

EVELYZE CRUZ DALLAGNOL

PLANO DE NEGÓCIO: ABERTURA DE UMA LOJA PARA VENDA DE ROUPA
INFANTIL DE BAIXO CUSTO NO BAIRRO ALTO BOQUEIRÃO

CURITIBA

2015

EVELYZE CRUZ DALLAGNOL

PLANO DE NEGÓCIO: ABERTURA DE UMA LOJA PARA VENDA DE ROUPA
INFANTIL DE BAIXO CUSTO NO BAIRRO ALTO BOQUEIRÃO

Monografia apresentada ao Departamento de Contabilidade, do setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná, como requisito para obtenção do título de especialista em Gestão de Negócios.

Professor Orientador: MSc. Luiz Carlos Souza

CURITIBA

2015

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por me proporcionar a vida, a Jesus Cristo por me mostrar a cada dia como é recompensador seguir os caminhos do senhor.

A meus pais, Irto e Margareth, pela minha criação, por todas as atitudes de amor, carinho, dedicação e por me ensinar a ser uma pessoa íntegra e honesta. Sem vocês eu não seria nada.

Ao meu marido Felipe, por todos os atos de incentivo, compreensão, amor, dedicação me levando e buscando todos os sábados de aula e cuidando do nosso bem mais precioso, o Davi. Obrigada amor por ser uma pessoa tão especial na minha vida.

Agradeço a Rosilda, Osmar, Mariza, Thiago e meu amado irmão por todo o cuidado que tiveram com o meu filho em todos os momentos que precisei me ausentar para dedicação a este trabalho.

A todos os meus amigos, que me ajudaram na conclusão deste trabalho, em especial ao Luiz Fernando e Michelle Albuquerque.

Aos amigos de classe, Jennifer Gonçalves, Fabíola Culpi, Fabiana Maróstica, Andrea Ruiz e Diogo Rafael que tornaram os meus sábados muito divertidos e com quem fiz amizades verdadeiras para o resto da vida, adoro vocês.

Por fim gostaria de agradecer a todos que de alguma maneira fizeram parte de minha história de vida.

“Tenha em mente que tudo que você aprende na escola é trabalho de muitas gerações. Receba essa herança, honre-a, acrescente a ela e, um dia, fielmente, deposite-a nas mãos de seus filhos.”
(Albert Einstein)

RESUMO

DALLAGNOL, Evelyze Cruz. PLANO DE NEGÓCIO: Abertura de uma loja para venda de roupa infantil de baixo custo no bairro Alto Boqueirão. Monografia (Especialização Gestão de Negócios – Turma 2014). Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2015.

O Plano de negócio é um instrumento indispensável de planejamento para micro e pequenas empresas, pois permite ao empreendedor à antecipação das movimentações de mercado, a análise da capacidade de pagamento, investimentos, avaliação dos riscos e identificar soluções, elaborar estratégias competitivas, estabelecer metas de desempenho, calcular o retorno sobre o capital investido, lucratividade e rentabilidade.

O trabalho visa na elaboração de um plano de negócio para a abertura de uma loja de roupa infantil no bairro Alto Boqueirão em Curitiba. O presente estudo aborda a análise de viabilidade de um comércio de roupas, apresentando o planejamento estratégico, fazendo a análise de mercado, elaborando suas metas e objetivos para o alcance da venda desejada, além do plano financeiro para verificação do capital necessário e custos que envolverão o funcionamento do novo empreendimento.

Palavras-Chave: Baixo custo, Empreendedorismo, Plano de Negócio, Roupa Infantil.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 - Fatores que influenciam o comportamento..... | 16 |
| Figura 2 - Concorrentes bairro Alto Boqueirão..... | 29 |
| Figura 3 - Layout visual da loja..... | 30 |
| Figura 4 - Modelo de fluxo de processo simples para uma loja de roupas infantis.... | 31 |
| Figura 5 - Modelo de layout para uma loja de roupas infantis..... | 32 |
| | |
| Quadro 1 - Participação no seguimento no consumo de vestuário no Paraná..... | 27 |
| Quadro 2 - Demonstrativo dos investimentos iniciais..... | 33 |
| Quadro 3 - Demonstrativo de Custos e Despesas..... | 35 |
| Quadro 4 - Alíquotas e Partilha do Simples Nacional – Comércio..... | 36 |
| Quadro 5 - Estoque Projetado..... | 37 |
| Quadro 6 - Depreciação..... | 39 |
| Quadro 7 - Demonstração do resultado do exercício..... | 40 |
| Quadro 8 - Fluxo de caixa projetado..... | 41 |
| Quadro 9 - Balanço Patrimonial Projetado..... | 41 |

LISTAS DE TABELAS

| | |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Tabela 2 - Projeção da população por grupo de idade do Paraná..... | 28 |
| Tabela 3 - População por faixa de idade no bairro Alto Boqueirão..... | 28 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gráfico 1 - Local onde mais compram peças de vestuário em Curitiba..... | 25 |
| Gráfico 2 - Tipo de loja onde mais compra peças de vestuário..... | 26 |
| Gráfico 3 - Rendimento domiciliar médio e per capita dos bairros , da região do Boqueirão e Curitiba - 2010..... | 26 |

LISTA DE ABREVIATURAS

| | |
|----------|-------------------------------------------------------------|
| ABRAVEST | Associação Brasileira do Vestuário |
| ABIT | Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecções |
| CPF | Cadastro de Pessoa Física |
| CNPJ | Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas |
| DARF | Documento de Arrecadação de Receitas Federais |
| DCC | Documento Complementar de Cadastro |
| DUC | Documento Único de Cadastro |
| FCN | Ficha de Cadastro Nacional |
| IBGE | Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística |
| ICMS | Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços |
| IPPUC | Instituto de Pesquisa Planejamento Urbano de Curitiba |
| ISS | Imposto sobre Serviço |
| NCM | Nomenclatura Comum do Mercosul |
| NIRE | Número de Identificação do Registro da Empresa |
| RG | Registro Geral |
| SEBRAE | Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas |
| SINVEPAR | Sindicato das Indústrias do Vestuário do Sudoeste do Paraná |

SUMÁRIO

| | |
|---------------------------------------------|----|
| 1 INTRODUÇÃO | 11 |
| 1.1 QUESTÃO DE PESQUISA..... | 11 |
| 1.2 OBJETIVOS..... | 12 |
| 1.2.1 Objetivo Geral | 12 |
| 1.2.2 Objetivos Específicos | 12 |
| 2 ASPECTOS METODOLÓGICOS | 13 |
| 2.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA..... | 13 |
| 3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA | 14 |
| 3.1 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO..... | 14 |
| 3.2 CUSTOS..... | 15 |
| 3.3 CLIENTES..... | 15 |
| 3.4 CONCORRENTES..... | 17 |
| 3.5 FORNECEDORES..... | 17 |
| 3.6 INVESTIMENTO INICIAL..... | 18 |
| 3.7 VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA..... | 18 |
| 3.8 MICROEMPRESA..... | 18 |
| 3.9 SIMPLES NACIONAL..... | 19 |
| 4 DESENVOLVIMENTO | 21 |
| 4.1 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO..... | 21 |
| 4.1.1 Visão | 21 |
| 4.1.2 Missão | 22 |
| 4.1.3 Valores | 22 |
| 4.1.4 Análise SWOT | 22 |
| 4.1.4.1 Ambiente Externo..... | 22 |
| 4.1.4.2 Oportunidades..... | 23 |
| 4.1.4.3 Ameaças..... | 23 |
| 4.1.4.4 Ambiente Interno..... | 23 |
| 4.1.4.5 Força..... | 24 |
| 4.1.4.6 Fraqueza..... | 24 |
| 4.1.5 Objetivos e Metas | 24 |
| 4.1.6 Análise de Mercado | 24 |
| 4.1.6.1 Descrição do mercado..... | 25 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.1.6.2 Clientes | 28 |
| 4.1.6.3 Análise da Concorrência | 29 |
| 4.2 PLANO OPERACIONAL | 30 |
| 4.2.1 Estrutura Funcional | 30 |
| 4.2.2 Descrição da unidade física..... | 30 |
| 4.2.3 Produção..... | 31 |
| 4.2.4 Aquisição dos produtos- Fornecedores..... | 32 |
| 4.3 PLANO FINANCEIRO | 33 |
| 4.3.1 Investimento Inicial | 33 |
| 4.3.2 Demonstrativo de Custos e Despesas..... | 34 |
| 4.3.3 Impostos e Taxas..... | 35 |
| 4.3.4 Estoque | 36 |
| 4.3.5 Depreciação | 38 |
| 4.3.6 Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) | 39 |
| 4.3.7 Fluxo de Caixa | 40 |
| 4.3.8 Balanço Patrimonial..... | 41 |
| 4.4 ANÁLISE DE VIABILIDADE | 42 |
| 4.4.1 Ponto de Equilíbrio..... | 42 |
| 4.4.2 Lucratividade | 43 |
| 4.4.3 Rentabilidade Anual..... | 44 |
| 4.4.4 Retorno do Investimento | 44 |
| 4.5 ABERTURA DA EMPRESA | 45 |
| 4.5.1 Junta Comercial | 45 |
| 4.5.2 CNPJ | 46 |
| 4.5.3 Alvará de Funcionamento | 46 |
| 4.5.4 Inscrição Estadual..... | 46 |
| 4.5.5 Cadastro..... | 47 |
| 4.5.6 Aparato Fiscal..... | 48 |
| 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS | 49 |
| REFERÊNCIAS..... | 51 |

1 INTRODUÇÃO

Acompanhar o ritmo de crescimento das crianças não é uma tarefa fácil e os pais precisam conviver com esse acelerado desenvolvimento dando-lhes alimento, educação, amor e vestuário. Identifica-se na necessidade básica do vestir uma oportunidade de negócios, pois a infância é uma fase em que os pais precisam constantemente comprar roupas novas para suas crianças.

Analisar as características de mercado de roupas infantis, a concorrência local, a situação econômica e financeira das famílias além dos aspectos demográficos da região, são pontos a serem considerados para identificar a demanda.

Visando buscar futuramente outros meios financeiros, a realização pessoal e tomada de decisões próprias, identificou-se na devida região escolhida para abertura do empreendimento a ausência de roupas infantis de baixo custo.

O presente trabalho irá apresentar um plano de negócio para a abertura de uma microempresa destinada a criar um estudo de viabilidade. Para se abrir uma empresa, deve-se levar em conta que o sucesso de qualquer negócio depende, sobretudo, de um bom planejamento para minimizar e prevenir riscos.

