peças um acabamento especial.
- Logística do Produto: as lingeriees serão distribuídas na loja da empresa, e para as vendedoras (sacoleiras) externas que revenderão as peças de lingerie.
- Tecnologia de Produção: para a produção das peças de lingeriees, usaremos máquinas industriais, entre elas a bordadeira caseira /industrial, máquina computadorizada com variados programas para produzir bordados em alto relevo ou em baixo.
- Tecnologia Incorporada do Produto: na produção de sutiãs será utilizado o tuli bordado, um tecido que e importado, e proporcionarão um acabamento impecável as peças.
- Preço: a peça intima produzida na fábrica da forma intima terão preços variados, as peças terão os preços de acordo com os detalhes, mas este ira acompanhar o mercado de lingerie, lembrando sempre, que não poderemos esquecer do preço do concorrente e da margem esperado pela empresa.
- Capital de Giro: a empresa não possui um capital de giro para cobrir as futuras despesas da empresa.
- Localização Industrial e ponto de venda: a forma intima estará localizada na Rua Padre Eustáquio, 1471, na cidade de Belo Horizonte, Minas Gerias.
- Suprimento de Matéria-Prima: os fornecedores que atenderão a forma intima, estarão sempre dispostos a fornecer as mercadorias no tempo hábio, e com



produtos de qualidade, contribuindo para que as lingerie cheguem ao consumidor final que a maior eficiência.

- Mão de Obra Qualificada: as costureiras que atuaram na produção das peças de lingerie, possuirão experiência no cargo e cursos de qualificação, e as vendedoras que atuarão na loja possuirão experiência em atendimento ao público e em vendas, a forma íntima sempre buscará proporcionar aos seus colaboradores um ambiente favorável para o seu desenvolvimento pessoal e profissional.

3.6- Análise de Viabilidade Técnica

Para a forma íntima ter viabilidade no negócio ela estabeleceu várias parcerias que ajudaram no sucesso da empresa.

Na diferenciação do produto contaremos com uma parceria com Ali express, que irá nos fornecer as pedras para o designer dos produtos. Também contaremos com a Ematex que tem excelentes tecidos confortáveis.

A forma íntima contará com parceiros como a Macói Máquinas e Almac Máquinas de costuras, que nos auxiliará com equipamentos de alta tecnologia e com serviço de manutenção dos mesmos, assim teremos uma produção precisa e de qualidade.

A logística da forma íntima será terceirizada. Para isto a empresa contará com uma parceria com Bhjet Express que contém muitos recursos de entrega rápida em Belo Horizonte e regiões metropolitanas como motos e furgões.

A empresa também irá buscar parcerias com profissionais para o treinamento de nossos colaboradores, na produção e no atendimento.

3.7- Métodos de Marketing



Atenderemos sempre a todos oferecendo qualidade, conforto e sofisticação por preços acessíveis, além de conquistar a cada dia uma fatia de mercado ainda não conquistada, assim como explorar mercados.

- Nossa loja possuirá uma variedade de produtos e preços para melhor atender os clientes.
- Teremos uma diversidade de cores e tecidos especiais, modelos diversificado de calcinhas, sutiãs, conjuntos e cuecas.
- Estamos em um mercado amplo devido à procura pelos produtos serem de necessidade pela a sociedade.
- Um bom relacionamento entre os funcionários da loja e os clientes, para que possam ser atraídos outros clientes pelo bom relacionamento.

A tabela 5 mostra os serviços e valores dos meios de comunicação da Forma Intima.

Meios de Comunicação	Quantidade	Preço Unitário	Custo Total
Panfletos	5000	R\$ 30,00 o milheiro	R\$ 150,00
Cartão de visita	100	R\$ 55,00	R\$ 55,00
Site	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
Total			R\$ 805,00

Tabela 5: Serviços e Valores dos Meios de Comunicação da Forma Intima



4- Aspectos Financeiros

4.1- Projeção de Custos

4.1.1- Investimento Inicial Estimado (Investimento Fixo + Capital de Giro)

A tabela 6 mostra as despesas do investimento inicial da empresa Forma Intima

Despesas	Valor (R\$)
Móveis, Equipamentos e Informatica (Ver tabela 7)	16.401,67
Estoque para 30 dias (Ver tabela 8)	398,50
Utensílios (Ver tabela 9)	1.959,36
Despesas Diversas (Água)	120,00
Despesas Diversas (Luz)	500,00
Despesas Diversas (Telefone/Internet)	220,00
Aluguel	2.500,00
Propaganda / Promoção (Ver tabela 5)	805,00
Materiais de Escritório (Ver tabela 10)	189,40
Materiais de Limpeza (Ver tabela 11)	174,43
Exames Admissionais	105,00
Despesas Relativas ao Terreno e ao Prédio (Ver tabela 12)	6.830,20
Apólice de Seguro	300,00
Taxas Legais e Profissionais / Despesas com registro (Ver tabela 13)	1.179,20
Despesa Pessoal (Ver tabela 16)	13.417,80
Despesas Contábeis / Legais	880,00
Sub - Total	45.980,56
Capital de Giro (10%)	2.957,89
Total Estimado de Investimento Inicial	48.938,45

Tabela 6: Despesas da Forma Intima



A tabela 7 mostra o investimento com móveis e equipamentos da empresa Forma Intima

Movéis			
Mesa de escritório	8	R\$ 209,00	R\$ 1.672,00
Cadeira para escritório	8	R\$ 139,90	R\$ 1.119,20
Prateleiras para o estoque	1	R\$ 194,90	R\$ 194,90
Armário para escritorio	3	R\$ 153,90	R\$ 461,70
Balcão para a loja	1	R\$ 460,00	R\$ 460,00
Cadeira para a loja	1	R\$ 139,90	R\$ 139,90
Cadeira para a maquina de custura	1	R\$ 139,90	R\$ 139,90
Cadeira para a maquina de corte	1	R\$ 139,90	R\$ 139,90
Sub-Total			R\$ 4.327,50
Informática			
Computadores	9	990,00	R\$ 8.910,00
Impressora	1	858,00	R\$ 858,00
Sub-Total			R\$ 9.768,00
Equipamentos			
Maquina de custura	1	R\$ 888,17	R\$ 888,17
Ponto Eletronico	1	R\$ 989,00	R\$ 989,00
Maquina de corte	1	R\$ 429,00	R\$ 429,00
Sub-Total			R\$ 2.306,17
Total			R\$ 16.401,67

Tabela 7: Móveis e Equipamentos da Forma Intima



A tabela 8 mostra o estoque inicial da empresa Forma Intima

Estoque para 30 Dias			
Matéria -Prima	Qte.	Custo Unit. (R\$)	Custo Total (R\$)
Laicra (Metro)	12m	20,00	240,00
Bojo (unidade)	200	1,25	250,00
Renda (Metro)	49,5	6,00	297,00
Alça de extras (unidade)	100	2,50	250,00
Colxetes (pct c/10 pares)	10	3,00	30,00
Lacinho (pct c/ 100)	1	5,60	5,60
Eslástico (rolo c/ 25 metros)	3	13,00	39,00
Tuli (Metro)	5	10,00	50,00
Argolinha para sultiã (pct c/ 50)	2	1,00	2,00
Regulagem para sultiã (pct c/50)	2	1,00	2,00
Vies para aro (rolo c/ 25 Metro)	1	19,90	19,90
Total			398,50

Tabela 8: Estoque inicial da Forma Intima

A tabela 9 mostra os utensílios da empresa Forma Intima

Utensílios			
Descrição	Qte.	Custo Unit. (R\$)	Custo Total (R\$)
Purificador de água	1	79,90	79,90
Cafeteira	1	67,50	67,50
Micro-ondas	1	299,00	299,00
Telefone sem fio com ramal	5	179,00	895,00
Cebideiro painel canaletado(kit 10 peças)	4	65,00	260,00
Maniquins	2	79,00	158,00
Cabides (kit c/ 50 unidades)	4	49,99	199,96
Total			1.959,36