O plano de negócio tem o objetivo de estruturar as principais idéias e opções que devem ser consideradas para decidir quanto à viabilidade da empresa a ser criada.

1.1 QUESTÃO DE PESQUISA

Percebendo que no bairro Alto Boqueirão não possui loja de venda de roupas infantis de baixo custo, identificou-se a oportunidade de abrir um negócio.

Abrir uma pequena empresa pode parecer simples, uma idéia atraente para muitas pessoas ter o seu próprio negócio, mas a maioria das pessoas não analisam se o novo empreendimento dará retorno, quais são as oportunidades, necessidades dos seus potenciais clientes e quais planos serão estabelecidos para atender as necessidades de forma eficiente e lucrativa.

Com um mercado cada vez mais exigente e com grande concorrência, faz-se necessária pesquisar a relevância de um plano de negócio para a abertura do referido empreendimento. Dessa forma, o presente trabalho procura responder a seguinte questão problema: **É viável a abertura de um comércio de venda de roupas infantis de baixo custo no bairro Alto Boqueirão na cidade de Curitiba-PR?**

1.2 OBJETIVOS

Nesse estudo tem-se um objetivo geral que se desdobra em outras cinco atividades específicas.

1.2.1 Objetivo Geral

Verificar a viabilidade econômica e financeira para a abertura de uma loja de venda de roupas infantis de baixo custo no bairro Alto Boqueirão na cidade de Curitiba-PR.

1.2.2 Objetivos Específicos

Para que se possa atingir o objetivo geral desta pesquisa, é necessário que alguns objetivos específicos sejam atingidos:

- Desenvolver o Planejamento Estratégico
- Identificar a demanda de público, os concorrentes e fornecedores
- Estabelecer o investimento inicial
- Verificar os custos fixos e variáveis do novo negócio
- Analisar a viabilidade econômica e financeira

2 ASPECTOS METODOLÓGICOS

2.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA

O objetivo da pesquisa é buscar responder algo que se pretende compreender.

De acordo com Gil (2002, p. 17) “o método científico, qualquer que seja ele, utiliza um meio para se chegar a um fim, ou ainda, o meio para se chegar a verdade em ciência.”

Podemos definir que este estudo será qualitativo por não usar instrumentos estatísticos no processo de análise dos dados. Conforme Malhotra (2001, p. 155), a pesquisa qualitativa tem o objetivo de alcançar uma compreensão qualitativa para responder as dúvidas que possamos ter, tem sua amostra um número pequeno de pessoas, com uma coleta de dados não estruturada e não estatísticas para desenvolver uma compreensão do problema.

A pesquisa será descritiva, pois serão analisadas informações relevantes contidas em livros e outros documentos publicados. Para Andrade (2002 *apud* BEUREN, 2003, p. 81), a pesquisa descritiva preocupa em observar, registrar, analisar e interpretar os fatos sem a interferência do pesquisador.

Em relação ao procedimento de pesquisa o mesmo será documental, pois utiliza-se de materiais pouco analisados onde as informações podem ter opiniões diferentes da utilizada pelo autor.

Segundo Beuren (2003, p. 89):

“A pesquisa bibliográfica utiliza-se principalmente das contribuições de vários autores sobre determinada temática de estudo, já a pesquisa documental baseia-se em materiais que ainda não receberam um tratamento analítico ou que podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa.

Assim como a maioria das tipologias, a pesquisa documental pode integrar o rol de pesquisas utilizadas em um mesmo estudo ou caracterizar-se como o único delineamento utilizado para tal. Sua notabilidade é justificada no momento em que se podem organizar informações que se encontram dispersas, conferindo-lhe uma nova importância como fonte de consulta.”

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

No mundo dos negócios é fundamental que a empresa realize um adequado planejamento para conseguir lucratividade e se manter ativa no mercado.

3.1 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O planejamento estratégico visa analisar o ambiente externo, avaliando seus concorrentes, fornecedores, clientes, principais forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

Dornelas (2005, p. 156) comenta:

“Para estabelecer objetivos e metas é preciso entender o ambiente que envolve a empresa externamente, e o ambiente interno da empresa. Essa análise é um dos pontos mais importantes do plano de negócios, pois mostrará se a empresa está preparada para seguir em frente, os desafios que se apresentam e os riscos que correrá, com seus executivos estando ciente de tudo. Se o empreendedor não conhece os riscos que envolvem seu negócio, é sinal de que ele não está totalmente preparado para as adversidades futuras. O plano de negócios deve mostrar que o empreendedor conhece sua empresa internamente e o que deve fazer para driblar os fatores externos, sobre os quais não consegue agir diretamente. Por isso é que a análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threat- Forças, fraquezas, oportunidades e ameaças) da empresa é extremamente útil para traçar um panorama da situação atual e prevista para o negócio.”

De acordo com Clemente (2004, p. 27) uma empresa precisa monitorar as forças macro ambientais (demográficas, econômicas, tecnológicas, políticas, legais, sociais e culturais) que afetam sua habilidade de obter lucro.

Conforme Clemente (2004, p. 28):

“Seja qual for a característica de um ambiente, suas mudanças devem ser acompanhadas pela organização, sob pena de ser eliminada. A empresa pode optar por uma decisão mais o menos passiva à adaptação ambiental, mas deve fazer isso de forma deliberada e consciente acerca dos riscos envolvidos.”

O Planejamento estratégico tem a função de verificar os recursos e tarefas necessários para alcançar seus objetivos adequadamente, analisando o ambiente interno e externo da organização.

Planejamento Estratégico é um processo que consiste na análise sistemática dos pontos fortes (competências) e fracos (incompetências ou possibilidades de melhorias) da organização, e das oportunidades e ameaças do ambiente externo, como o objetivo de formular (formar) estratégias e ações estratégicas com o intuito de aumentar a competitividade e seu grau de resolutividade. (PEREIRA, 2010, p. 47).

3.2 CUSTOS

Custos referem-se a gastos realizados. Os mesmos podem ser classificados em fixos ou variáveis.

Segundo Silva Junior (2000, p. 19) “custos variáveis estão diretamente relacionado com o volume de vendas”. Assim, estes sofrerão alterações em seu montante sempre que houver mudança no volume de vendas.

Os custos fixos são gastos que não estão relacionados com o volume de vendas do negócios. Conforme Silva Junior (2000, p. 21), “são considerados custos fixos, porque deverão ocorrer, mesmo que não haja atividade comercial ou produtiva.”

3.3 CLIENTES

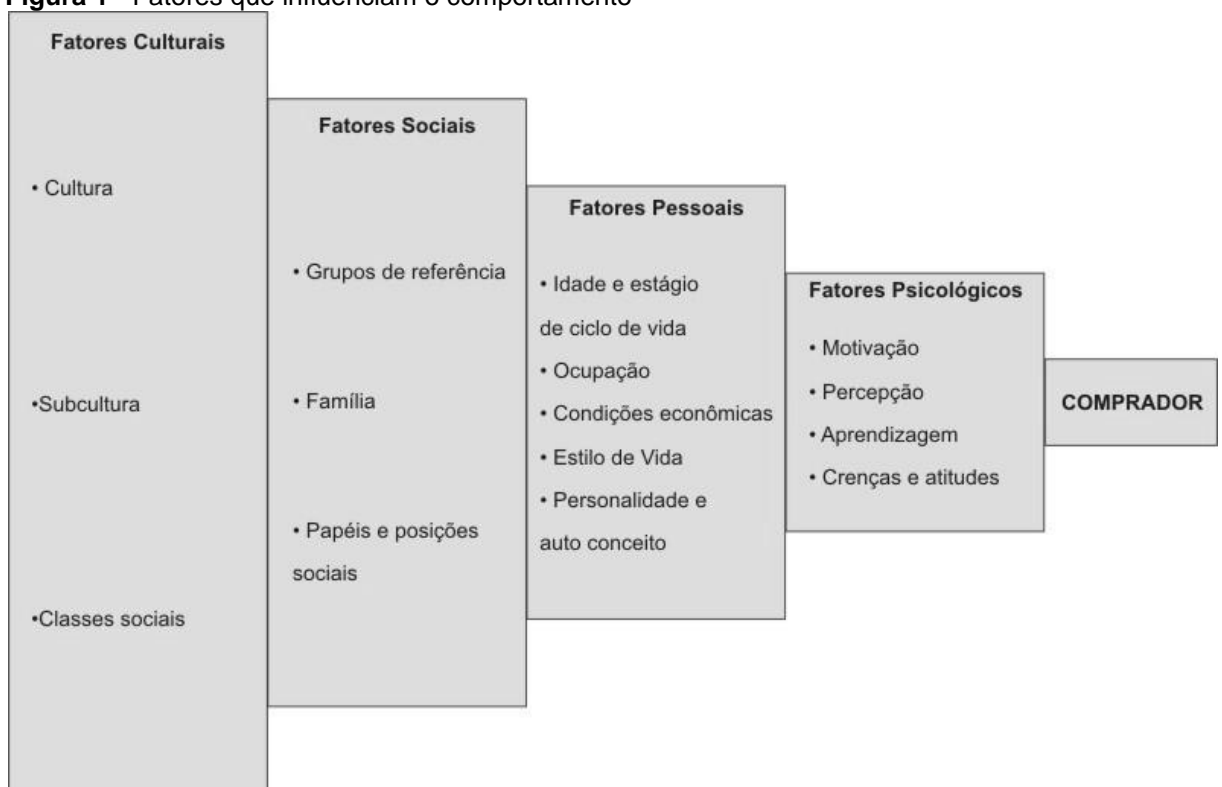
De acordo com Kotler (1998), para que uma empresa possa obter uma estratégia garantida no mercado, ela deve primeiramente conhecer o seu público e verificar que eles possuem diferentes prioridades individuais de acordo com suas necessidades, seus desejos e objetos de determinado produto/serviço.

Todo empreendedor sonha em obter lucro, mas para isso é importante conhecer e entender o comportamento do seu consumidor, hábitos, classe social,

preferências entre outros aspectos que podem interferir na escolha de opção de compra.

A análise do comportamento do consumidor, dado por Kotler (1998, p.163), pode ser dividido em subgrupos de fatores que influenciam na compra. São estes fatores: culturais, sociais, pessoais e psicológicos. Na Figura 1 é possível observar cada subgrupo de fatores que influenciam o comportamento.

Figura 1 - Fatores que influenciam o comportamento



Fonte: Kotler (1998, p. 163)

Entender o comportamento do consumidor e os fatores que influenciam na compra, ajuda nas decisões de estratégia para conquistar o consumidor e satisfazer suas necessidades.