Tabela 9: Utensílios da Forma Intima



A tabela 10 mostra os materiais de escritório da empresa Forma Intima

Materiais de escritório - Mensal			
Descrição	Qte.	Custo Unit. (R\$)	Custo Total (R\$)
Porta canetas	5	3,00	15,00
Borracha	5	0,60	3,00
caneta(caixa12)	1	12,00	12,00
Lapis (caix 12)	1	4,80	4,80
Caixa de cliques (caixa)	1	3,80	3,80
Carimbo	2	4,00	8,00
Cola bastão	5	0,90	4,50
Corretivo	5	1,20	6,00
Durex	5	0,60	3,00
Envelope A4 (caixa c/12)	1	6,00	6,00
Esponja para carimbo	2	3,00	6,00
Pasta de arquivos	5	4,50	22,50
Pasta com divisórias	5	6,90	34,50
Pacote de folha A4	2	9,90	19,80
Grampeador	5	6,90	34,50
Caixa de grampos	2	3,00	6,00
Total			189,40

Tabela 10: Materiais de Escritório da Forma Intima



A tabela 11 mostra os materiais de limpeza da empresa Forma Intima

Material de Limpeza - Mensal			
Descrição	Qte.	Custo Unit. (R\$)	Custo Total (R\$)
Água Sanitária	1	7,98	7,98
Balde	1	4,90	4,90
Desinfetante	1	5,00	5,00
Espanja	3	0,80	2,40
Pano de chão (pacote c/ 10)	1	20,00	20,00
Detergente	5	0,99	4,95
Saco de lixo (rolo c/ 100 para 20L)	1	8,70	8,70
Toalha de papel (pacote c/ 12)	12	1,20	14,40
Lixeiras	5	3,90	19,50
Vassoura	2	11,00	22,00
Papel Higiênico (pacote com 12)	3	12,00	36,00
Rodo	2	8,00	16,00
Alcoól gel	2	4,30	8,60
Pazinha	2	2,00	4,00
Total			174,43

Tabela 11: Materiais de Limpeza da Forma Intima

A tabela 12 mostra as despesas relativas ao terreno e ao prédio da empresa Forma Intima

Despesas Relativas ao Terreno e ao Prédio			
Descrição	Qte.	Custo Unit. (R\$)	Custo Total (R\$)
Pintura	1	5.000,00	5.000,00
Lampâdas	23	19,40	446,20
Divisória			-
Ventiladores	8	150,00	1.200,00
Placa	1	184,00	184,00
Total			6.830,20

Tabela 12: Despesas Relativas ao Terreno e ao Prédio da Forma Intima



A tabela 13 mostra as taxas legais e profissionais da empresa Forma Intima

Taxas Legais e Profissionais			
Descrição	Qte.	Valor Unit. (R\$)	Valor Total (R\$)
Alvará de Funcionamento e Localização + Insc. Municipal	1	203,96	203,96
Alvará de Vistoria Corpo de Bombeiro	1	280,00	280,00
Junta Comercial + Insc. Estadual + CNPJ	1	255,24	255,24
Despesas Contábeis com Abertura da Empresa	1	440,00	440,00
Total			1.179,20

Tabela 13: Taxas Legais e Profissionais da Forma Intima



4.1.2- Explicações Sobre as Contas

A tabela 14 mostra a descrição das despesas do investimento inicial da forma intima

Despesas	Descrição
Móveis, Equipamentos e Informática	Compreende-se as despesas de móveis ,equipamentos que serão usados na produção e equipamentos de informática que irá proporcionar maior eficiência e controle nos processos.
Utensílios	Compreende-se as despesas com utensílios, como eletrodomésticos e acessórios que irá compor a loja e a fábrica.
Internet - provedor	Relaciona-se as despesas com internet.
Despesas Diversas (Água)	Compreende-se as despesas com água.
Despesas Diversas (Luz)	Constitui-se as despesas com energia elétrica.
Despesas Diversas (Telefone)	Relaciona-se as despesas com telefone sem fio.
Aluguel	Compreende-se as despesas com o aluguel do imóvel.
Propaganda / Promoção	Relaciona-se as despesas com a divulgação dos produtos da loja.
Materiais de Escritório	Compreende-se as despesas com materias que serão utilizados no escritório.
Materiais de Limpeza	Constitui-se as despesas com os materias que serão utilizados para a limpeza na fábrica e na loja.
Exames Admissionais	Relaciona-se as despesas de contratação de funcionarios .
Despesas Relativas ao Terreno e ao Prédio	Compreende-se as despesas com reformas e mudanças que serão feitas no imóvel.
Apólice de Seguro	Constitui-se as despesa com o seguro do imóvel.
Taxas Legais e Profissionais (Despesas com registro)	Relaciona-se as despesas com taxas para a abertura da empresa.
Despesa Pessoal	Compreende-se as despesas com salários dos funcionários da empresa.
Despesas Contábeis / Legais	Relaciona-se as despesa com contador.
Capital de Giro (10%)	Cmpreende-se a despesa com o capital que será utilizado para pagamento das despesas no exercicio.

Tabela 14: Descrição das Despesas Iniciais



4.1.3- Depreciação de Móveis e Equipamentos

A tabela 15 mostra a depreciação dos moveis e equipamentos da Forma Intima

Itens	Quantidade	Valor Unitário R\$	Total (R\$)	Taxa de Depreciação	Annual (R\$)	Mensal (R\$)
Móveis						
Mesa de escritório	8	R\$ 209,00	R\$ 1.672,00	10%	R\$ 167,20	R\$ 13,93
Cadeira para escritório	8	R\$ 139,90	R\$ 1.119,20	10%	R\$ 111,92	R\$ 9,33
Prateleiras para o estoque	1	R\$ 194,90	R\$ 194,90	10%	R\$ 19,49	R\$ 1,62
Armário para escritorio	3	R\$ 153,90	R\$ 461,70	10%	R\$ 46,17	R\$ 3,85
Baução para a loja	1	R\$ 460,00	R\$ 460,00	10%	R\$ 46,00	R\$ 3,83
Cadeira para a loja	1	R\$ 139,90	R\$ 139,90	10%	R\$ 13,99	R\$ 1,17
Cadeira para a maquina de custura	1	R\$ 139,90	R\$ 139,90	10%	R\$ 13,99	R\$ 1,17
Cadeira para a maquina de corte	1	R\$ 139,90	R\$ 139,90	10%	R\$ 13,99	R\$ 1,17
Sub-Total			R\$ 4.327,50	10%	R\$ 432,75	R\$ 36,06
Informática						
Computadores	9	990,00	R\$ 8.910,00	50%	R\$ 4.455,00	R\$ 371,25
Impressora	1	858,00	R\$ 858,00	50%	R\$ 429,00	R\$ 35,75
Sub-Total			R\$ 9.768,00	50%	R\$ 4.884,00	R\$ 407,00
Equipamentos						
Maquina de custura	1	R\$ 888,17	R\$ 888,17	10%	R\$ 88,82	R\$ 7,40
Ponto Eletrônico	1	R\$ 989,00	R\$ 989,00	10%	R\$ 98,90	R\$ 8,24
Maquina de corte	1	R\$ 429,00	R\$ 429,00	10%	R\$ 42,90	R\$ 3,58
Sub-Total			R\$ 2.306,17	10%	R\$ 230,62	R\$ 19,22
Total			R\$ 16.401,67	10%	R\$ 1.640,17	R\$ 136,68

Tabela 15: Depreciação de Moveis e Equipamento



4.2- Determinação de Preços

4.2.1- Recursos Humanos

A tabela 16 mostra os salários e encargos da Forma Intima

Area / Função	Quantidade	Sálario Unit. (R\$) ao mês	Total (R\$) Mês
Produção			
Costureira	2	1.000,00	2.000,00
Controlador de Estoque	1	1.100,00	1.100,00
Sub - Total			3.100,00
Vendas			
Representante Comercial	1	1.001,00	1.001,00
Vendedora	1	1.140,00	1.140,00
Sub - Total			2.141,00
Administração			
Gerente Geral	1	1.810,00	1.810,00
Gerente de Produção	1	1.815,00	1.815,00
Gerente Administrativo	1	1.500,00	1.500,00
Sub - Total			5.125,00
Encargos Sociais (80%)			8.292,80
Total			13.417,80