Cobra (1992, p. 43) ressalta que:

“Para satisfazer às necessidades dos consumidores, é preciso que os produtos ou serviços a serem ofertados tenham boa qualidade, que as características atendam aos gostos dos consumidores, com boas ações de modelos e estilos, com nome atraente de marca, acondicionados em embalagens sedutoras, em variados tamanhos de produtos, com serviços e

quantias aos usuários que proporcionem adequados retornos financeiros à organização.”

3.4 CONCORRENTES

Concorrentes são ofertas e substitutos de produtos e serviços que podem ser adquiridos por compradores. É uma disputa entre várias empresas para chamar a atenção do cliente o obter lucro.

É importante as empresas verificarem como atuam seus concorrentes no mercado, tentar identificar suas estratégias mercadológicas para assim analisar suas vantagens e desvantagens competitivas.

Segundo Kotler (1998, p. 30), os conceitos de marketing para a empresa ser bem sucedida não devem apenas visar às necessidades dos consumidores-alvo, devem também alcançar vantagens estratégicas, posicionando suas ofertas contra as de seus concorrentes na cabeça dos consumidores.

3.5 FORNECEDORES

Os fornecedores são peças fundamentais para a produtividade da empresa, pois é através deles que uma empresa compra seus insumos para produzir seus próprios produtos ou serviços. A seleção de fornecedores para obter mais insumos por um preço mais baixo pode ser vital para o fornecimento contínuo de preços mais acessíveis para os consumidores.

Segundo Kotler (1998, p. 47), os fornecedores preveem os recursos necessários para a empresa produzir seus bens e serviços. Possui um elo importante para a companhia, são eles que entregam os recursos necessários para a produção do bem ou serviço da empresa. Ainda em Kotler (1999), é mencionado que a empresa deve controlar a disponibilidade de prazo de entrega dos insumos, bem como o cumprimento dos preços, para que seu cliente final não seja lesado em relação aos seus produtos e serviços oferecidos. Pode-se desde então entender que, para que uma empresa possa atender todas às expectativas que o cliente

deposita nela, a primeira ação a ser tomada é a formação de uma parceria com seus fornecedores, pois qual quer ação que ele tomar seja na tomada do aumento do preço ou atraso do insumo, impactará diretamente ao seu cliente final.

3.6 INVESTIMENTOS INICIAL

O investimento inicial estabelece os custos e despesas com a montagem do negócio, compra de móveis, equipamentos, mercadorias e qualquer outro elemento necessário para abrir o negócio.

É importante identificar todos os custos e despesas do novo negócio afim de verificar o tempo de retorno sobre o investimento e analisar se o mesmo é viável ou não.

3.7 VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA

Segundo Degen (1989, p. 189), é importante que a análise financeira seja clara e bem fundamentada, através de dados e da própria descrição do negócio, para que não surjam dúvidas capazes de arruinar toda a credibilidade do plano de negócio.

Segundo Megliorini & Vallim (2009, p. 125) análise de investimento é o modo de antecipar, por meio de estimativas os resultados oferecidos pelos projetos. Empregar um conjunto de técnicas que possibilitem comprovar os resultados de diferentes alternativas e auxiliar na tomada de decisões.

3.8 MICROEMPRESA

De acordo com a Lei Complementar 123, de 14 de Dezembro de 2006, é considerada uma microempresa quando sua receita bruta for igual ou inferior a R\$

360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e no caso de empresa de pequeno porte a receita for superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais).

3.9 SIMPLES NACIONAL

Segundo a Receita Federal “O Simples Nacional é um regime compartilhado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos aplicável às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.”

A Receita Federal informa que para o ingresso no Simples Nacional é necessário o cumprimento das seguintes condições:

- enquadrar-se na definição de microempresa ou de empresa de pequeno porte;
- cumprir os requisitos previstos na legislação; e
- formalizar a opção pelo Simples Nacional.

As características principais do Regime do Simples Nacional conforme a Receita Federal abrange:

- ser facultativo;
- ser irretroatável para todo o ano-calendário;
- abrange os seguintes tributos: IRPJ, CSLL, PIS/Pasep, Cofins, IPI, ICMS, ISS e a Contribuição para a Seguridade Social destinada à Previdência Social a cargo da pessoa jurídica (CPP);
 - recolhimento dos tributos abrangidos mediante documento único de arrecadação - DAS;
 - disponibilização às ME/EPP de sistema eletrônico para a realização do cálculo do valor mensal devido, geração do DAS e, a partir de janeiro de 2012, para constituição do crédito tributário;
 - apresentação de declaração única e simplificada de informações socioeconômicas e fiscais;

- prazo para recolhimento do DAS até o dia 20 do mês subsequente àquele em que houver sido auferida a receita bruta;

- possibilidade de os Estados adotarem sublimites para EPP em função da respectiva participação no PIB. Os estabelecimentos localizados nesses Estados cuja receita bruta total extrapolar o respectivo sublimite deverão recolher o ICMS e o ISS diretamente ao Estado ou ao Município.

4 DESENVOLVIMENTO

4.1 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O planejamento estratégico é uma forma de posicionamento da empresa diante do mercado, serve de alicerce para implantação de ações na organização, evita que o negócio seja prejudicado devido às mudanças nas condições ambientais que podem ser internas ou externas. De acordo com Biagio e Batocchio (2005) a grande vantagem de um planejamento estratégico é a identificação e antecipação dos problemas.

Um planejamento estratégico bem elaborado com a declaração de visão, missão, valores, análise de oportunidades, ameaças, pontos fortes e fracos, definição dos objetivos e metas permite ao negócio um autoconhecimento e expectativas para o futuro (BIACHIO e BATOCCHIO, 2005, p. 34).

4.1.1 Visão

Segundo Biachio e Batocchio (2005, p. 34) a elaboração da visão da empresa é a direção que a empresa pretende seguir e através desta visão que se projeta a idéia de como a empresa será dentro de dez ou vinte anos.

A visão do novo negócio foi estabelecida para refletir a personalidade do empreendedor e motivá-lo, apresentando a visão da seguinte maneira:

Ser uma loja de destaque local no segmento de roupas infatis encantando clientes.

4.1.2 Missão

A missão tem a função de refletir um único ideal motivando o propósito final e nortear a definição da estratégia do negócio (BIACHIO e BATOCCHIO, 2005, p. 37).

A declaração de missão deve destacar as atividades da empresa, captar o propósito e traçar um quadro atraente da mesma.

Quanto a missão da loja, propõe-se a seguinte declaração:

Comercializar roupas infantis de baixo custo e qualidade, atendendo as expectativas dos clientes e maximizando valor para sua fidelização.

4.1.3 Valores

Satisfação do cliente, confiança, qualidade, humor e alegria.

4.1.4 Análise *SWOT*

A análise *SWOT* (*Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças)) orienta a situação atual do negócio e deve ser refeita regularmente, dependendo da velocidade de mudança do ambiente, do setor e da própria empresa.

4.1.4.1 Ambiente Externo

No ambiente externo podemos identificar vários fatores que podem influenciar na tomada de decisão: a concorrência, aumento da taxa de juros, diminuição no número de nascimentos na região, aumento do custo da mercadoria.

4.1.4.2 Oportunidades

Verificando a região onde a empresa se localizará podemos identificar as seguintes oportunidades:

- Propaganda utilizando a internet
- Conquista de clientes, visto que na região não tem uma loja de roupa infantil a preço baixo.
- Possibilidade de expansão de vendas

4.1.4.3 Ameaças

As ameaças identificadas que podem afetar o novo negócio são:

- Crise financeira
- Concorrência na região vendendo roupas femininas junto com infantis e de baixo custo
- Mau atendimento ao cliente

4.1.4.4 Ambiente Interno

Segundo Kotler (2000, p. 188) “estamos em uma era em que as crianças não são só vistas e ouvidas, como também são atendidas como nunca”.

Através da influência das preferências das crianças sobre seus pais, torna-se uma força para a venda de roupas infantis, principalmente porque os pequenos gostam de seguir tendências e os próprios pais gostam de atender seus pedidos e preferências.

4.1.4.5 Força

Dentre as forças identificadas podemos citar:

- Excelente atendimento ao cliente
- Roupas de baixo custo e de qualidade
- Análise das tendências de mercado referente às roupas dos pequenos.

4.1.4.6 Fraqueza

Ponto fraco identificado, segue abaixo:

- Limitação por vender somente roupas infantis sem a inclusão de roupas para adultos.

4.1.5 Objetivos e Metas

O objetivo principal inicial do novo negócio é obter lucro em seis meses. Foram estabelecidas metas para alcançar o objetivo, dividindo-se em:

- Verificar junto a fornecedores roupas infantis de baixo custo e com qualidade
- Estoque abastecido com as roupas infantis mais procuradas para atender a demanda
- Investimento em propaganda local (jornal do bairro, panfletagem, facebook).
- Atendimento de qualidade satisfazendo o cliente.

4.1.6 Análise de Mercado

A análise de mercado visa analisar os possíveis clientes, concorrentes, fornecedores e ambiente.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) “o mercado de roupas infantis cresce em média 6% ao ano”.

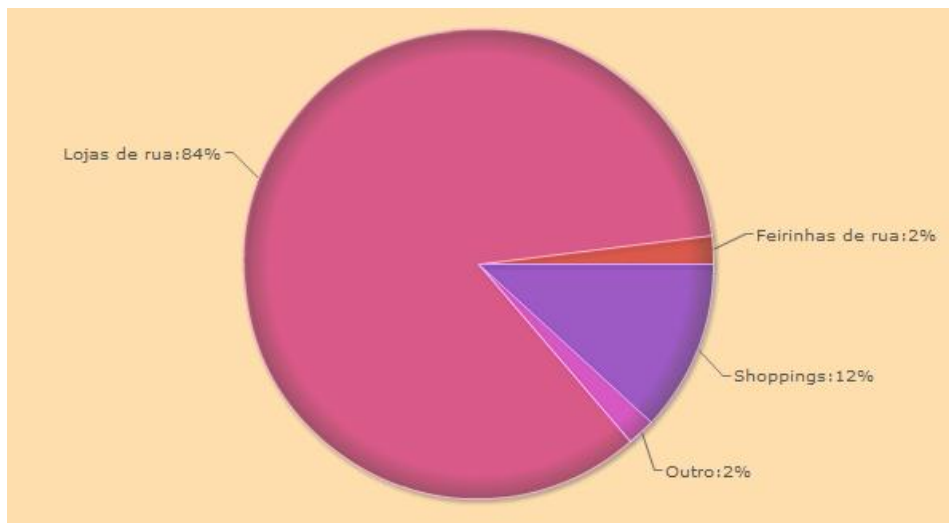
Segundo a Associação Brasileira do Vestuário (ABRAVEST) a produção de roupa infantil supera a de roupas masculinas em 3% e as micro e pequenas empresas representam 90% do segmento de vestuário no Brasil.