Tabela 16: Salários e Encargos



4.2.2- Custos Fixos

A tabela 17 mostra os custos fixos da Forma Intima

Despesas	Valor Mensal (R\$)
Salários + Encargos Sociais	13.417,80
Honorário do contador	880,00
Água	120,00
Luz	500,00
Telefone	220,00
Aluguel	2.500,00
Propaganda / Promoção (Ver tabela 18)	205,00
Materiais de Escritório (Ver tabela 19)	189,40
Materiais de Limpeza (Ver tabela 20)	192,22
Viagens	200,00
Apólice de Seguro	300,00
Depreciação de Movéis e Informática	136,68
Sub - Total	18.861,10
Outros (3% sobre a soma)	565,83
Total	19.426,93

Tabela 17: Custos Fixos

A tabela 18 mostra os custos de propaganda e promoções da Forma Intima

Propaganda e Promoções			
Descrição	Qte.	Custo Unit. (R\$)	Custo Total (R\$)
Panfletos	5000	R\$ 30,00 o milheiro	150,00
Cartão de visita	100	55,00	55,00
Total			205,00

Tabela 18: Custos de Propaganda e Promoções



A tabela 19 mostra os custos de materiais de escritório da Forma Intima

Materiais de Escritório			
Descrição	Qte.	Custo Unit. (R\$)	Custo Total (R\$)
Porta canetas	5	3,00	15,00
Borracha	5	0,60	3,00
caneta(caixa 12)	1	12,00	12,00
Lapis (caix 12)	1	4,80	4,80
Caixa de cliques (caixa)	1	3,80	3,80
Carimbo	2	4,00	8,00
Cola bastão	5	0,90	4,50
Corretivo	5	1,20	6,00
Durex	5	0,60	3,00
Envelope A4 (caixa c/12)	1	6,00	6,00
Esponja para carimbo	2	3,00	6,00
Pasta de arquivos	5	4,50	22,50
Pasta com divisórias	5	6,90	34,50
Pacote de folha A4	2	9,90	19,80
Grampeador	5	6,90	34,50
Caixa de grampos	2	3,00	6,00
Total			189,40

Tabela 19: Materiais de Escritório



A tabela 20 mostra os custos de materiais de limpeza da Forma Intima

Materiais de Limpeza			
Descrição	Qte.	Custo Unit. (R\$)	Custo Total (R\$)
Água Sanitária	1	7,98	7,98
Balde	1	4,90	4,90
Desinfetante	1	5,00	5,00
Espanja	3	0,80	2,40
Pano de chão (pacote c/ 10)	1	20,00	20,00
Detergente	5	0,99	4,95
Saco de lixo (rolo c/ 10)	1	1,99	1,99
Toalha de papel (pacote c/ 12)	12	1,20	14,40
Lixeiras	9	6,00	54,00
Vassoura	2	8,00	16,00
Papel Higiênico (pacote com 12)	3	12,00	36,00
Rodo	2	6,00	12,00
Alcoól gel	2	4,30	8,60
Pazinha	2	2,00	4,00
Total			192,22

Tabela 20: Materiais de Limpeza



4.2.3- Custos Variáveis (Custos de Produção)

A tabela 21 mostra os custos variáveis da Forma Intima

Material	Unidade	Quantidade Material	Preço Unitário	Quantidade de Peças	Custo de Produção Total	Custo de Produção Total Unitário
Sutiã						
Bojo	par	100	R\$ 2,50	100	R\$ 250,00	R\$ 2,50
Renda	Metro	33	R\$ 6,00	100	R\$ 198,00	R\$ 1,98
Alça de extras	Par	50	R\$ 5,00	100	R\$ 250,00	R\$ 2,50
Colchetes	Pacote c/ 10	10	R\$ 3,00	100	R\$ 30,00	R\$ 0,30
lacinho	Pacote/c 100	1	R\$ 5,60	100	R\$ 5,60	R\$ 0,06
Argolinha	Pacote c/ 50	2	R\$ 1,00	100	R\$ 2,00	R\$ 0,02
Vies para aro	Rolo	1	R\$ 19,90	100	R\$ 19,90	R\$ 0,20
Regulador	Pacote c/ 50	2	R\$ 1,00	100	R\$ 2,00	R\$ 0,02
Elástico	Rolo	2	R\$ 13,00	100	R\$ 26,00	R\$ 0,26
Sub-Total					R\$ 783,50	R\$ 7,84
Calcinha						
Renda	Metro	16,5	R\$ 6,00	100	R\$ 99,00	R\$ 0,99
Tuli	Metro	5	R\$ 10,00	100	R\$ 50,00	R\$ 0,50
Elástico	Rolo	1	R\$ 13,00	100	R\$ 13,00	R\$ 0,13
Laicra	Metro	2	R\$ 20,00	100	R\$ 40,00	R\$ 0,40
Lacinho	Pacote c/ 100	1	R\$ 5,60	100	R\$ 5,60	R\$ 0,05
Sub-Total					R\$ 207,60	R\$ 10,19
Total					R\$ 991,10	-

Tabela 21: Custos Variáveis.

4.2.4- Custos Variáveis (Custos de Venda)

A tabela 22 mostra os custos variáveis de venda da Forma Intima

Peça	Quantidade	Custo de Produção Total	ICMS (18%)	Cofins (7,60%)	PIS (1,65%)	Custo Comercialização Total	Custo Comercialização Unitária
Sutiã	100	R\$ 983,50	R\$ 177,03	R\$ 61,29	R\$ 13,31	R\$ 251,63	R\$ 2,52
Calcinha	100	R\$ 207,60	R\$ 37,37	R\$ 12,94	R\$ 2,81	R\$ 53,11	R\$ 0,53
Total	200	R\$ 1.191,10	R\$ 214,40	R\$ 74,23	R\$ 16,12	R\$ 304,74	R\$ 3,05

Tabela 22: Custos Variáveis de Venda



4.2.5- Custos Variáveis por Unidade

A tabela 23 mostra os custos variáveis por unidade

Custo	Peça	Quantidade	Custo de Produção Total	Custo Comercialização Total	Custo Total	Custo Total Unitário
Custos de Produção	Sultiã	100	R\$ 983,50	R\$ 251,63	R\$ 1.235,13	R\$ 12,35
Custos de Comercialização	Calcinha	100	R\$ 207,60	R\$ 53,11	R\$ 260,71	R\$ 2,61
Total		200	R\$ 1.191,10	R\$ 304,74	R\$ 1.495,84	R\$ 14,96

Tabela 23: Custos Variáveis Por Unidade

4.2.6- Preço de Venda

A tabela 24 mostra o preço de venda dos produtos da Forma Intima

Peça	Quantidade	Custo Variável Total	Custos Fixo Total	Custos Total	Custos Total Unitário	Margem de Lucro	Preço de Venda
Sultiã	100	R\$ 1.235,13	R\$ 9.713,47	R\$ 10.948,60	R\$ 109,49	45%	R\$ 158,75
Calcinha	100	R\$ 260,71	R\$ 9.713,47	R\$ 9.974,18	R\$ 99,74	4%	R\$ 103,73
Total	200	R\$ 1.495,84	R\$ 19.426,93	R\$ 20.922,78	R\$ 209,23	49%	-

Tabela 24: Preço de Venda

A tabela 25 mostra o rateio dos custos fixos da Forma Intima

Peça	Quantidade	Percentual	Custos Fixo Total	Custos Fixo Unitário
Sultiã	100	50%	R\$ 9.713,47	R\$ 97,13
Calcinha	100	50%	R\$ 9.713,47	R\$ 97,13
Total	200	100%	R\$ 19.426,93	-

Tabela 25: Rateio dos Custos Fixos



4.3- Projeção de Vendas

A tabela 26 mostra a projeção de venda da Forma Intima

Sultiã						
Período	1º Ano		2º Ano		3º Ano	
	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor
1º Trimestre	300	R\$ 47.626,39	360	R\$ 60.009,25	468	R\$ 81.912,63
2º Trimestre	315	R\$ 50.007,71	378	R\$ 63.009,71	491	R\$ 86.008,26
3º Trimestre	331	R\$ 52.508,09	397	R\$ 66.160,20	516	R\$ 90.308,67
4º Trimestre	347	R\$ 55.133,50	417	R\$ 69.468,21	542	R\$ 94.824,11
Total	1.293	R\$ 205.275,69	1.552	R\$ 258.647,37	2.017	R\$ 353.053,66

Calcinha						
Período	1º Ano		2º Ano		3º Ano	
	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor
1º Trimestre	300	R\$ 31.119,45	360	R\$ 72.931,32	468	R\$ 99.552,73
2º Trimestre	315	R\$ 32.675,42	378	R\$ 76.577,89	491	R\$ 104.530,36
3º Trimestre	331	R\$ 34.309,19	397	R\$ 80.406,78	516	R\$ 109.756,88
4º Trimestre	347	R\$ 36.024,65	417	R\$ 84.427,12	542	R\$ 115.244,72
Total	1.293	R\$ 134.128,70	1.552	R\$ 314.343,11	2.017	R\$ 429.084,69

Tabela 26: Projeção de Venda

A tabela 27 mostra a projeção de venda entre períodos da Forma Intima

Período	1º Ano	2º Ano	3º Ano
1º Trimestre	R\$ 78.745,83	R\$ 132.940,57	R\$ 181.465,35
2º Trimestre	R\$ 82.683,13	R\$ 139.587,60	R\$ 190.538,62
3º Trimestre	R\$ 86.817,28	R\$ 146.566,98	R\$ 200.065,55
4º Trimestre	R\$ 91.158,15	R\$ 153.895,33	R\$ 210.068,83
Total	R\$ 339.404,39	R\$ 572.990,48	R\$ 782.138,36

Tabela 27: Projeção de Venda entre Períodos

Com base nas perspectivas do mercado projetamos um aumento de 5% de um trimestre para o outro e estimamos um aumento de 20% no crescimento das vendas do segundo ano e 30% de crescimento no terceiro ano.



4.4- Projeção Financeira

4.4.1- DRE: Demonstração de Resultado do Exercício

A tabela 28 mostra a Demonstração de Resultado do Exercício do primeiro ano da Forma Intima

Rubrica/Mês	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
(+) Receita Operacional Bruta	RS 26.248,61	RS 26.248,61	RS 26.248,61	RS 27.561,04	RS 27.561,04	RS 27.561,04	RS 28.939,09	RS 28.939,09	RS 28.939,09	RS 30.386,05	RS 30.386,05	RS 30.386,05
(-) Devoluções, Abatimentos e impostos	RS 304,74	RS 319,98	RS 319,98									
(=) Receita Operacional Líquida	RS 25.943,87	RS 25.943,87	RS 25.943,87	RS 27.256,30	RS 27.256,30	RS 27.256,30	RS 28.634,35	RS 28.634,35	RS 28.634,35	RS 30.081,31	RS 30.066,07	RS 30.066,07
(-) Custo de Produção e de Serviços prestados (CPV ou CSP)	RS 1.191,10	RS 1.250,66	RS 1.250,66									
(=) Lucro Bruto	RS 24.752,77	RS 24.752,77	RS 24.752,77	RS 26.065,20	RS 26.065,20	RS 26.065,20	RS 27.443,25	RS 27.443,25	RS 27.443,25	RS 28.890,21	RS 28.815,41	RS 28.815,41
(-) Despesas Comerciais	RS 205,00	RS 215,25	RS 215,25									
(-) Despesas Financeiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(-) Despesas Administrativas	RS 19.085,25	RS 20.039,52	RS 20.039,52									
(=) EBTIDA (Geração Operacional de Caixa)	RS 5.462,52	RS 5.462,52	RS 5.462,52	RS 6.774,95	RS 6.774,95	RS 6.774,95	RS 8.153,00	RS 8.153,00	RS 8.153,00	RS 9.599,95	RS 8.560,65	RS 8.560,65
(-) Depreciação e Amortização	RS 136,68											
(=) EBIT- Lucro Operacional-LAIR	RS 5.325,84	RS 5.325,84	RS 5.325,84	RS 6.638,27	RS 6.638,27	RS 6.638,27	RS 8.016,32	RS 8.016,32	RS 8.016,32	RS 9.463,27	RS 8.423,97	RS 8.423,97
(-/+ Despesas ou Receitas não Operacionais)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(-/+ Despesas ou Receitas Financeiras)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(=) Lucro antes do Imposto de Renda-LAIR	RS 5.325,84	RS 5.325,84	RS 5.325,84	RS 6.638,27	RS 6.638,27	RS 6.638,27	RS 8.016,32	RS 8.016,32	RS 8.016,32	RS 9.463,27	RS 8.423,97	RS 8.423,97
(-) Provisão para Imposto de Renda e Contribuição Social (34%)	RS 1.810,78	RS 1.810,78	RS 1.810,78	RS 2.257,01	RS 2.257,01	RS 2.257,01	RS 2.725,55	RS 2.725,55	RS 2.725,55	RS 3.217,51	RS 2.864,15	RS 2.864,15
(-) Participações e Contribuições	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(=) Lucro Líquido	RS 3.515,05	RS 3.515,05	RS 3.515,05	RS 4.381,26	RS 4.381,26	RS 4.381,26	RS 5.290,77	RS 5.290,77	RS 5.290,77	RS 6.245,76	RS 5.559,82	RS 5.559,82

Tabela 28: Demonstração de Resultado do Exercício do Primeiro Ano



A tabela 29 mostra a demonstração de resultado do exercício do segundo ano da Forma Intima

Rubrica/Mês	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
(+) Receita Operacional Bruta	R\$ 44.313,52	R\$ 44.313,52	R\$ 44.313,52	R\$ 46.529,20	R\$ 46.529,20	R\$ 46.529,20	R\$ 48.855,66	R\$ 48.855,66	R\$ 48.855,66	R\$ 51.298,44	R\$ 51.298,44	R\$ 51.298,44
(-) Devoluções, Abatimentos e impostos	R\$ 319,98	R\$ 335,98	R\$ 335,98									
(=) Receita Operacional Líquida	R\$ 43.993,54	R\$ 43.993,54	R\$ 43.993,54	R\$ 46.209,22	R\$ 46.209,22	R\$ 46.209,22	R\$ 48.535,68	R\$ 48.535,68	R\$ 48.535,68	R\$ 50.978,46	R\$ 50.962,46	R\$ 50.962,46
(-) Custo de Produção e de Serviços prestados (CPV ou CSP)	R\$ 1.250,66	R\$ 1.313,19	R\$ 1.313,19									
(=) Lucro Bruto	R\$ 42.742,89	R\$ 42.742,89	R\$ 42.742,89	R\$ 44.958,56	R\$ 44.958,56	R\$ 44.958,56	R\$ 47.285,02	R\$ 47.285,02	R\$ 47.285,02	R\$ 49.727,81	R\$ 49.649,28	R\$ 49.649,28
(-) Despesas Comerciais	R\$ 215,25	R\$ 226,01	R\$ 226,01									
(-) Despesas Financeiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(-) Despesas Administrativas	R\$ 20.039,52	R\$ 21.041,49	R\$ 21.041,49									
(=) EBTIDA (Geração Operacional de Caixa)	R\$ 22.488,12	R\$ 22.488,12	R\$ 22.488,12	R\$ 24.703,80	R\$ 24.703,80	R\$ 24.703,80	R\$ 27.030,26	R\$ 27.030,26	R\$ 27.030,26	R\$ 29.473,04	R\$ 28.381,77	R\$ 28.381,77
(-) Depreciação e Amortização	R\$ 136,68											
(=) EBIT- Lucro Operacional-LAIR	R\$ 22.351,44	R\$ 22.351,44	R\$ 22.351,44	R\$ 24.567,12	R\$ 24.567,12	R\$ 24.567,12	R\$ 26.893,58	R\$ 26.893,58	R\$ 26.893,58	R\$ 29.336,36	R\$ 28.245,09	R\$ 28.245,09
(-/+ Despesas ou Receitas não Operacionais)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(-/+ Despesas ou Receitas Financeiras)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(=) Lucro antes do Imposto de Renda-LAIR	R\$ 22.351,44	R\$ 22.351,44	R\$ 22.351,44	R\$ 24.567,12	R\$ 24.567,12	R\$ 24.567,12	R\$ 26.893,58	R\$ 26.893,58	R\$ 26.893,58	R\$ 29.336,36	R\$ 28.245,09	R\$ 28.245,09
(-) Provisão para Imposto de Renda e Contribuição Social (34%)	R\$ 7.599,49	R\$ 7.599,49	R\$ 7.599,49	R\$ 8.352,82	R\$ 8.352,82	R\$ 8.352,82	R\$ 9.143,82	R\$ 9.143,82	R\$ 9.143,82	R\$ 9.974,36	R\$ 9.603,33	R\$ 9.603,33
(-) Participações e Contribuições	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(=) Lucro Líquido	R\$ 14.751,95	R\$ 14.751,95	R\$ 14.751,95	R\$ 16.214,30	R\$ 16.214,30	R\$ 16.214,30	R\$ 17.749,76	R\$ 17.749,76	R\$ 17.749,76	R\$ 19.362,00	R\$ 18.641,76	R\$ 18.641,76