4.1.6.1 Descrição do mercado

Conforme dados da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT) na região de Curitiba da classe econômica C, 36% da população compra roupa de 3 em 3 meses, 32 % 1 vez por mês, 24% a cada 2 meses, 4% 2 vezes por mês e 4% uma vez por semana.

O Gráfico 1 mostra os locais onde a população tem preferência para comprar roupas.

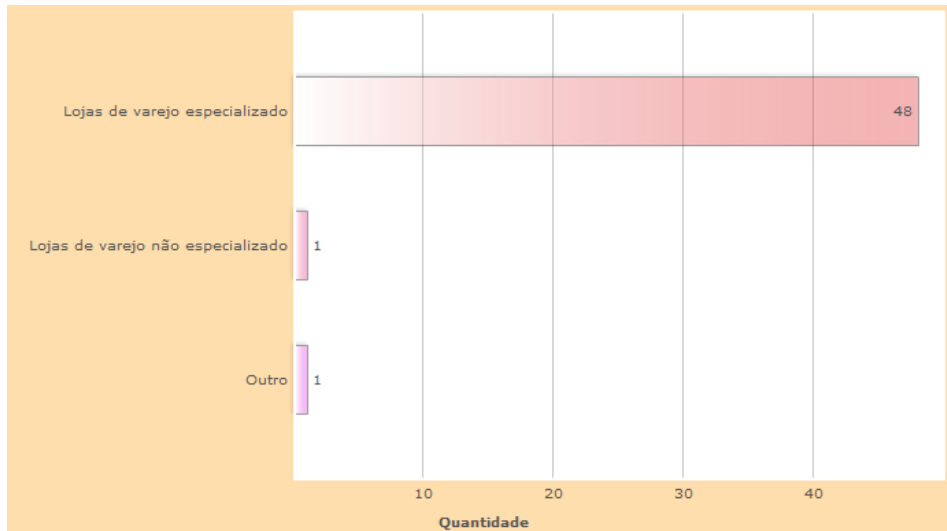
Gráfico 1 – Local onde mais compram peças de vestuário em Curitiba – Classe C



Fonte: ABIT

Também foi possível identificar a preferência pelo consumidor no tipo de loja para comprar roupas, conforme demonstra o Gráfico 2:

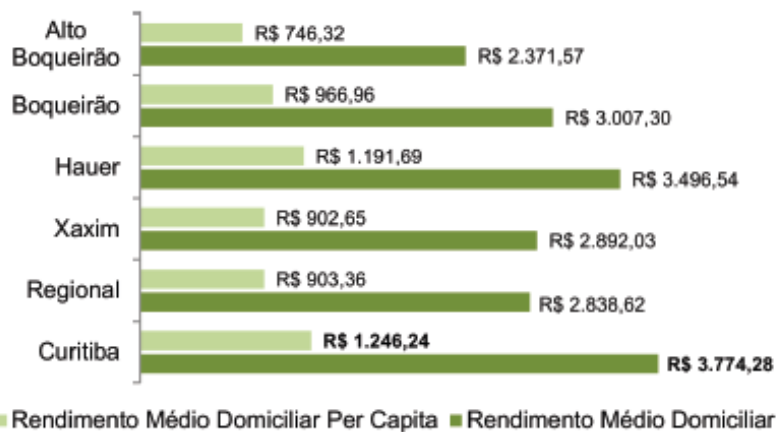
Gráfico 2 – Tipo de loja onde mais compra peças de vestuário



Fonte: ABIT

Com os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) do Censo Demográfico 2010, podemos verificar a renda per capita e domiciliar do bairro Alto Boqueirão, conforme Gráfico 3 a seguir:

Gráfico 3 – Rendimento domiciliar médio e per capita dos bairros da região do Boqueirão e Curitiba - 2010



Fonte: IBGE – Censo Demográfico 2010
Elaboração: IPPUC – Setor de Monitoração

O consumo de roupas infantis representa 17,03% de acordo com os dados do Sindicato das Indústrias do Vestuário do Sudoeste do Paraná (SINVEPAR). Também é possível verificar quais roupas são mais compradas, facilitando o foco preferencial na compra do estoque inicial demonstrado no Quadro 1 abaixo.

Quadro 1 – Participação no seguimento no consumo de vestuário no Paraná

| Roupas | % |
|---------------------------|--------------|
| Roupa masculina | 36,98 |
| Calça comprida masculina | 11,35 |
| Terno | 1,55 |
| Agasalho masculino | 2,33 |
| Short e bermuda masculina | 5,40 |
| Cueca | 0,59 |
| Camisa/camiseta masculina | 15,75 |
| Roupa feminina | 45,99 |
| Calça comprida feminina | 12,44 |
| Agasalho feminino | 2,10 |
| Saia | 0,59 |
| Vestido | 8,00 |
| Blusa | 17,02 |
| Lingerie | 3,73 |
| Bermuda e short feminino | 2,12 |
| Roupa infantil | 17,03 |
| Uniforme escolar | 0,59 |
| Calça comprida infantil | 3,20 |
| Agasalho infantil | 1,11 |
| Vestido infantil | 1,80 |
| Bermuda e short infantil | 2,53 |
| Camisa/camiseta infantil | 6,69 |
| Conjunto infantil | 1,10 |

Fonte: Sinvespar 2012

De acordo com o Geofusion “ a média nacional de uma família brasileira em gastos com vestuário por mês é de R\$ 114,00.”

4.1.6.2 Clientes

Através de pesquisas foi possível identificar a quantidade aproximada de crianças no bairro Alto Boqueirão conforme Tabela 1. Os dados levantados são de 2010, porém foi necessário aplicar um % de crescimento populacional do Paraná com base na projeção populacional do IBGE para verificar a quantidade aproximada de crianças na região de Curitiba no bairro Alto Boqueirão.

| Tabela 1 – Projeção da população por grupo de idade do Paraná | | | |
|----------------------------------------------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Grupo Etário | 2010 | 2015 | 2015x2010 |
| 0-4 | 803.186 | 748.103 | -6,86% |
| 5-9 | 872.536 | 801.746 | -8,11% |
| 10-14 | 907.538 | 871.895 | -3,93% |
| Total | 2.583.260 | 2.421.744 | -6,25% |

Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas.

Com base nos dados de Projeção da população do Paraná foi possível chegar a quantidade aproximada de crianças no bairro Alto Boqueirão, conforme Tabela 2.

| Tabela 2 - População por faixa de Idade no bairro Alto Boqueirão | | | |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| | Total Crianças 0 a 14 anos | % de Crescimento populacional Paraná | Total Crianças 0 a 14 anos (com o % de crescimento) |
| Alto Boqueirão | 11.941 | -6,25% | 11.194 |

Fonte: IBGE – Censo 2010

Elaboração: IPPUC – Banco de Dados

4.2 PLANO OPERACIONAL

4.2.1 Estrutura Funcional

No início da abertura da loja, o proprietário quem ficará responsável por todas as funções do empreendimento, desde compra de mercadoria, pagamento a fornecedores, pagamento de despesas de luz, água, telefone e aluguel e atendimento ao cliente.

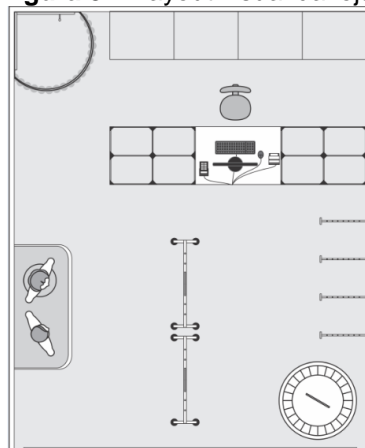
4.2.2 Descrição da unidade física

A loja estará instalada numa área de 20 m² , contendo as seguintes facilidades disponíveis no local:

- Energia elétrica
- Água: rede pública de tratamento
- Telefone: 1 linha
- Condições higiênico-sanitária: piso azulejado, iluminação natural através da entrada frontal e pintura de cor clara.

Abaixo segue o layout da loja conforme Figura 3, com a devida estrutura visual:

Figura 3 – Layout visual da loja

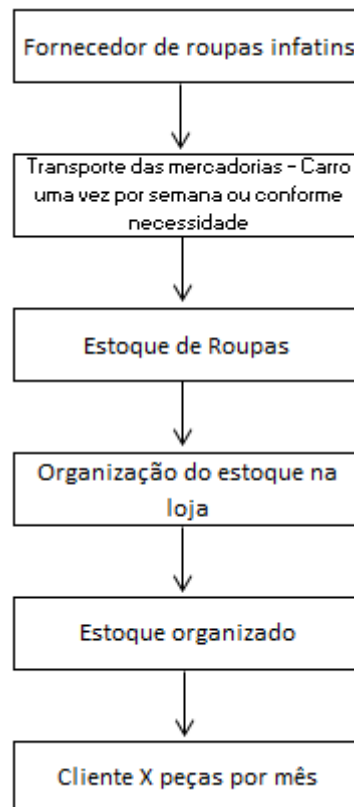


4.2.3 Produção

A especificação sobre o processo das atividades que deverão ser realizadas para o funcionamento do empreendimento é importante para estabelecer as etapas e a periodicidade que os processos deverão acontecer.

Através de pesquisa com algumas lojas de venda de roupas foi possível estabelecer um fluxo inicial e depois adequar aos reais processos do negócio, conforme ilustra a Figura 4.

Figura 4 – Modelo de fluxo de processo simples para uma loja de roupas infantis

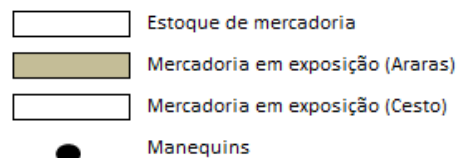
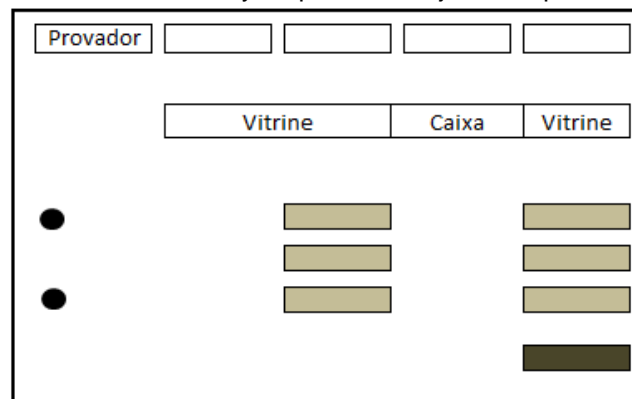


Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

O modelo de layout tem como objetivo permitir maior eficiência do fluxo de processo, além de verificar a disposição física dos equipamentos, áreas de exposição e estocagem dos produtos.