Tabela 30: Demonstração de Resultado do Exercício do Segundo Ano
A tabela 31 mostra a Demonstração de Resultado do Exercício do terceiro ano da Forma Intima



Rubrica/Mês	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
(+) Receita Operacional Bruta	RS 60.488,45	RS 60.488,45	RS 60.488,45	RS 63.512,87	RS 63.512,87	RS 63.512,87	RS 66.688,52	RS 66.688,52	RS 66.688,52	RS 70.022,94	RS 70.022,94	RS 70.022,94
(-) Devoções, Abatimentos e impostos	RS 335,98	RS 352,78	RS 352,78									
(=) Receita Operacional Líquida	RS 60.152,47	RS 60.152,47	RS 60.152,47	RS 63.176,89	RS 63.176,89	RS 63.176,89	RS 66.352,54	RS 66.352,54	RS 66.352,54	RS 69.686,96	RS 69.670,17	RS 69.670,17
(-) Custo de Produção e de Serviços prestados (CPV ou CSP)	RS 1.313,19	RS 1.378,85	RS 1.378,85									
(=) Lucro Bruto	RS 58.839,28	RS 58.839,28	RS 58.839,28	RS 61.863,71	RS 61.863,71	RS 61.863,71	RS 65.039,35	RS 65.039,35	RS 65.039,35	RS 68.373,78	RS 68.291,32	RS 68.291,32
(-) Despesas Comerciais	RS 226,01	RS 237,31	RS 237,31									
(-) Despesas Financeiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(-) Despesas Administrativas	RS 21.041,49	RS 19.085,25	RS 20.039,52	RS 20.039,52								
(=) EBTIDA (Geração Operacional de Caixa)	RS 37.571,78	RS 39.528,02	RS 39.528,02	RS 42.552,44	RS 42.552,44	RS 42.552,44	RS 45.728,08	RS 45.728,08	RS 45.728,08	RS 49.062,51	RS 48.014,49	RS 48.014,49
(-) Depreciação e Amortização	RS 136,68											
(=) EBIT - Lucro Operacional-LAIR	RS 37.435,10	RS 39.391,34	RS 39.391,34	RS 42.415,76	RS 42.415,76	RS 42.415,76	RS 45.591,40	RS 45.591,40	RS 45.591,40	RS 48.925,83	RS 47.877,81	RS 47.877,81
(-/+ Despesas ou Receitas não Operacionais)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(-/+ Despesas ou Receitas Financeiras)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(=) Lucro antes do Imposto de Renda-LAIR	RS 37.435,10	RS 39.391,34	RS 39.391,34	RS 42.415,76	RS 42.415,76	RS 42.415,76	RS 45.591,40	RS 45.591,40	RS 45.591,40	RS 48.925,83	RS 47.877,81	RS 47.877,81
(-) Provisão para Imposto de Renda e Contribuição Social (34%)	RS 9.603,33	RS 16.278,45	RS 16.278,45									
(-) Participações e Contribuições	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(=) Lucro Líquido	RS 27.831,77	RS 29.788,01	RS 29.788,01	RS 32.812,43	RS 32.812,43	RS 32.812,43	RS 35.988,07	RS 35.988,07	RS 35.988,07	RS 39.322,50	RS 31.599,35	RS 31.599,35

Tabela 31: Demonstração de Resultado do Exercício do Terceiro Ano



A tabela 32 mostra o Resumo da Demonstração de Resultado do Exercício dos três anos da Forma Intima

Rubrica/Mês		Ano 1	Ano 2	Ano 3
(+)	Receita Operacional Bruta	R\$ 30.386,05	R\$ 51.298,44	R\$ 70.022,94
(-)	Devoluções, Abatimentos e impostos	R\$ 319,98	R\$ 335,98	R\$ 352,78
(=)	Receita Operacional Líquida	R\$ 30.066,07	R\$ 50.962,46	R\$ 69.670,17
(-)	Custo de Produção e de Serviços prestados (CPV ou CSP)	R\$ 1.250,66	R\$ 1.313,19	R\$ 1.378,85
(=)	Lucro Bruto	R\$ 28.815,41	R\$ 49.649,28	R\$ 68.291,32
(-)	Despesas Comerciais	R\$ 215,25	R\$ 226,01	R\$ 237,31
(-)	Despesas Financeiras	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-)	Despesas Administrativas	R\$ 20.039,52	R\$ 21.041,49	R\$ 20.039,52
(=)	EBTIDA (Geração Operacional de Caixa)	R\$ 8.560,65	R\$ 28.381,77	R\$ 48.014,49
(-)	Depreciação e Amortização	R\$ 136,68	R\$ 136,68	R\$ 136,68
(=)	EBIT- Lucro Operacional-LAIR	R\$ 8.423,97	R\$ 28.245,09	R\$ 47.877,81
(-/+)	Despesas ou Receitas não Operacionais	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-/+)	Despesas ou Receitas Financeiras	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(=)	Lucro antes do Imposto de Renda-LAIR	R\$ 8.423,97	R\$ 28.245,09	R\$ 47.877,81
(-)	Provisão para Imposto de Renda e Contribuição Social (34%)	R\$ 2.864,15	R\$ 9.603,33	R\$ 16.278,45
(-)	Participações e Contribuições	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(=)	Lucro Líquido	R\$ 5.559,82	R\$ 18.641,76	R\$ 31.599,35

Tabela 32: Demonstração de Resultado do Exercício dos Três Anos



4.4.2- Fluxo de Caixa

A tabela 33 mostra o fluxo de caixa do primeiro ano da Forma Intima

Contas/Mês	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Fontes de Capitais												
(+) Dinheiro Disponível	RS -	RS 3.788,41	RS 7.576,82	RS 11.365,24	RS 16.019,85	RS 20.674,47	RS 25.329,09	RS 30.893,22	RS 36.457,35	RS 42.021,48	RS 48.540,60	RS 54.373,78
(+) Receita de Vendas	RS 26.248,61	RS 26.248,61	RS 26.248,61	RS 27.561,04	RS 27.561,04	RS 27.561,04	RS 28.939,09	RS 28.939,09	RS 28.939,09	RS 30.386,05	RS 30.386,05	RS 30.386,05
(+) Receita (Outras Fontes)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(=) Total	RS 26.248,61	RS 30.037,02	RS 33.825,44	RS 38.926,28	RS 43.580,90	RS 48.235,51	RS 54.268,18	RS 59.832,31	RS 65.396,44	RS 72.407,53	RS 78.926,65	RS 84.759,83
Desembolso de Dinheiro												
(+) Salários	RS 5.125,00	RS 5.381,25	RS 5.381,25									
(+) Encargos Sociais	RS 8.292,80	RS 8.707,44	RS 8.707,44									
(+) Honorário do contador	RS 880,00	RS 924,00	RS 924,00									
(+) Água	RS 120,00	RS 126,00	RS 126,00									
(+) Luz	RS 500,00	RS 525,00	RS 525,00									
(+) Telefone + Internet	RS 220,00	RS 231,00	RS 231,00									
(+) Aluguel	RS 2.500,00	RS 2.625,00	RS 2.625,00									
(+) Propaganda / Promoção	RS 205,00	RS 215,25	RS 215,25									
(+) Materiais de Escritório	RS 189,40	RS 198,87	RS 198,87									
(+) Materiais de Limpeza	RS 192,22	RS 201,83	RS 201,83									
(+) Viagens	RS 200,00	RS 210,00	RS 210,00									
(+) Apólice de Seguro	RS 300,00	RS 315,00	RS 315,00									
(+) Outros	RS 565,83	RS 594,12	RS 594,12									
(+) Devoluções, Abatimentos e impostos	RS 304,74	RS 319,98	RS 319,98									
(+) Custo de Produção e de Serviços prestados (CPV ou CSP)	RS 1.191,10	RS 1.250,66	RS 1.250,66									
(+) IR/CSL	RS 1.810,78	RS 1.810,78	RS 1.810,78	RS 2.257,01	RS 2.257,01	RS 2.257,01	RS 2.725,55	RS 2.725,55	RS 2.725,55	RS 3.217,51	RS 2.864,15	RS 2.864,15
(-) Depreciação	RS 136,68											
(=) Total	RS 22.460,20	RS 22.460,20	RS 22.460,20	RS 22.906,43	RS 22.906,43	RS 22.906,43	RS 23.374,96	RS 23.374,96	RS 23.374,96	RS 23.866,93	RS 24.552,87	RS 24.552,87
(=) Fluxo Líquido de Caixa	RS 3.788,41	RS 7.576,82	RS 11.365,24	RS 16.019,85	RS 20.674,47	RS 25.329,09	RS 30.893,22	RS 36.457,35	RS 42.021,48	RS 48.540,60	RS 54.373,78	RS 60.206,96

Tabela 33: Fluxo de Caixa do Primeiro Ano



A tabela 34 mostra o fluxo de caixa do segundo ano da Forma Intima

Contas/Mês	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Fontes de Capitais												
(+) Dinheiro Disponível	R\$ 60.206,96	R\$ 75.232,27	R\$ 90.257,59	R\$ 105.282,90	R\$ 121.770,56	R\$ 138.258,22	R\$ 154.745,88	R\$ 172.769,00	R\$ 190.792,12	R\$ 208.815,25	R\$ 228.450,61	R\$ 247.365,73
(+) Receita de Vendas	R\$ 44.313,52	R\$ 44.313,52	R\$ 44.313,52	R\$ 46.529,20	R\$ 46.529,20	R\$ 46.529,20	R\$ 48.855,66	R\$ 48.855,66	R\$ 48.855,66	R\$ 51.298,44	R\$ 51.298,44	R\$ 51.298,44
(+) Receita (Outras Fontes)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(=) Total	R\$ 104.520,48	R\$ 119.545,80	R\$ 134.571,11	R\$ 151.812,10	R\$ 168.299,76	R\$ 184.787,42	R\$ 203.601,54	R\$ 221.624,66	R\$ 239.647,78	R\$ 260.113,69	R\$ 279.749,05	R\$ 298.664,17
Desembolso de Dinheiro												
(+) Salários	R\$ 5.381,25	R\$ 5.650,31	R\$ 5.650,31									
(+) Encargos Sociais	R\$ 8.707,44	R\$ 9.142,81	R\$ 9.142,81									
(+) Honorário do contador	R\$ 924,00	R\$ 970,20	R\$ 970,20									
(+) Água	R\$ 126,00	R\$ 132,30	R\$ 132,30									
(+) Luz	R\$ 525,00	R\$ 551,25	R\$ 551,25									
(+) Telefone + Internet	R\$ 231,00	R\$ 242,55	R\$ 242,55									
(+) Aluguel	R\$ 2.625,00	R\$ 2.756,25	R\$ 2.756,25									
(+) Propaganda / Promoção	R\$ 215,25	R\$ 226,01	R\$ 226,01									
(+) Materiais de Escritório	R\$ 198,87	R\$ 208,81	R\$ 208,81									
(+) Materiais de Limpeza	R\$ 201,83	R\$ 211,92	R\$ 211,92									
(+) Viagens	R\$ 210,00	R\$ 220,50	R\$ 220,50									
(+) Apólice de Seguro	R\$ 315,00	R\$ 330,75	R\$ 330,75									
(+) Outros	R\$ 594,12	R\$ 623,83	R\$ 623,83									
(+) Devoluções, Abatimentos e impostos	R\$ 319,98	R\$ 335,98	R\$ 335,98									
(+) Custo de Produção e de Serviços prestados (CPV ou CSP)	R\$ 1.250,66	R\$ 1.313,19	R\$ 1.313,19									
(+) IR/CSL	R\$ 7.599,49	R\$ 7.599,49	R\$ 7.599,49	R\$ 8.352,82	R\$ 8.352,82	R\$ 8.352,82	R\$ 9.143,82	R\$ 9.143,82	R\$ 9.143,82	R\$ 9.974,36	R\$ 9.603,33	R\$ 9.603,33
(-) Depreciação	R\$ 136,68											
(=) Total	R\$ 29.288,21	R\$ 29.288,21	R\$ 29.288,21	R\$ 30.041,54	R\$ 30.041,54	R\$ 30.041,54	R\$ 30.832,54	R\$ 30.832,54	R\$ 30.832,54	R\$ 30.832,54	R\$ 31.663,08	R\$ 32.383,32
(=) Fluxo Líquido de Caixa	R\$ 75.232,27	R\$ 90.257,59	R\$ 105.282,90	R\$ 121.770,56	R\$ 138.258,22	R\$ 154.745,88	R\$ 172.769,00	R\$ 190.792,12	R\$ 208.815,25	R\$ 228.450,61	R\$ 247.365,73	R\$ 266.280,85

D



Tabela 34: Fluxo de Caixa do Segundo Ano

A tabela 35 mostra o fluxo de caixa do terceiro ano da forma intima



Contas/Mês	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Fontes de Capitais												
(+) Dinheiro Disponível	R\$ 267.875,65	R\$ 295.980,78	R\$ 324.085,91	R\$ 352.191,04	R\$ 383.320,59	R\$ 414.450,14	R\$ 445.579,69	R\$ 479.884,89	R\$ 514.190,08	R\$ 548.495,28	R\$ 586.134,90	R\$ 615.953,57
(+) Receita de Vendas	R\$ 60.488,45	R\$ 60.488,45	R\$ 60.488,45	R\$ 63.512,87	R\$ 63.512,87	R\$ 63.512,87	R\$ 66.688,52	R\$ 66.688,52	R\$ 66.688,52	R\$ 70.022,94	R\$ 70.022,94	R\$ 70.022,94
(+) Receita (Outras Fontes)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(=) Total	R\$ 328.364,10	R\$ 356.469,23	R\$ 384.574,36	R\$ 415.703,91	R\$ 446.833,46	R\$ 477.963,01	R\$ 512.268,21	R\$ 546.573,41	R\$ 580.878,60	R\$ 618.518,22	R\$ 656.157,85	R\$ 685.976,51
Desembolso de Dinheiro												
(+) Salários	R\$ 5.650,31	R\$ 5.932,83	R\$ 5.932,83									
(+) Encargos Sociais	R\$ 9.142,81	R\$ 9.599,95	R\$ 9.599,95									
(+) Honorário do contador	R\$ 970,20	R\$ 1.018,71	R\$ 1.018,71									
(+) Água	R\$ 132,30	R\$ 138,92	R\$ 138,92									
(+) Luz	R\$ 551,25	R\$ 578,81	R\$ 578,81									
(+) Telefone + Internet	R\$ 242,55	R\$ 254,68	R\$ 254,68									
(+) Aluguel	R\$ 2.756,25	R\$ 2.894,06	R\$ 2.894,06									
(+) Propaganda / Promoção	R\$ 226,01	R\$ 237,31	R\$ 237,31									
(+) Materiais de Escritório	R\$ 208,81	R\$ 219,25	R\$ 219,25									
(+) Materiais de Limpeza	R\$ 211,92	R\$ 222,52	R\$ 222,52									
(+) Viagens	R\$ 220,50	R\$ 231,53	R\$ 231,53									
(+) Apólice de Seguro	R\$ 330,75	R\$ 347,29	R\$ 347,29									
(+) Outros	R\$ 623,83	R\$ 655,02	R\$ 655,02									
(+) Devoluções, Abatimentos e impostos	R\$ 335,98	R\$ 352,78	R\$ 352,78									
(+) Custo de Produção e de Serviços prestados (CPV ou CSP)	R\$ 1.313,19	R\$ 1.378,85	R\$ 1.378,85									
(+) IR/CSL	R\$ 9.603,33	R\$ 16.278,45	R\$ 16.278,45									
(-) Depreciação	R\$ 136,68											
(=) Total	R\$ 32.383,32	R\$ 40.204,28	R\$ 40.204,28									
(=) Fluxo Líquido de Caixa	R\$ 295.980,78	R\$ 324.085,91	R\$ 352.191,04	R\$ 383.320,59	R\$ 414.450,14	R\$ 445.579,69	R\$ 479.884,89	R\$ 514.190,08	R\$ 548.495,28	R\$ 586.134,90	R\$ 615.953,57	R\$ 645.772,23