O layout escolhido para a estrutura da loja foi o de produto conforme apresentado na Figura 5, visto que ele apresenta baixos custos unitários para altos volumes e a movimentação de clientes de mercadoria é mais conveniente.

Figura 5 – Modelo de layout para uma loja de roupas infantis



Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

4.2.4 Aquisição dos produtos- Fornecedores

Os fornecedores foram escolhidos de acordo com as características especificadas como qualidade, preço justo, disponibilidade do produto/mercadoria, prazo e entrega no momento adequado, prazo de pagamento e bom atendimento.

Abaixo segue a relação de fornecedores que seguem os critérios acima descritos:

- A.R Confecções Infantil e Juvenil
- Andrade Moda Infantil
- Casa das Crianças
- Cat Boy Jeans Infantil
- DIP Nik Moda Infantil
- Eny Moda Infantil

Todos os fornecedores acima estão localizados na cidade de São Paulo no bairro Brás.

A Compra da mercadoria será feita pessoalmente pelo proprietário por veículo automotivo uma vez por semana ou de acordo com a necessidade.

4.3 PLANO FINANCEIRO

4.3.1 Investimento Inicial

O levantamento do investimento inicial foi através de pesquisa referente aos investimentos fixos e gastos operacionais necessários para iniciar as atividades da empresa e coloca-la em funcionamento. Todos os valores foram devidamente pesquisados junto a fornecedores. Foi realizada visita a concorrência para verificar demais itens necessários para o início da atividade e levantamento de informações sobre o valor do aluguel da região.

O montante inicial estará representado no Quadro 2 abaixo. O investimento inicial será de capital próprio não necessitando empréstimo ou financiamento.

Quando 2 - Demonstrativo dos investimentos iniciais

| Móveis e utensílios | Quantidade | Valor Unitário | Valor Total |
|-------------------------------|-------------------|-----------------------|--------------------|
| Cadeira para o caixa | 1 | 206,99 | 206,99 |
| Armários Planejados | 1 | 3.800,00 | 3.800,00 |
| Balcão do caixa | 1 | 499,95 | 499,95 |
| Arara para parede inclinado | 4 | 6,99 | 27,96 |
| Arara de chão | 2 | 180,00 | 360,00 |
| Balcão modular de vidro 1,20M | 2 | 329,95 | 659,90 |
| Banca de oferta | 1 | 184,95 | 184,95 |
| Cortina para provador | 1 | 64,95 | 64,95 |
| Provador Arco | 1 | 24,15 | 24,15 |
| Gancho para provador triplo | 1 | 9,45 | 9,45 |
| Espelho | 1 | 200,00 | 200,00 |
| Cabides Infantis | 100 | 0,95 | 95,00 |

| | | | |
|------------------------------|-----|----------|------------------|
| Manequins | 4 | 99,95 | 399,80 |
| Eletrônicos | | | |
| Micro computador Dell | 1 | 1.436,00 | 1.436,00 |
| Impressora Fiscal | 1 | 1.593,71 | 1.593,71 |
| Aparelho telefônico | 1 | 79,00 | 79,00 |
| Obras Civas | | | |
| Reforma Interna e fachada | 1 | 3.780,00 | 3.780,00 |
| Sistema Operacional | | | |
| Software para loja de roupas | 1 | 1.800,00 | 1.800,00 |
| Abertura da Empresa | | | |
| Contador | 1 | 605,00 | 605,00 |
| Investimento inicial | | | |
| Estoque Inicial | 426 | 15,11 | 6.441,00 |
| Capital de Giro | 0 | 0 | 25.515,50 |
| TOTAL INVESTIMENTO | | | 47.783,31 |

Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

O investimento inicial para abertura da loja totaliza o valor de R\$ 47.783,31, incluindo todos os gastos com móveis e utensílios, eletrônicos, reformas, abertura da empresa, estoque inicial e o capital de giro calculando os valores dos custos fixos mensais referente a seis meses.

4.3.2 Demonstrativo de Custos e Despesas

As despesas apresentadas no Quadro 3 referem-se aos gastos mensais que a empresa terá com despesas administrativas e de venda. Os valores abaixo foram todos multiplicados por doze a fim de determinar o valor anual. Os valores anuais dos anos de 2017 e 2018 foram reajustados com base na inflação de 8% ao ano.

Quadro 3 – Demonstrativo de Custos e Despesas

| Custos Fixos | 2016 | 2017 | 2018 |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Aluguel | 18.000 | 19.440 | 20.995 |
| Luz | 480 | 595 | 738 |
| Água | 552 | 621 | 699 |
| Contador | 2.400 | 2.592 | 2.799 |
| Telefone | 600 | 648 | 700 |
| Marketing | 2.004 | 2.164 | 2.337 |
| Material de Escritório | 115 | 124 | 134 |
| Material de Limpeza | 240 | 259 | 280 |
| <i>Pró-labore</i> | 24.000 | 25.920 | 27.994 |
| Encargos sociais s/ <i>pró-labore</i> | 2.640 | 2.851 | 3.079 |
| Total | 51.031 | 55.215 | 59.756 |
| Custos Variáveis | 2016 | 2017 | 2018 |
| Embalagem de presente | 355 | 384 | 414 |
| Sacolas | 678 | 732 | 791 |
| Total | 1.033 | 1.116 | 1.205 |
| Total Custos Fixos + Variáveis | 52.064 | 56.331 | 60.961 |

Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

4.3.3 Impostos e Taxas

Os impostos são valores recolhidos ao governo. Por ser uma microempresa ela se enquadrará no Simples Nacional que abrange a unificação de vários tributos.

O Simples Nacional beneficia muito as empresas facilitando o seu recolhimento por ser uma única alíquota incidente sobre a receita bruta mensal que varia de acordo com o seu faturamento.

O Quadro 4 apresentará as alíquotas do Simples Nacional de acordo com a Receita Bruta.

Quadro 4 - Alíquotas e Partilha do Simples Nacional - Comércio

| Renda Bruta em 12 meses (R\$) | Alíquota | IRPJ | CSLL | Cofins | PIS/Pasep | CPP | ICMS |
|--------------------------------|----------|-------|-------|--------|-----------|-------|-------|
| Até 180.000,00 | 4,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 2,75% | 1,25% |
| De 180.000,01 a 360.000,00 | 5,47% | 0,00% | 0,00% | 0,86% | 0,00% | 2,75% | 1,86% |
| De 360.000,01 a 540.000,00 | 6,84% | 0,27% | 0,31% | 0,95% | 0,23% | 2,75% | 2,33% |
| De 540.000,01 a 720.000,00 | 7,54% | 0,35% | 0,35% | 1,04% | 0,25% | 2,99% | 2,56% |
| De 720.000,01 a 900.000,00 | 7,60% | 0,35% | 0,35% | 1,05% | 0,25% | 3,02% | 2,58% |
| De 900.000,01 a 1.080.000,00 | 8,28% | 0,38% | 0,38% | 1,15% | 0,27% | 3,28% | 2,82% |
| De 1.080.000,01 a 1.260.000,00 | 8,36% | 0,39% | 0,39% | 1,16% | 0,28% | 3,30% | 2,84% |
| De 1.260.000,01 a 1.440.000,00 | 8,45% | 0,39% | 0,39% | 1,17% | 0,28% | 3,35% | 2,87% |
| De 1.440.000,01 a 1.620.000,00 | 9,03% | 0,42% | 0,42% | 1,25% | 0,30% | 3,57% | 3,07% |
| De 1.620.000,01 a 1.800.000,00 | 9,12% | 0,43% | 0,43% | 1,26% | 0,30% | 3,60% | 3,10% |
| De 1.800.000,01 a 1.980.000,00 | 9,95% | 0,46% | 0,46% | 1,38% | 0,33% | 3,94% | 3,38% |
| De 1.980.000,01 a 2.160.000,00 | 10,04% | 0,46% | 0,46% | 1,39% | 0,33% | 3,99% | 3,41% |
| De 2.160.000,01 a 2.340.000,00 | 10,13% | 0,47% | 0,47% | 1,40% | 0,33% | 4,01% | 3,45% |
| De 2.340.000,01 a 2.520.000,00 | 10,23% | 0,47% | 0,47% | 1,42% | 0,34% | 4,05% | 3,48% |
| De 2.520.000,01 a 2.700.000,00 | 10,32% | 0,48% | 0,48% | 1,43% | 0,34% | 4,08% | 3,51% |
| De 2.700.000,01 a 2.880.000,00 | 11,23% | 0,52% | 0,52% | 1,56% | 0,37% | 4,44% | 3,82% |
| De 2.880.000,01 a 3.060.000,00 | 11,32% | 0,52% | 0,52% | 1,57% | 0,37% | 4,49% | 3,85% |
| De 3.060.000,01 a 3.240.000,00 | 11,42% | 0,53% | 0,53% | 1,58% | 0,38% | 4,52% | 3,88% |
| De 3.240.000,01 a 3.420.000,00 | 11,51% | 0,53% | 0,53% | 1,60% | 0,38% | 4,56% | 3,91% |
| De 3.420.000,01 a 3.600.000,00 | 11,61% | 0,54% | 0,54% | 1,60% | 0,38% | 4,60% | 3,95% |

Fonte: Receita Federal do Brasil

4.3.4 Estoque

A elaboração da quantidade anual de estoque baseou-se no valor necessário mensal para obtenção da receita desejada e análise do potencial de demanda da região.

A projeção de estoque será apresentada no Quadro 5 a seguir:

Quadro 5 - Estoque Projetado

| Descrição | 0 - 11 meses | | 2016 | 2017 | 2018 |
|--------------------|---------------|---------------|-----------------|------------------|------------------|
| | Menino (Qtde) | Menina (Qtde) | Custo Total | Custo Total | Custo Total |
| Acessórios | 0 | 31 | 62,00 | 66,96 | 72,32 |
| Tip Top | 50 | 50 | 1.000,00 | 1.080,00 | 1.166,40 |
| Pagão | 40 | 40 | 400,00 | 432,00 | 466,56 |
| Meia | 40 | 40 | 80,00 | 86,40 | 93,31 |
| Calça Jeans | 10 | 10 | 400,00 | 432,00 | 466,56 |
| Camisa | 30 | 30 | 600,00 | 648,00 | 699,84 |
| Camiseta | 30 | 30 | 300,00 | 324,00 | 349,92 |
| Vestido | 0 | 40 | 1.000,00 | 1.080,00 | 1.166,40 |
| Blusa | 40 | 40 | 1.200,00 | 1.296,00 | 1.399,68 |
| Calça | 50 | 40 | 1.350,00 | 1.458,00 | 1.574,64 |
| Conjuntos diversos | 60 | 60 | 3.000,00 | 3.240,00 | 3.499,20 |
| Total | 350 | 411 | 9.392,00 | 10.143,36 | 10.954,83 |

| Descrição | 1 - 3 anos | | 2016 | 2017 | 2018 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|------------------|------------------|
| | Menino (Qtde) | Menina (Qtde) | Custo Total | Custo Total | Custo Total |
| Acessórios | 0 | 40 | 80,00 | 86,40 | 93,31 |
| Meia | 40 | 40 | 160,00 | 172,80 | 186,62 |
| Calça Jeans | 30 | 30 | 1.200,00 | 1.296,00 | 1.399,68 |
| Camisa | 40 | 30 | 700,00 | 756,00 | 816,48 |
| Camiseta | 50 | 50 | 500,00 | 540,00 | 583,20 |
| Pijama | 40 | 40 | 1.200,00 | 1.296,00 | 1.399,68 |
| Saia | 0 | 50 | 500,00 | 540,00 | 583,20 |
| Cueca | 40 | 0 | 100,00 | 108,00 | 116,64 |
| Calcinha | 0 | 40 | 100,00 | 108,00 | 116,64 |
| Vestido | 0 | 60 | 1.500,00 | 1.620,00 | 1.749,60 |
| Jaqueta | 40 | 40 | 2.400,00 | 2.592,00 | 2.799,36 |
| Blusa | 40 | 40 | 1.200,00 | 1.296,00 | 1.399,68 |
| Calça | 70 | 70 | 2.100,00 | 2.268,00 | 2.449,44 |
| Conjuntos diversos | 60 | 60 | 3.000,00 | 3.240,00 | 3.499,20 |
| Total | 450 | 590 | 14.740,00 | 15.919,20 | 17.192,74 |

| Descrição | 4 - 6 anos | | 2016 | 2017 | 2018 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|------------------|------------------|
| | Menino (Qtde) | Menina (Qtde) | Custo Total | Custo Total | Custo Total |
| Acessórios | 0 | 40 | 80,00 | 86,40 | 93,31 |
| Meia | 40 | 40 | 160,00 | 172,80 | 186,62 |
| Calça Jeans | 40 | 40 | 1.600,00 | 1.728,00 | 1.866,24 |
| Camisa | 50 | 40 | 900,00 | 972,00 | 1.049,76 |
| Camiseta | 60 | 50 | 550,00 | 594,00 | 641,52 |
| Pijama | 40 | 40 | 1.200,00 | 1.296,00 | 1.399,68 |
| Saia | 0 | 50 | 500,00 | 540,00 | 583,20 |
| Cueca | 50 | 0 | 125,00 | 135,00 | 145,80 |
| Calcinha | 0 | 50 | 125,00 | 135,00 | 145,80 |
| Vestido | 0 | 60 | 900,00 | 972,00 | 1.049,76 |
| Jaqueta | 60 | 60 | 3.600,00 | 3.888,00 | 4.199,04 |
| Blusa | 40 | 40 | 1.200,00 | 1.296,00 | 1.399,68 |
| Calça | 70 | 70 | 2.100,00 | 2.268,00 | 2.449,44 |
| Conjuntos diversos | 60 | 60 | 3.000,00 | 3.240,00 | 3.499,20 |
| Total | 510 | 640 | 16.040,00 | 17.323,20 | 18.709,06 |

| Descrição | 8 - 10 anos | | 2016 | 2017 | 2018 |
|--------------------|---------------|---------------|------------------|------------------|------------------|
| | Menino (Qtde) | Menina (Qtde) | Custo Total | Custo Total | Custo Total |
| Acessórios | 0 | 30 | 60,00 | 64,80 | 69,98 |
| Meia | 50 | 50 | 200,00 | 216,00 | 233,28 |
| Calça Jeans | 50 | 50 | 2.500,00 | 2.700,00 | 2.916,00 |
| Camisa | 50 | 30 | 1.200,00 | 1.296,00 | 1.399,68 |
| Camiseta | 50 | 50 | 1.000,00 | 1.080,00 | 1.166,40 |
| Pijama | 30 | 30 | 1.200,00 | 1.296,00 | 1.399,68 |
| Saia | 0 | 50 | 750,00 | 810,00 | 874,80 |
| Cueca | 70 | 0 | 210,00 | 226,80 | 244,94 |
| Calcinha | 0 | 70 | 210,00 | 226,80 | 244,94 |
| Vestido | 0 | 50 | 1.000,00 | 1.080,00 | 1.166,40 |
| Jaqueta | 40 | 40 | 2.800,00 | 3.024,00 | 3.265,92 |
| Blusa | 50 | 40 | 1.800,00 | 1.944,00 | 2.099,52 |
| Calça | 50 | 40 | 1.800,00 | 1.944,00 | 2.099,52 |
| Conjuntos diversos | 50 | 40 | 2.700,00 | 2.916,00 | 3.149,28 |
| Total | 490 | 570 | 17.430,00 | 18.824,40 | 20.330,35 |

| Descrição | 12 - 14 anos anos | | 2016 | 2017 | 2018 |
|--------------------|-------------------|--------------------|------------------|------------------|------------------|
| | Menino (Qtde) | Menina (Qtde) | Custo Total | Custo Total | Custo Total |
| Acessórios | 0 | 30 | 60,00 | 64,80 | 69,98 |
| Meia | 40 | 40 | 240,00 | 259,20 | 279,94 |
| Calça Jeans | 60 | 70 | 3.250,00 | 3.510,00 | 3.790,80 |
| Camisa | 70 | 50 | 1.800,00 | 1.944,00 | 2.099,52 |
| Camiseta | 60 | 40 | 1.500,00 | 1.620,00 | 1.749,60 |
| Pijama | 40 | 40 | 1.600,00 | 1.728,00 | 1.866,24 |
| Saia | 0 | 50 | 750,00 | 810,00 | 874,80 |
| Cueca | 60 | 0 | 150,00 | 162,00 | 174,96 |
| Calcinha | 0 | 60 | 150,00 | 162,00 | 174,96 |
| Vestido | 0 | 50 | 1.000,00 | 1.080,00 | 1.166,40 |
| Jaqueta | 50 | 50 | 3.500,00 | 3.780,00 | 4.082,40 |
| Blusa | 50 | 40 | 1.800,00 | 1.944,00 | 2.099,52 |
| Calça | 40 | 30 | 1.400,00 | 1.512,00 | 1.632,96 |
| Conjuntos diversos | 42 | 41 | 2.490,00 | 2.689,20 | 2.904,34 |
| Total | 512 | 591 | 19.690,00 | 21.265,20 | 22.966,42 |
| | | TOTAL GERAL | 77.292,00 | 83.475,36 | 90.153,39 |

Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

4.3.5 Depreciação

Os valores a serem depreciados nos primeiros anos de funcionamento da loja totalizará o valor de R\$ 3.323,00 e de amortização de R\$ 1.800,00 de acordo com o Quadro 6.

O cálculo da depreciação foi baseado conforme taxas da Instrução Normativa da Secretaria da Receita Federal n. 162, de 31 de dezembro de 1998, referente aos bens relacionados à Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM).

Quadro 6 - Depreciação

| Móveis e utensílios | Quantidade | Valor Unitário | Valor Total | % Ano | 2016 | 2017 | 2018 |
|-------------------------------|-------------------|-----------------------|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Cadeira para o caixa | 1 | 206,99 | 206,99 | 10% | 21 | 21 | 21 |
| Armários Planejados | 1 | 3.800,00 | 3.800,00 | 10% | 380 | 380 | 380 |
| Balcão do caixa | 1 | 499,95 | 499,95 | 10% | 50 | 50 | 50 |
| Arara para parede inclinada | 4 | 6,99 | 27,96 | 10% | 3 | 3 | 3 |
| Arara de chão | 2 | 180,00 | 360,00 | 10% | 36 | 36 | 36 |
| Balcão modular de vidro 1,20M | 2 | 329,95 | 659,90 | 10% | 66 | 66 | 66 |
| Banca de oferta | 1 | 184,95 | 184,95 | 10% | 18 | 18 | 18 |
| Cortina para provador | 1 | 64,95 | 64,95 | 10% | 6 | 6 | 6 |
| Provador Arco | 1 | 24,15 | 24,15 | 10% | 2 | 2 | 2 |
| Gancho para provador triplo | 1 | 9,45 | 9,45 | 10% | 1 | 1 | 1 |
| Espelho | 1 | 200,00 | 200,00 | 10% | 20 | 20 | 20 |
| Cabides Infantis | 100 | 0,95 | 95,00 | 10% | 10 | 10 | 10 |
| Manequins | 4 | 99,95 | 399,80 | 10% | 40 | 40 | 40 |
| Eletrônicos | | | | | | | |
| Micro computador Dell | 1 | 1.436,00 | 1.436,00 | 20% | 287 | 287 | 287 |
| Impressora Fiscal | 1 | 1.593,71 | 1.593,71 | 10% | 159 | 159 | 159 |
| Aparelho telefônico | 1 | 79,00 | 79,00 | 10% | 8 | 8 | 8 |
| Sistema Operacional | | | | | | | |
| Software para loja de roupas | 1 | 1.800,00 | 1.800,00 | 50% | 900 | 900 | 0 |
| Total Depreciação | | | | | 1.108 | 1.108 | 1.108 |
| Total Amortização | | | | | 900 | 900 | |

Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

4.3.6 Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)

A receita de vendas baseou-se na compra mensal feita por cada pessoa conforme pesquisa do Geofusion, onde se identificou a média mensal em compra de roupa de R\$ 114,00 e o objetivo de atingir 3% do nicho de mercado de 3.762 compradores potenciais.