Tabela 35: Fluxo de Caixa do Terceiro Ano



A tabela 36 mostra o resumo do fluxo de caixa dos três anos da Forma Intima

Contas/Mês		Ano 1	Ano 2	Ano 3
Fontes de Capitais				
(+)	Dinheiro Disponível	R\$ 54.373,78	R\$ 247.365,73	R\$ 614.358,77
(+)	Receita de Vendas	R\$ 30.386,05	R\$ 51.298,44	R\$ 70.022,94
(+)	Receita (Outras Fontes)	-	-	-
(=)	Total	R\$ 84.759,83	R\$ 298.664,17	R\$ 684.381,71
Desembolso de Dinheiro				
(+)	Salários	R\$ 5.381,25	R\$ 5.650,31	R\$ 5.932,83
(+)	Encargos Sociais	R\$ 8.707,44	R\$ 9.142,81	R\$ 9.599,95
(+)	Honorário do contador	R\$ 924,00	R\$ 970,20	R\$ 1.018,71
(+)	Água	R\$ 126,00	R\$ 132,30	R\$ 138,92
(+)	Luz	R\$ 525,00	R\$ 551,25	R\$ 578,81
(+)	Telefone + Internet	R\$ 231,00	R\$ 242,55	R\$ 254,68
(+)	Aluguel	R\$ 2.625,00	R\$ 2.756,25	R\$ 2.894,06
(+)	Propaganda / Promoção	R\$ 215,25	R\$ 226,01	R\$ 237,31
(+)	Materiais de Escritório	R\$ 198,87	R\$ 208,81	R\$ 219,25
(+)	Materiais de Limpeza	R\$ 201,83	R\$ 211,92	R\$ 222,52
(+)	Viagens	R\$ 210,00	R\$ 220,50	R\$ 231,53
(+)	Apólice de Seguro	R\$ 315,00	R\$ 330,75	R\$ 347,29
(+)	Outros	R\$ 594,12	R\$ 623,83	R\$ 655,02
(+)	Devoluções, Abatimentos e impostos	R\$ 319,98	R\$ 335,98	R\$ 352,78
(+)	Custo de Produção e de Serviços prestados (CPV ou CSP)	R\$ 1.250,66	R\$ 1.313,19	R\$ 1.378,85
(+)	IR/CSL	R\$ 2.864,15	R\$ 9.603,33	R\$ 16.278,45
(-)	Depreciação	R\$ 136,68	R\$ 136,68	R\$ 136,68
(=)	Total	R\$ 24.552,87	R\$ 32.383,32	R\$ 40.204,28
(=)	Fluxo Líquido de Caixa	R\$ 60.206,96	R\$ 266.280,85	R\$ 644.177,43



Tabela 36: Resumo do Fluxo de Caixa dos Três Anos



4.4.3- Análise de sensibilidade do empreendimento

A tabela 37 mostra a análise de sensibilidade do empreendimento da Forma Intima

Ano	Fluxo de Caixa	Saldo de Projeto
0	-R\$ 48.938,45	-R\$ 48.938,45
1	R\$ 7.063,32	-R\$ 41.875,13
2	R\$ 24.888,68	-R\$ 16.986,45
3	R\$ 57.031,81	R\$ 40.045,36

Tabela 37: Análise de sensibilidade do empreendimento

$$\text{Payback} = (-16.920,00/57.164,71) * (-1)$$

Payback = 3,30 anos ou 39,6 meses

$$\text{VPL (10\%)} = \text{FC}_0 + ((\text{FC}_1 / (1+i)) + ((\text{FC}_2 / ((1+i)^2)) + ((\text{FC}_3 / ((1+i)^3)))$$

$$\text{VPL (10\%)} = -48.938,45 + (7.063,32 / (1+0,1)) + (24.955,13 / (1+0,1)^2) + (57.164,17 / (1+0,1)^3)$$

VPL (10%) = R\$ 21.055,52

TIR = 27,00 %



5- Aspectos Institucionais

5.1- Apoio

5.1.1- Identificação de Necessidades

A tabela 38 mostra a identificação de necessidades da Forma Intima

Apoio	Descrição
Capital	Valor monetário que os sócios irão precisar para custear as despesas proveniente da abertura da empresa e produção.
Instalações Físicas	Local onde funcionará a fábrica e a loja , e onde será desenvolvidas as atividades fim da empresa.
Registro e Legislação da Empresa	Processo de registro da empresa junto aos órgãos responsáveis , que dará a empresa legalidade para funcionar.
Serviços de Apoio Administrativo	Suporte de pessoas com competências e habilidades na área administrativa, que irão contribuir para o bom funcionamento da empresa.
Equipamentos	Equipamentos como máquinas, computadores e outros que irão contribuir diretamente na produção da empresa.
Materia-prima	Substância (tecido, extras ,elástico,etc) da qual irão ser originado os produtos da empresa.

Tabela 38: Identificação de Necessidade



5.1.2- Metas para os Próximos 3 anos

A tabela 39 mostra as metas para os próximos 3 anos da Forma Intima

Metas	Descrição
1º Ano	
1º Trimestre	Produção de 600 peças.
2º Trimestre	Espera-se que há um aumento nas vendas e na produção.
3º Trimestre	Espera-se que consiga produzir cuecas na fábrica.
4º Trimestre	Fornecer as lingerie para outras lojas no mercado de Belo Horizonte.
2º Ano	
1º Trimestre	Espera-se um crescimento de 55% nas vendas.
2º Trimestre	Espera-se atingir mas mercados, com as lingerie sendo revendidas por sacoleiras e lojas.
3º Trimestre	Espera-se a contratação de mais mão de obra (costureiras e vendedoras)
4º Trimestre	Esperamos adquirir um espaço próprio.
3º Ano	
1º Trimestre	Espera-se o investimento em maquinários mais sofisticados.
2º Trimestre	Espera-se o retorno do capital investido.
3º Trimestre	Espera-se um crescimento de 80% no crescimento das vendas.
4º Trimestre	Espera-se a abertura de uma nova loja.

Tabela 39: Metas para os Próximos 3 Anos



6- Conclusão

Ao analisarmos os resultados financeiros da empresa Forma Intima, foi possível identificar a viabilidade do negócio, visto que a empresa possui uma perspectiva de um retorno do capital investido em 3,30 anos, um VPL (Valor Presente Líquido) de R\$ 21.055,52 e uma TIR (Taxa Interna de retorno) superior a 10%, chegando a uma taxa de 27% de retorno.

Com isto conclui se que a empresa Forma Intima e um negócio viável.



7 – Anexos

7.1- Logomarca

A princípio, a idéia foi trabalhar em cima das iniciais F e I. A marca foi desenvolvida dentro dos conceitos apresentados pela empresa, uma imagem que remete tanto a forma feminina quanto a masculina e que nos leva a interpretar na imagem as iniciais de “Forma Intima”.

A imagem dos glúteos se comunica tanto com crianças como com os adultos sendo uma forma popular e um pouco mais descontraída de fazer referência à proposta da empresa.

O desenho é feito em contra forma interna e externa dentro de um círculo, dá-nos a entender que esta empresa, subjetivamente, nos passa conforto, acolhimento e parceria. Pode também nos remeter a intenção de uma aliança, ou confiança duradoura e é isso que queremos passar aos nossos clientes.

A figura 3 mostra a logo da Forma Intima.