Nos anos de 2017 e 2018 calculou-se uma previsão de crescimento de 6% ao ano conforme dados do SEBRAE para micro empresas e reajuste no preço de venda devido a inflação, baseando-se na taxa de 8% ao ano. As Demonstrações do resultado do exercício são apresentadas no Quadro 7 a seguir:

Quadro 7 – Demonstração do resultado do exercício

| ANO | 2016 | 2017 | 2018 |
|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| 1. Receita bruta de vendas | 154.584 | 177.293 | 201.534 |
| 2. (-) Deduções | 6.183 | 7.092 | 11.024 |
| 3. Receitas líquida de vendas | 148.401 | 170.201 | 190.510 |
| 4. (-) Custo dos produtos vendidos | 77.292 | 83.475 | 90.153 |
| 5. Margem de contribuição | 71.109 | 86.726 | 100.356 |
| 6. (-) Despesas Operacionais | 58.457 | 58.339 | 62.068 |
| 6.1 Despesas vendas | 1.033 | 1.116 | 1.205 |
| 6.2 Despesas administrativas | 55.416 | 55.215 | 59.756 |
| 6.3 Depreciação | 1.108 | 1.108 | 1.108 |
| 6.4 Amortização | 900 | 900 | |
| 7. Resultado operacional | 12.652 | 28.387 | 38.288 |
| 8. Receitas Financeiras | 0 | 0 | 0 |
| 9. (-) Juros de financiamento | 0 | 0 | 0 |
| 10. Resultado antes do IR | 12.652 | 28.387 | 38.288 |
| 11. (-) IR alíquota - 15% | 0 | 0 | 0 |
| 12. Lucro líquido | 12.652 | 28.387 | 38.288 |

Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

4.3.7 Fluxo de Caixa

O fluxo de caixa é muito importante para a verificação e análise das movimentações financeiras da empresa, verificando o valor disponível para pagamento das obrigações e possíveis aplicações e investimentos que podem ser feitos.

Observando o fluxo de caixa projetado é possível verificar que no terceiro ano, se a previsão de venda for efetivamente realizada, a loja terá um saldo acumulado de R\$ 68.927 reais conforme demonstração do Quadro 8 a seguir:

Quadro 8 – Fluxo de caixa projetado

| ANO | 2016 | 2017 | 2018 |
|----------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| 1. Investimento Inicial | 25.516 | 0 | 0 |
| 2. Saldo de caixa inicial | 25.516 | 40.175 | 57.918 |
| 3. Total de entradas | 154.584 | 177.293 | 201.534 |
| 3.1 Receita de vendas | 154.584 | 177.293 | 201.534 |
| 3.2 Receitas financeiras | 0 | 0 | 0 |
| 3.3 Empréstimos | 0 | 0 | 0 |
| 3.4 Outras receitas | 0 | 0 | 0 |
| 4. Total de saídas | 141.032 | 148.006 | 163.246 |
| 4.1 (-) Custo com estoque | 77.292 | 83.475 | 90.153 |
| 4.2 (-) Despesas vendas | 1.033 | 1.116 | 1.205 |
| 4.3 (-) Despesas administrativas | 55.416 | 55.215 | 59.756 |
| 4.4 (-) Impostos | 6.183 | 7.092 | 11.024 |
| 4.4 (-) Provisão para IR | 0 | 0 | 0 |
| 4.5 (-) Despesas financeiras | 0 | 0 | 0 |
| 4.6 (-) Depreciações | 1.108 | 1.108 | 1.108 |
| 5. Saldo do período | 39.067 | 69.462 | 96.206 |
| 6. (-) Reserva de capital | 0 | 12.652 | 28.387 |
| 7. (+) Depreciação | 1.108 | 1.108 | 1.108 |
| 8. Fluxo de Caixa Líquido | 40.175 | 57.918 | 68.927 |

Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

4.3.8 Balanço Patrimonial

A Quadro 9 abaixo apresenta a projeção do balanço patrimonial da loja infantil referente aos três primeiros anos de funcionamento.

Quadro 9 – Balanço Patrimonial Projetado

| ANO | 2016 | 2017 | 2018 |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| 1. ATIVO | 60.435 | 76.685 | 87.143 |
| 1.1 Ativo Circulante | 46.616 | 64.874 | 76.440 |
| 1.1.1 Caixa e bancos | 40.175 | 57.918 | 68.927 |
| 1.1.2 Duplicatas a receber | 0 | 0 | 0 |
| 1.1.3 Estoques | 6.441 | 6.956 | 7.513 |
| 1.2 Ativo Não Circulante | 13.819 | 11.811 | 10.703 |

| | | | |
|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| 1.2.1 Realizável a Longo Prazo | 0 | 0 | 0 |
| 1.2.2 Aplicações de Longo Prazo | 0 | 0 | 0 |
| 1.3 Ativo Imobilizado | 12.919 | 11.811 | 10.703 |
| 1.3.1 Móveis e utensílios | 14.027 | 14.027 | 14.027 |
| 1.3.2 (-) Depreciação acumulada | -1.108 | -2.216 | -3.323 |
| 1.4 Intangíveis | 900 | 0 | 0 |
| 1.4.1 Software | 1.800 | 1.800 | 0 |
| 1.4.2 (-) Amortização | -900 | -1.800 | 0 |
| 2. PASSIVO | 60.435 | 76.685 | 87.143 |
| 2.1 Passivo Circulante | 6.441 | 6.956 | 7.513 |
| 2.1.1 Fornecedores | 6.441 | 6.956 | 7.513 |
| 2.1.2 Bancos | 0 | 0 | 0 |
| 2.1.3 Outros | 0 | 0 | 0 |
| 2.2 Passivo Não Circulante | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.1 Financiamentos | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.2 Empréstimos | 0 | 0 | 0 |
| 2.3 Patrimônio Líquido | 53.994 | 69.729 | 79.630 |
| 2.3.1 Capital Social | 41.342 | 41.342 | 41.342 |
| 2.3.2 Lucros/ Prejuízos acumulados | 12.652 | 28.387 | 38.288 |

Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

4.4 ANÁLISE DE VIABILIDADE

4.4.1 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio é importante para verificar quantas unidades deve-se vender para que as receitas se igualem aos custos.

Ponto de Equilíbrio (PE) = (Custo Fixo /IMC (Índice da margem de contribuição))

A fórmula para cálculo do IMC é = Margem de Contribuição/Receita Bruta

IMC 1º Ano = 71.109/154.584 = 0,46

IMC 2º Ano = 86.726/177.293 = 0,49

$$\text{IMC 3º Ano} = 100.356/201.534 = 0,50$$

Após o cálculo do IMC, podemos aplicar a fórmula do PE:

$$\text{PE 1º Ano} = 51.031/0,46 = 110.936,96$$

$$\text{PE 2º Ano} = 55.215/0,49 = 112.875,88$$

$$\text{PE 3º Ano} = 59.756/0,50 = 119.999,75$$

Para calcular a quantidade vendida para se ter lucro zero, utilizamos a seguinte fórmula: Ponto de Equilíbrio anual (R\$)/ Preço de venda unitário

$$\text{PE QTDE 1º Ano} = 110.936,96/30,23 = 3.670,05 = 3.671 \text{ quantidades}$$

$$\text{PE QTDE 2º Ano} = 112.875,88/32,65 = 3.457,59 = 3.458 \text{ quantidades}$$

$$\text{PE QTDE 3º Ano} = 119.999,75/35,26 = 3.403,53 = 3.404 \text{ quantidades}$$

De acordo com os resultados obtidos, no primeiro ano o valor do ponto de equilíbrio anual para obtenção de lucro zero será de R\$ 110.936,96 e em quantidade representará o valor de 3.671 unidades vendidas anuais. No segundo ano o valor do ponto de equilíbrio anual deverá representar R\$ 112.875,88 e em quantidade deverá representar 3.458 unidades vendidas anuais. No terceiro ano o ponto de equilíbrio anual deverá ser R\$ 119.999,75 e a quantidade de 3.404 unidades vendidas para que seja possível o pagamento de todas as despesas fixas da empresa.

4.4.2 Lucratividade

A lucratividade representa o percentual de ganho obtido sobre as vendas realizadas.

A fórmula para cálculo da lucratividade é representada por:

$$\text{Lucratividade} = (\text{Lucro Líquido} / \text{Receita Líquida}) \times 100$$

Abaixo seguem as projeções de lucratividade para os três primeiros anos:

$$1^{\circ} \text{ Ano} = (12.652/154.584) * 100 = 8\%$$

$$2^{\circ} \text{ Ano} = (28.387/177.293) * 100 = 16\%$$

$$3^{\circ} \text{ Ano} = (38.288/201.534) * 100 = 19\%$$

No primeiro ano a lucratividade é menor devido o investimento e todas as despesas iniciais que serão despendidas para início das atividades.

4.4.3 Rentabilidade Anual

A rentabilidade refere-se ao retorno a longo prazo referente ao investimento realizado na empresa.

A fórmula para cálculo da rentabilidade é representada abaixo:

$$\text{Rentabilidade} = (\text{Lucro Líquido} / \text{Investimento Total}) \times 100$$

Aplicando a fórmula nos dados apresentados, podemos demonstrar a rentabilidade anual dos três primeiros anos:

$$1^{\circ} \text{ Ano} = (12.652/41.342) * 100 = 31\%$$

$$2^{\circ} \text{ Ano} = (28.387/41.342) * 100 = 69\%$$

$$3^{\circ} \text{ Ano} = (38.288/41.342) * 100 = 93\%$$

4.4.4 Retorno sobre o Investimento

O retorno sobre o investimento é uma forma de medir o valor obtido a partir de uma determinada quantia de recurso investida.

A fórmula representada para cálculo do retorno sobre o investimento é:

$$\text{ROI} = (\text{Ganho obtido} - \text{Investimento Inicial}) / \text{Investimento Inicial}$$

$$\text{ROI} = (79.326 - 41.342,31) / 41.342,31 = 92\%$$

O ganho de capital até o terceiro ano de operação da empresa será de 92%, apenas no quarto ano de funcionamento que a empresa atingirá um retorno acima de 100% sobre o investimento.

Abaixo podemos verificar o período de tempo em anos, que demorará para a obtenção do retorno do investimento.

Para o cálculo de retorno pelo período aplicaremos um reajuste de 8% ao ano sobre o capital de R\$ 41.342,31, considerando que o dinheiro fosse aplicado a taxa no mínimo igual a inflação. Desta forma o valor de R\$ 41.342,31 ajustado a 8% ao ano ficará em R\$ 48.221,67.

Visto que os valores de lucro no 1º Ano é de R\$ 12.651,59, no 2º Ano de R\$ 28.386,89 e no 3º Ano de R\$ 38.287,98 a empresa terá o retorno do investimento depois de 2 anos, 2 meses e 8 dias.

4.5 ABERTURA DA EMPRESA

A empresa descrita pagará um contador para realizar a abertura da empresa junto a órgãos governamentais para a legalização, porém segue abaixo os passos necessários para registro do novo empreendimento:

4.5.1 Junta Comercial

Esse é o primeiro registro da empresa que representa a sua criação. No caso de pessoa jurídica é necessário fazer o registro em Cartório. Após o registro, é entregue ao proprietário o Número de Identificação do Registro da Empresa (NIRE).

Para obtenção do NIRE é necessário a apresentação de alguns documentos:

- Contrato Social com o interesse das partes, o objetivo da empresa e descrição do aspecto societário em três vias;
- Registro Geral (RG) e Cadastro de Pessoa Física (CPF) de cada sócio com cópias autenticadas;
- requerimento padrão em uma via;
- Ficha de Cadastro Nacional (FCN) modelos 1 e 2 em uma via;

- Pagamento das taxas através do Documento de Arrecadação de Receitas Federais (DARF).

4.5.2 CNPJ

Após a obtenção do NIRE, é necessário registrar o novo negócio no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) junto à Receita Federal. O cadastro é feito somente pela internet, no site da receita federal. Os documentos necessários estão na homepage e devem ser enviados por Sedex ou entregues pessoalmente a unidade mais próxima. É através do cadastro do CNPJ que a se define a atividade que será exercida para aplicação da tributação e apontamento de como será fiscalizada.

4.5.3 Alvará de Funcionamento

É a licença necessária junto a prefeitura para poder operar legalmente. Para obtenção da licença é necessário ir a prefeitura e apresentar as seguintes documentações:

- Formulário próprio da prefeitura;
- Consulta prévia de endereço aprovada;
- Cópia do CNPJ;
- Cópia do Contrato Social;
- Laudo dos órgãos de vistoria, quando necessário.

4.5.4 Inscrição Estadual

A Inscrição Estadual é obrigatória para empresas dos setores do comércio. Normalmente a inscrição é feita na Secretaria Estadual da fazenda, mas atualmente,

a maioria dos estados tem convênio com a Receita Federal permitindo a obtenção da inscrição junto a do CNPJ. Ela é necessária para a inscrição no Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS). Em geral, os documentos pedidos são:

- Documento Único de Cadastro (DUC), em três vias;
- Documento Complementar de Cadastro (DCC), em uma via;
- comprovante de endereços dos sócios, cópia autenticada ou original;
- cópia autenticada do documento que prove direito de uso do imóvel, como o contrato de locação do imóvel ou escritura pública;
- número do cadastro fiscal do contador;
- comprovante de contribuinte do Imposto sobre Serviço (ISS) para as prestadoras de serviços;
- certidão simplificada da Junta para empresas constituídas há mais de três meses;
- cópia do ato constitutivo;
- cópia do CNPJ;
- cópia do alvará de funcionamento;
- RG e CPF dos sócios.

4.5.5 Cadastro

Com o alvará de funcionamento, a microempresa pode entrar em operação. Porém, o empresário precisa conseguir o cadastro na Previdência Social, independentemente do negócio ter funcionários para pagar os respectivos tributos.

Assim, o representante deverá dirigir-se à agência da Previdência para solicitar o cadastramento. O prazo é de 30 dias após o início das atividades.

4.5.6 Aparato Fiscal

Para poder imprimir notas fiscais e autenticar livros fiscais, o proprietário necessita pedir autorização a Secretaria Estadual da Fazenda. Essa autorização deve ser solicitada a Secretaria por todas as empresas com atividades industriais e de comércio e apenas após o aparato fiscal estar pronto é que a empresa poderá operar legalmente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho visou responder o seguinte problema de pesquisa: “É viável a abertura de um comércio de venda de roupas infantis de baixo custo no bairro Alto Boqueirão na cidade de Curitiba-PR?”. Para responder ao problema de pesquisa e objetivo geral, foram analisados e respondidos todos os objetivos específicos do respectivo trabalho.

O primeiro objetivo específico era desenvolver o Planejamento Estratégico. O mesmo foi desenvolvido e identificou-se através da análise *SWOT* a situação do novo negócio no ambiente onde será inserido, estabelecendo objetivos e metas a serem alcançadas nos seis primeiros meses. Também foi elaborada a missão, visão, e valores da empresa afim de se ter uma definição dos aspectos que irão girar em torno do novo negócio.

O segundo objetivo específico foi respondido através da análise de mercado, onde foi possível identificar que na região do bairro Alto Boqueirão possui 11.194 crianças com idades entre 0 a 14 anos, conforme dados do IBGE. De acordo com os dados levantados sobre a quantidade de crianças da região e a preferência de compra da população, foi possível estabelecer a demanda de público da região em 3.762 pessoas, dentre o qual a meta da empresa visa atingir 3% deste total.

Referente aos concorrentes não identificou-se lojas de venda somente de roupas infantis, não existindo concorrentes diretos, porém, verificou-se a existência de 33 concorrentes indiretos na região.

Em relação aos fornecedores, foram avaliados critérios de qualidade e preço baixo, optando-se pela compra de mercadoria das lojas do bairro Brás em São Paulo.

O terceiro objetivo específico trata-se do investimento inicial que foi estabelecido através de pesquisa referente aos investimentos fixos e gastos operacionais para início das atividades. O valor totalizará R\$ 47.783,31 incluindo todos os gastos com móveis e utensílios, eletrônicos, reformas, contador para a abertura da empresa, estoque inicial e capital de giro para seis meses.

O quarto objetivo específico refere-se aos custos fixos e variáveis do novo empreendimento. Foram levantados os valores relativos para funcionamento junto a fornecedores e dados do mercado da região, estabelecendo os custos referente aos

três primeiros anos aplicando-se o reajuste da inflação de 8% ao ano. Identificamos que no primeiro ano o custo fixo será de R\$ 51.031, no segundo ano de R\$ 55.215 e no terceiro ano de R\$ 59.756. Os custos variáveis também foram levantados e no primeiro ano será de R\$ 1.033, no segundo ano de R\$ 1.116 e no terceiro ano de R\$ 1.205. Todos os custos poderão sofrer alterações caso ocorram reajustes nos índices de mercado.

O quinto objetivo específico refere-se à análise de viabilidade econômica e financeira da empresa, onde se calculou os seguintes indicadores: Ponto de Equilíbrio, Lucratividade, Rentabilidade anual e Retorno sobre o Investimento. Através do cálculo do ponto de equilíbrio foi possível levantar o valor de receita mínima anual dos três primeiros anos e também as quantidades mínimas a serem vendidas para se ter um lucro zero.

O índice de lucratividade demonstra o percentual de ganho obtido nas vendas. No primeiro ano será de 8%, no segundo de 16% e no terceiro de 19%. No primeiro ano o percentual foi menor devido o desembolso para o início das atividades.

A rentabilidade anual mostra o retorno a longo prazo sobre o investimento. No primeiro ano o retorno será de 31%, no segundo de 69% e no terceiro ano de 93%. Já o cálculo de retorno sobre o investimento apresenta um retorno de 92% no terceiro ano de funcionamento e no quarto ano atingirá um retorno de 100% sobre o valor aplicado para abertura do empreendimento. Também calculou-se o período que levará para se obter o retorno do valor investido de R\$ 41.342, aplicando-se o percentual de juros de 8% o valor ficará em R\$ 48.221,67, sendo recuperado em 2 anos, 2 meses e 8 dias.

Através dos dados levantados e resultados das análises, foi possível identificar que o projeto de investimento da loja de roupa infantil de baixo custo no bairro Alto Boqueirão demonstra ser viável economicamente e financeiramente e atende as expectativas do empreendedor sobre o retorno e lucro do investimento.

REFERÊNCIAS

ABIT. **Pesquisa de Usos, Hábitos e Costumes do Consumidor**. Disponível em <http://abit.org.br/habitosdeconsumos>. Acesso em 06/05/2015.

ABRAVEST. **Associação Brasileira do Vestuário**. Rua Chico Pontes, 1500 - Mart Center - Vila Guilherme São Paulo - Disponível em www.abravest.org.br. Acesso 20/04/2015.

ANDRADE, Maria M. **Como preparar trabalhos para cursos de pós- graduação: noções práticas**. 5. ed. São Paulo: Atlas,2002.

BEUREN, Ilse Maria. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2003.

BIAGIO, Luiz Arnaldo; BATOCCHIO, Antonio. **Plano de Negócios: Estratégia para Micro e Pequenas Empresas**. São Paulo: Manole,2005.

BRASIL, **Lei Complementar n.123, de 14 de dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp139.htm. Acesso em 25/05/2015.

CLEMENTE, Armando. **Planejamento do Negócio: como transformar idéias em realizações**. Rio de Janeiro: Lucerna,2004.

COBRA, Marcos. **Administração de marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FRANCO, Ana Paula. **Conheça três bairros do Paraná que mais consomem roupa no país**. Disponível em: www.gazetadopovo.com.br/economia/conheca-tres-bairros-do-parana-que-mais-consomem-roupa-no-pais-ef13krfr18i23a2tgosl5dhla#ancora. Acesso em 10/05/2015.

GEOFUSION. **Conheça três bairros do Paraná que mais consomem roupa no país.** Disponível em: geofusion.com.br/institucional/noticias/materia_17102014-2. Acesso em 29/04/2015.

GIL, Carlos Antônio. **Técnicas de Pesquisa em Economia e Elaboração de Monografias.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

IPPUC. **A cidade que queremos Regional Boqueirão.** Disponível em: www.ippuc.org.br/planodiretor2014/arquivos/oficinas/BQ%20-%20A%20CIDADE%20QUE%20QUEREMOS_opt.pdf. Acesso em 15/05/2015.

KOTLER, Phillip. **Administração de Marketing.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing.** Rio de Janeiro: LTC, 1999.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada.** 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MEGLIORINI, Evandir & Vallim, Marco Aurélio. **Administração Financeira – Uma Abordagem Brasileira,** São Paulo: Pearson, 2009.

PEREIRA, Maurício F. **Planejamento estratégico: teorias, modelos e processos.** São Paulo: Atlas, 2010.

SEBRAE - **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.** Disponível em <http://www.sebrae.com.br> – Acesso em 20/04/2015.

SILVA JR, José B. **Custos: ferramenta de gestão.** São Paulo: Atlas, 2000.

SINVESPAR. **O Mercado Têxtil do Vestuário do Paraná.** Disponível em: <http://www.sinvespar.com.br/Download/Indicadores/OMercadoTtxiledoVesturiodoParan2012.pdf>. Acesso em 15/04/2015.

RECEITA FEDERAL. **Simples Nacional.** Disponível www.receita.fazenda.gov.br: <http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Documents/Pagina.aspx?id=3>. Acesso dia 20/04/2015.