Figura 3: Logo da Empresa Forma Intima



7.2- Pesquisa de Mercado

7.2.1- Questionário da Pesquisa de Mercado

O principal objetivo da pesquisa de satisfação será em obter um retorno sobre as impressões do cliente com relação o serviço que estamos lhe oferecendo. Este retorno é vital para que a nossa empresa rumos e erros e que não venha a perder a sua clientela.

1 - Qual o seu interesse por lingerie?

- Não tenho interesse
- Tenho pouco interesse
- Tenho muito interesse

2 – qual o principal motivo que te leva a comprar lingerie?

- para se sentir mais atraente
- quando surge uma lingerie diferente, novidade
- promoções

3 – qual o valor médio que você gasta na compra de lingerie (por peça)?

- abaixo de R\$20,00
- entre R\$20,00 e R\$30,00
- entre R\$30,00 e R\$40,00
- outros

4 – quais os principais critérios que você utiliza para comprar a sua lingerie?

- conforto
- beleza
- preço

5 – Quais as peças de lingerie que você mais compra?

- Calcinha
- Sutiã
- Conjuntos
- Cuecas

6 – Qual o tipo de tecido que mais lhe agrada?

- Algodão
- Renda
- Sintético
- Outros



7 – Qual o modelo mais utilizado por você?

- Casual
- Ousado
- Conservador
- Outros

8 - Como você realiza sua compra de peça íntima?

- Internet
- Loja física
- Shopping
- Sacoleiras

9 – Você tem hábito de presentear seu parceiro ou parceira com lingerie?

- Sim
- Não
- Às vezes

10 – Quais as datas que você tem o hábito de presentear?

- Aniversário
- Dia dos namorados
- Comemoração de aniversário de casamento
- Não existe uma data específica





7.2.2- Resultado da Pesquisa de Mercado

1) Pergunta 1: Qual o seu interesse por lingerie?

Gráfico 1: Resposta da Pergunta N°1

Após aplicação do questionário verificou se que 67% tem muito interesse por lingerie, 27% tem pouco interesse e 6% não tem interesse por lingerie.

2) Pergunta 2: Qual o principal motivo que te leva a comprar lingerie?

Gráfico 2: Resposta da Pergunta N°2

Através do questionário identificamos que o que leva a comprar lingerie e as promoções com 47% em seguida com 33% quando surge uma lingerie diferente e 20% são para se sentir mais atraente.



- 3) Pergunta 3: Qual o valor médio que você gasta na compra de lingerie (por peça)?

Gráfico 3: Resposta da Pergunta N°3

Identificamos que 43% os entrevistados gastão entre R\$30,00 a R\$40,00 27% gasta de R\$20,00 a R\$30,00 e outros valores e 3% abaixo de R\$20,00 em compras de lingerie.



- 4) Pergunta 4: Quais os principais critérios que você utiliza para comprar a sua lingerie?

Gráfico 4: Resposta da Pergunta N°4

Os principais critérios que os entrevistados utilizam para comprar a lingerie e de 67% conforto, 27% beleza e 6% preço.

- 5) Pergunta 5: Quais as peças de lingerie que você mais compra?

Gráfico 5: Resposta da Pergunta N°5

As peças que mais são compradas pelos entrevistados e de 53% conjunto, 30% calcinha, 10% cueca e 7% sutiã.



6) Pergunta 6: Qual o tipo de tecido que mais lhe agrada?

Gráfico 6: Resposta da Pergunta N°6



O tecido que mais agrada os entrevistados de lingerie e de 57% algodão, 33% renda, 10% outros e 0% sintéticos.

7) Pergunta 7: Qual o modelo mais utilizado por você?

Gráfico 7: Resposta da Pergunta N°7

Foi identificado que o modelo mais utilizado e de 60% casual, 27% ousado, 7% outros e 6% conservador.



8) Pergunta 8: Como você realiza sua compra de peça íntima?

Gráfico 8: Resposta da Pergunta N°8

Podemos verificar que 53% realiza a compra de peças íntimas em loja física, 27% em shopping, 20% com sacoleiras e 0% na internet.



9) Pergunta 9: Você tem hábito de presentear seu parceiro ou parceira com lingerie?

Gráfico 9: Resposta da Pergunta N°9

Identificamos que 53% dos entrevistados não presentear seu parceiro ou parceira, 37% sim presentear e 10% as vezes.

10) Pergunta 10: Quais as datas que você tem o hábito de presentear?

Gráfico 10: Resposta da Pergunta N°10

Foi identificado que 80% não existe uma data específica para presentear, 13% presentear no dia dos namorados, 7% nos aniversários e 0% na comemoração de aniversário de casamento.



7.2.3- Questionário da Pesquisa de Mercado - Entrevista





7.3- Análise do SWOT do Concorrente

Ao analisarmos um concorrente da Forma Intima buscamos observar quais seriam as oportunidades, ameaças, pontos fortes e pontos fracos do negocio:

- Oportunidades:
 - Ter um feedback dos clientes imediato.
 - Desenvolver produtos por encomenda.
 - Desenvolver modelos, sugeridos por clientes.
- Ameaças:
 - Entrada de produtos substitutos.
 - Surgimento de novos empreendedores.
 - Desaceleração da economia brasileira.
- Pontos Fortes:
 - Loja entregada a fabrica.
 - Localização em um centro comercial.
 - Possui mais de um ponto de distribuição consolidado.
- Pontos Fracos:
 - Falta de estacionamento, difícil a acesso dos clientes.
 - Muitos concorrentes nas proximidades da loja.
 - Preço elevado em relação aos concorrentes.

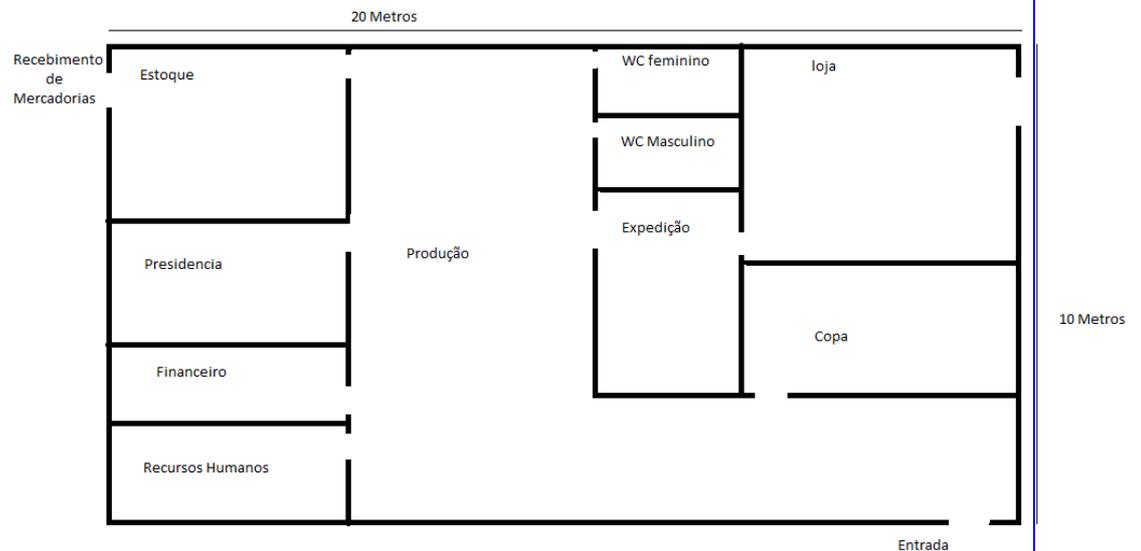


– 7.4- Lay Out

– O Lay Out tem um papel importante em uma empresa, decidir onde colocar todas as instalações, máquinas, equipamentos e pessoal de produção. Na Forma Intima o lay out procura uma combinação otimizada das instalações industriais, a fim de permitir o máximo rendimento na produção, através da melhor distancia e no menor tempo possível.

– A figura 4 mostra a dimensão da empresa e a divisão dos departamentos.

–
–



– Figura 4: Desenho do Lay Out da Forma Intima.



– **8- Assinaturas**

–
–
–

– _____

– Claudivanio Souza Mendes

– _____

– Elaine Cristina da Silva

– _____

– Erickson Roberto Duarte

–

–

– _____

– Profº Rogério Wilson Cardoso, MSc. – Fape2